

THE MERİÇ JOURNAL



MERİÇ ULUSLARARASI SOSYAL ve STRATEJİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ



ISSN NO : 2587-2206

EDİRNE

ISSN: 2587-2206 (Online) International Journal

Publication Details for “The Meric Journal”

Aims & Scope: The Meric Journal is the official journal of “Stratejik, Sosyal ve Kültürel Araştırma Derneği” (Association For Strategic Social And Cultural Research). Publication type is the academic journal. The principal purpose of the journal is to publish scholarly work in the social sciences defined in the classical sense, that is in the social sciences, the humanities, and the natural sciences (education, communication, geography, history, linguistics, psychology, anthropology, philosophy, philology, musicology, fine arts, sociology, archaeology, economics, international relations, social work, political science, international studies, business management, applied econometrics, applied statistics, law, public administration). The journal serves as a publication medium for the solution of problems in the field of social sciences.

Publisher information:

Stratejik, Sosyal ve Kültürel Araştırma Derneği, (Association For Strategic Social And Cultural Research). Saraçlar Street. No:23/3, Edirne/Turkey

E-mail: editor@mericjournal.com

Bibliographic records: 07/2017 to present

Publication type: Academic Journal

Subjects: Social sciences include: Education, communication, geography, history, linguistics, psychology, anthropology, philosophy, philology, musicology, fine arts, sociology, archaeology, economics, international relations, social work, political science, international studies, business management, applied econometrics, applied statistics, law, public administration.

Description: Serves as a publication medium for the solution of problems in the field of social sciences.

Frequency: Three times a year

Peer Reviewed: Yes

Editor Assoc. Prof. Dr. Mustafa HATİPLER, Trakya University, TURKEY

email: editor@mericjournal.com

Editorial Board- Yayın Kurulu

Assoc. Prof. Dr. Mustafa HATİPLER

Prof. Dr. Ayhan AYTAÇ

Prof. Dr. Mümün TAHİR

Prof. Dr. Ergeni VELEV

Prof. Dr. Nurcan METİN

Prof. Dr. Engin BEKSAÇ

Prof.Dr. Murat ÇETİN

Prof. Dr. Özlem ÖZKIVRAK

Prof. Dr. Numan ORUC

Prof. Dr. Fehim HUSKOVIÇ

Assoc. Prof. Dr. İskender GÜMÜŞ

Assoc. Prof. Dr. Simge ÖZER PINARBAŞI

Assoc. Prof. Dr. Süleyman Gökhan GÜNAY

Assoc. Prof. Dr. Muamer HODZIC

Assoc. Prof. Dr. Kiriakos AMOUTZAS

Dr. Amina Siljak JESENKOVIC

Founding Editor

Assoc. Prof. Dr. Mustafa HATİPLER, Trakya University, TURKEY

Reviewers

Prof. Dr. Engin BEKSAÇ – Trakya University

Assoc. Prof. Dr. Simge ÖZER PINARBAŞI - İstanbul University

Assist. Prof. Dr. Ramazan ÇELİK – Trakya University

Dr. Zuhâl DEMİR- Trakya University

Assist. Prof. Dr. Süreyya TEMELLİ – Trakya University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Kenan TERZİOĞLU - Trakya University

Prof. Dr. Engin BEKSAÇ – Trakya University

Assoc. Prof. Dr. Simge ÖZER PINARBAŞI - İstanbul University

Dr.Ufuk ELYİĞİT, Bandırma Onyedî Eylül University

Prof. Dr. Engin BEKSAÇ – Trakya University

Assist. Prof. Dr. Nilüfer VATANSEVER TOYLAN, Kırklareli University

Assist. Prof. Dr. Gülüm Burcu DALKIRAN – Trakya University

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Canan DOMURCAKLI

Göbekli Tepe Betimlemelerinde İyinin ve Kötünün Ötesinde Bir Hayvan: Yılan /146-166

An Animal Beyond Good And Evil In The Art Of Göbekli Tepe: The Snake

Emine KILIÇARSLAN

Bölgesel Güç Olma Bağlamında Siyasal Pazarlama Açısından Kamu Diplomasisi: Kurtlar Vadisi Dizi Haberleri Söylem Analizi/ 167-185

Public Diplomacy In Terms Of Political Marketing In The Context Of Regional Power: Wolfs Valley Series News Discussion Analysis

Zeynep ŞENGÜL

Dijital Ekonomi ve İşgücü Piyasası Arasındaki İlişkinin Kanonik Korelasyon Analizi İle İncelenmesi / 186-199

Examining The Relationship Between Digital Economy And Labor Market With Canonical

Fevzi MERCANOĞLU

Trilye’de Bir Devşirme Camii: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) /200- 215

A Devshirme Mosque In Trilye: Hagios Stephones Church (Fatih Mosque)

Burak DİPEVLİLER

Kitap İncelemesi: Sanat Tarihi Öğretmeninin El Kitabı /216-223

Book Review: The Art History Teacher's Manual

Binali KILIÇ Emel GÖNENÇ GÜLER

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme Süreci: Afyonkarahisar Örneği /224-250

Gastronomic Gift Giving Process In Turkey: A Case Of Afyonkarahisar Province



Yayına Geliş Tarihi:28/04/2021
Yayına Kabul Tarihi:13/09/2021
Online Yayın Tarihi: 31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl: 2021, Sayfa: 146-166
ISSN: 2587-2206

GÖBEKLİ TEPE BETİMLEMELERİNDE İYİNİN VE KÖTÜNÜN ÖTESİNDE BİR HAYVAN: YILAN

Canan DOMURCAKLI¹

Özet

Yakın Doğu prehistorik sanatında tercih edilen bir hayvan olan yılan, Göbekli Tepe betimlemelerinde de önemli bir yere sahiptir. Sadece dikilitaşların değil, taş plakaların da yüzeyini süsler. Genellikle başka hayvanlarla; nadiren yalnız görülür. Betimleme biçimi en fazla çeşitlilik sunan hayvanlardan biri olduğu için belki de sitedeki sanatçıların sanatsal yetkinliğe ulaşmasına katkı sağlamıştır. Göbekli Tepe betimlemelerinde, bulunduğu dikilitaşta bir dekorasyon unsuruna da dönüştürülen ender hayvanlardan biridir. Betimlemelerin çoğunda fantastik bir görünüm sergiler fakat kimi betimlemelerde bu fantastik görünüm söz konusu hayvanın tanımlanmasını güçleştirir. Söz konusu sürüngen bu özelliklerinden kaynaklı Göbekli Tepe insanının öyküsel anlatılarının bir parçası gibi görünmektedir. Yılan doğasından gelen ürkütücü ve tehlikeli özelliklerine rağmen içinde bulunduğu betimlemelerde korku ya da kötülük çağrıştıran elemanlara rastlanılmaz. Birçok betimlemede aşağı doğru yönelen hareketi belki de bu hayvanın yer altıyla olan ilişkisini vurgulamaktadır.

Anahtar kelimeler: Göbekli Tepe, yılan, betimleme, öyküsel anlatı

AN ANIMAL BEYOND GOOD AND EVIL IN THE ART OF GÖBEKLİ TEPE: THE SNAKE

Abstract

The snake which occupies an important place in the prehistoric art of the Near East, plays a considerable role in the art of Göbekli Tepe too. It is found not only on the pillars, but also on the stone tablet. As one of animals that has been depicted in different forms, its depiction could have contributed to the artist's perfection. Moreover, it is one of the rare animals that has been transformed, at the same time, into an element of decoration. In several representations, it presents a fantastic appearance but this appearance makes difficult to define this animal. For all these characteristics, this reptile seems to be linked to the plot of the man of Göbekli Tepe. Despite the frightening and dangerous characteristics

¹ Dr., Clermont Auvergne Üniversitesi, c.domurcakli@protonmail.com, ORCID No: 0000-0001-6329-2715

Keywords: Göbekli Tepe, snake, art, plot

GİRİŞ

Oldukça çeşitli hayvanların görüldüğü Göbekli Tepe betimlemelerinde yılan sıkça karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte betimlenme biçimindeki fantastik unsurlar hayvanın tanımlanmasında bazı güçlükler yaratmaktadır. Yılan, dikilitaşların yüzeyinde genellikle kıvrılmış biçimde aşağı doğru ilerlemektedir. Sadece bir betimlemede, bunun tersine yukarı doğru kıvrılır. Peters ve Schmidt'e göre bu sürüngen ya yalnız başına ya da başka hayvanlarla üçlü, dörtlü beşli yahut on ikili gruplar halinde betimlenmektedir. Kimi zaman, biri kuyruk kısmında bulunmak üzere çift baş taşımaktadır. Kısa ve kalın olarak ve baş üçgen biçiminde görülür. (Peters ve Schmidt, 2004:183)

Esas itibariyle yılan figürleri dikilitaşların yan taraflarındaki küçük yüzeyler üzerinde yer alır. Betimlenen yılan biçimi engerek yılanını akla getirir. (Peters, Schmidt, 2004:183) Bu yılanla onun biyolojik çevresi arasında bir bağ kurmak gerekirse engerek yılanın birçok çeşidi Şanlıurfa bölgesinde görülmektedir. (Peters, Schmidt, 2004:183) Hayvansal kalıntılar içinde yılan kemiklerine rastlanılmadığı için (Peters, Schmidt, 2004:209) bu hayvanın Göbekli Tepe insanının beslenmesinde yer tuttuğunu söylemek güçtür. Göbekli Tepe sanatında yılanın kendi grubuyla ya da farklı hayvanlarla betimlenme biçimi öyküsel bir anlatımda rol oynadığını düşündürür.

Yılan, Yakın Doğu prehistorik sanatında çok sevilen bir motiftir. Jerf el Ahmar'da² taş plakalar üstünde farklı figür ve sembollerle birlikte

² Jerf el Ahmar, Suriye Orta Fırat Bölgesi'nde bulunan prehistorik bir site. 1989-1993 arasında T.Mc Clellan ve M.Mottram tarafından; 1995'den itibaren ise D.Stordeur ve B.Jammous tarafından kazılmıştır. C14 tarihlemesine göre M.Ö. 9200-8800'e tarihlenmektedir.(Aurenche ve Kozlowski, 2015:310)

Göbekli Tepe Betimlemelerinde *The Meriç Journal Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021* görülmektedir. (Fig.1) (Stordeur, Abbès 2002:588) Nevali Çori'de³ taştan yapılmış bir insan kafası üzerinde yılan bulunmaktadır (Fig.2) Karahan Tepe'de⁴ dikilitaşların üstünde de yılan rastlanmaktadır.(Fig.3) (Çelik, 2011:242-243) Tell Quaramel⁵ sanatında da bu sürüngene rastlamaktayız.(Fig.4) (Mazurowski, Pazdur, Mıchczynska, Piotrowska, 2009:774) Körtik Tepe⁶ betimlemelerinde de sık karşılaşılan bir motiftir.(Fig.5) Karahan Tepe dışındaki bu sitelerin hepsinde genel olarak yılan üçgen başa sahiptir.

Makalemizin amacı, Göbekli Tepe'de betimlenen yılan motifinin mitolojik bir bakış açısıyla simgesel anlam ya da anlamlarını aramak değil; söz konusu motifin çok çeşitli şekillerde ortaya konulan biçimsel özelliklerini incelemektir.

1-SİTENİN KONUMU VE TARİHLENMESİ

Göbekli Tepe Şanlıurfa'nın 15 km kuzeydoğusunda yer alır. Çanak Çömleksiz Neolitik döneme ait bir buluntu yeridir; M.Ö.10000'in ikinci yarısına ve M.Ö. 9000 yıla tarihlenir.

Site 1963'ten beri bilinmesine rağmen buradaki araştırmalar 1995'ten beri Şanlıurfa Müzesinin ve Alman Arkeoloji Enstitüsünün çalışanları tarafından sürdürülmektedir (Schmidt, 2007B:115-116).

³ Nevali Çori, Urfa'da Fırat'ın bir kolu olan Kantara Çayı'nın iki yanında bulunmaktadır. Kazılar Heidelberg Üniversitesi ve Urfa Müzesi işbirliğiyle 1983, 1985-1987, 1989-1991 yılları arasında yapılmıştır. Bu yerleşim yeri M.Ö. 8500-8350 ve 8550-7950 arasına tarihlenmektedir (Hauptmann, 2007:149).

⁴ Karahan Tepe, Urfa'nın 63 km doğusunda bulunan prehistorik bir site. Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem'e tarihlenmektedir (Çelik, 2011:241).

⁵ Tell Quaramel, Halep'in 25 km kuzeyinde bulunan prehistorik bir site. 1999-2011 yılları arasında Polonya ve Suriye işbirliğiyle kazılar yapılmıştır. M.Ö. 11 000-9 000 arasına tarihlenmektedir (Kanjou, 2016: 44).

⁶ Körtik Tepe, Diyarbakır'ın doğusunda bulunan prehistorik bir site. Ilısu Barajı kapsamında kurtarma kazıları Diyarbakır Müzesi tarafından 2000'de başlatıldı ve çalışmalar 2010 yılına kadar sürdü. Taş endüstrisi ve diğer bulgularla desteklenen sonuçlara göre höyüğün M.Ö. 10000'de yerleşilmiş olduğunu göstermektedir (Özkaya, Coşkun, 2011: 90).

Şimdiye kadar üç yapı katı bulunmuştur. Yapı katı I, Orta Çağ'da ve günümüzde tarımsal etkinlikler nedeniyle oluşan doğal erozyon ve çökme süreçlerinin sonucunda oluşmuş birikintileri içerir. Yapı katı II, İlk-Orta Çanak Çömleksiz Neolitik B dönemine aittir. Yapı katı III, Çanak Çömleksiz Neolitik A/İlk Neolitik Çanak Çömleksiz B dönemine aittir. Çapları üç metre ile on metre arasında olan taştan, büyük dairesel yapılarla temsil edilir. II. ve III. Yapı katlarının en belirgin özelliği T biçimli monolitik dikilitaşlardır. (Schmidt, 2007B:116117). Bu dairesel yapılarıdaki dikilitaşların yüksekliği üç-beş metre arasında değişir; ağırlıkları ise on tona kadar çıkar ve simetrik bir biçimde düzenlenmişlerdir. (Peters, Schmidt, 2004:182) Dikilitaşlar yapıların içinde ve ortasında bulunur. Birçoğu genellikle hayvan, nadiren insan betimlemeleri ve geometrik şekiller taşır.

Yılan betimlemesi Göbekli Tepe'de farklı biçimlerde ortaya çıkmakta ve hayvanın biçimi üzerinde bulunduğu dikilitaşa göre çeşitlilik göstermektedir.

2-REALİST YILAN BETİMLEMELERİ

Bu grup A yapısında, özellikle dikilitaş 1 ve 5'in yan tarafında oldukça belirgindir. (Fig.6,7) Dikilitaş 5'te yüzeyin ortasında bulunan bir yılan aşağı doğru yönelmektedir. Dikilitaş 1'de ise betimlenen beş yilandan üçü daha yukarıda ve yan yanadır. Bunlardan ortada yer alan, beş yılanın en küçüğüdür. Küçük yılanın sağ ve sol tarafındakiler hemen hemen aynı büyüklüktedir. Söz konusu üç yılanın altında bulunan ve betimlendiği yüzeyin merkezinde yer alan yılan hepsinden daha büyük görünmektedir. Sonuncu ise, yüzeyin alt kısmında, diğerlerinin tersine, aşağıdan yukarı doğru hareket etmekte ve en üstte sağ ve sol tarafta bulunan iki yılanla aynı büyüklüktedir. Ebatlarının dışında bu yılan birbirine çok benzemektedir. Hepsinin kıvrılma hareketi oldukça "düzgün" bir biçimdedir. Bu kıvrılma hareketindeki "kusursuzluk" ve "değişmezlik" realist bakış açısıyla karşıtlık oluşturur. (Domurcaklı, 2021:143) Öte yandan betimlenen beş yilandan dördünün aşağı doğru hareket ederken neden sadece birinin yukarı doğru hareket ettiğini anlamak zordur. Bu belirsizlikten yola çıkarak söz konusu beş yılanın birlikteliği nasıl açıklanabilir? Belki de bu betimleme mitik bir anlatıya işaret etmektedir. En altta yukarı doğru kıvrılan yılanın kendisine doğru gelen dört yılanı

korkutmaya ya da engellemeye çalıştığını söylemek mümkün müdür? Hatta biraz daha ileri gidersek, aynı yılan, dört yılanın karşısında durarak bir kötülüğün önüne geçmeye çalışıyor olabilir mi? Bu hipotezler doğruysa yer altından geliyor gibi görünen yılan neden yalnız; yer altına gidiyor gibi görünenler neden birden fazladır? Mitik anlatı yalnız bir yılanın birden fazla yılanla karşı mücadelesini konu edinmiş olabilir mi? Dikilitaş 5'in üstünde gördüğümüz yalnız yılanın bu anlatının devamına işaret ettiğini söyleyebilir miyiz? Peki bu yılan varsayıma dayalı mücadelenin sonunda yaşamda kalabilmiş midir?

3- “DEFORME OLMUŞ” YILAN BETİMLEMELERİ

Bu gruptan olan yılanlar D Yapısı'nda, dikilitaş 30'un yan tarafında bulunur. (Fig.8) Toplam beş tanedir. Sadece biri daha yukarda, öteki dördü yan yana ve yukarıda olanın hemen altında yer alır. Kalınlık ve boyları birbirinden farklı gibi görünmektedir. En büyük olan dört yilandan biridir ve yüzeyin sağ alt tarafındadır. Bu dört yilandan en solda bulunan ise kuyruk kısmında muhtemelen ikinci bir baş taşır. En üstteki yılan kuyruğunun kesilmiş gibi betimlenmesinden kaynaklı “tamamlanmamış” görüntüsü vermektedir. Bu görüntü iki ihtimali akla getirir: Bu yılanın ya bir biçimde kuyruğu kopmuş ya da bu, sanatçının tercih ettiği bir üsluptur. Söz konusu yılanların kıvrılma biçimi alışılmadık bir görünüş sergiler çünkü bu kıvrımlar bir yandan su dalgalarını hatırlatmakta, öte yandan da, mesela dikilitaş 5'teki özenli kıvrımların tersine, “gelişigüzel” bir ifade sunmaktadır. Bu “özensizlik” in sadece dikilitaş 30'da bulunan yılan betimlemelerine özgü olduğunu söyleyebiliriz. Böyle betimlemelerin bir tek bu dikilitaşta görülmesi, söz konusu durumun “özensizlik”ten ziyade sanatçıya ait bir tercih olduğunu düşündürür. Bir başka hipotez ise, bu yılan betimlemelerinin sanatçının ya da sanatçıların çıraklık dönemine denk geldiği için henüz kusursuz eserler üretilmediğidir.

Dört yılanın yanında, Schmidt tarafından “yaban eşeği” olarak tanımlanan bir hayvan görülür (Schmidt, 2007: 209) fakat bu hayvan “özensiz” olarak nitelendirilebilecek betimlemenin uzağındadır. Bu gözleme dayanarak Göbekli Tepe sanatçılarının her birinin farklı hayvanları çalışmak konusunda uzmanlaştığını söyleyebilir miyiz? Mesela yılan betimlemesinde

uzman olan belki de boğa betimlemesi konusunda daha acemiydi. Belki de betimlemelerdeki “özensizlik” üslup ya da acemilik sorunu değildi; tamamen öyküsel-mitik anlatımla ilişkili bir durumdu. Bu hipotezi daha açık ifade etmek gerekirse, bu yılanlar anlatının içinde sadece “çirkin” değil aynı zamanda “kötü”ydü. Bu yüzden de özenli betimlenmeyi hak etmiyorlardı. Belki de aynı nedenden dolayı içlerinden biri kuyruğunu kaybetmişti. Elbette bütün bu ifadeler bir hipotez olmaktan öte geçemez. Peki, yılanlarla dokunmuş bu anlatının içinde yaban eşeğinin rolü ne olabilirdi? Dikilitaşın üst kısmında tek yılanın yanında yeterli yer olmasına rağmen neden bu hayvan alt tarafta dört yılanın neredeyse tüm yüzeyi kapladığı bir alanda sıkışmış olarak betimlenmişti? Yılanların önemli bir yer tuttuğu öyküsel anlatının içinde yaban eşeğinin rolü de dikilitaşın üstünde kapladığı alan kadar küçük olabilir miydi?

4-İÇ İÇE GEÇMİŞ YILAN BETİMLEMESİ (?)

Bu gruptaki yılanlar dikilitaş 1’de görülür ve betimlenme biçimleri oldukça çarpıcıdır. (Fig.9) Yukarıdan bakıldığında sekiz; aşağıdan bakıldığında ise dokuz yılan söz konusudur. Bunların altında da bir boğa bulunmaktadır. Üstteki yılan başları alttakiler göre daha üçgen biçimindedir. Tasvir edilme biçimlerine dayanarak bu figürlerin yılan olmadığı da ileri sürülebilir. Belki de burada kenarlarını yılan başlarını çağrıştıran motiflerin çevrelediği bir ağ betimlenmişti çünkü yılan başına benzeyen bu motiflerin dışında, yılan görüntüsünü açık seçik ortaya koyan bir özellik görülmemektedir. Mesela birbirine bu denli yakın betimlenmiş bir grup yılanında hiçbir kıvrılma hareketi yoktur. Bu yüzden de baklava biçimindeki çapraz motifler bir ağı hatırlatır. Çapraz motifleri oluşturan çizgiler her zaman çok düzgün değildir. Peters ve Schmidt, sitede az sayıda balık kalıntısının bulunduğunu, bunların da tatlı su balığı olduğunu dile getirir. (Peters, Schmidt, 2004:207) Bu iki araştırmacı konuyu detaylandırmasa da Göbekli Tepe insanının balık tutmayı bildiğini düşünmekteyiz fakat bu bilgi elbette söz konusu betimlemenin bir ağ olduğunu kesin olarak ortaya koymaz. Belki de stilize edilmiş bir grup yılan sergilenmekteydi. Bununla birlikte akla birkaç soru gelmektedir: Betimlenen figürler yılanı işaret ediyorsa, neden bu yılanların hepsi kuyruk kısımlarında ikinci bir başa daha sahiptir? Neden bu yılanlar çok sayıda ve dikilitaşın büyük bir bölümünü kaplamaktadır?

Yılanların altında yer alan boğanın bu sürüngenlerle bir bağlantısı var mıdır? Mesela bu sahne çok sayıda yılanın bir boğaya saldırısını anlatıyor olabilir mi? Ayrıca söz konusu motifler yılansa, bu yılanları sanatçının gerçeğin bir kopyası gibi sunmayı kendi düş gücüyle kaynaştırarak dışa vurması Göbekli Tepe sanatçısının sanatta ne kadar ileri bir düzeyde olduğunu gösterir.

5- SU DALGASINI HATIRLATAN YILAN YA DA YILANI HATIRLATAN SU DALGASI BETİMLEMELERİ

Bu grup, dikilitaş 33'ün sol alt köşesinde görülür. (Fig.10) Dokuz motif üst üste betimlenmiştir. Motiflere yapışık bir turna betimlemesi söz konusudur. İkinci turna ise bu turnanın üst kısmında bulunur fakat bu ikinci üzerinde durduğumuz motiflerle doğrudan bir ilişkisi yok gibi görünmektedir. Motiflerin yakınındaki turnanın ve varsayımsal yılan betimlerinin sergilenme biçimine bakılırsa önce turnanın, onun şekline uygun olarak da yılan benzeri motiflerin konumlandırıldığı söylenebilir. Yılan benzeri motifler turnanın boynuyla gövdesinin birleştiği kısımdan başlayıp ayak ucuna yani dikilitaşın yer düzlemiyle birleştiği noktaya kadar devam eder. En üstte bulunan üç motifteki “V” şekli daha belirgindir fakat bu şekil yukardan aşağıya doğru dördüncü motiftten itibaren yavaş yavaş bozulmaya başlar. En aşağıdaki motiflere gelindiğinde ise “V” şeklinin kıvrımı, yerini düzelmiş, hafifçe yuvarlanan çizgiye bırakır. Önceki paragraflarda belirttiğimiz gibi, muhtemelen, aynı motiflerin yanı başında yer alan turna betimlemelerine dayanarak Schmidt bu sahneye şiirsel bir yorum getirir: “Göldeki Turnalar” (Schmidt, 2007:158) Schmidt'in bu ifadesine karşılık bir noktanın altını çizmek önemlidir: Turnanın ve su dalgasını anımsatan motiflerin konumuna dikkat edildiğinde “su dalgaları”nın turnanın sadece ön kısmında bulunduğu, arka kısmında ise bu motiflerin devam etmediği görülür. Bu yüzden de belki de bu turnalar gölde değil, göl kenarındadır.

Öte yandan bu motifler Yakın Doğu prehistorik sanatında alışık olmadığımız bir üsluba örnek oluşturur. Dikilitaş'ın bir yüzünde su dalgasını andıran motifler, dikilitaşın yan yüzünde yılan başlarıyla tamamlanarak yılan tanımlamasını doğrular ancak bu durum, dikilitaşın yan yüzünü görmediğimiz takdirde turnaların yanındaki aynı kıvrımlı motiflerin su dalgası olarak yorumlanmasına engel teşkil etmez. Bu yüzden de dikilitaşın

hangi cephesinden bakıldığıyla orantılı olarak iki yorum da mümkündür. Belki de bu iki farklı yorum mitik bir anlatının içinde asıl anlamını bulmaktadır. Daha açık bir ifadeyle belki de sanatçı birbirini takip eden olayları vurgulamak için dikilitaşın bir yüzeyinde yılan motiflerini su dalgalarına; öteki yüzeyinde ise su dalgalarını yılan motiflerine dönüştürür. Bir başka önemli nokta, yılan başlarına benzeyen motifler, aynı zamanda, dikilitaşın kenarına düzenli aralıklarla dizilerek kenar süsü görünümü verir. Bu motiflerin dikilitaşın karşılıklı kenarında da bulunması ve aynı düzeni takip etmesi söz konusu hipotezi güçlendirir.

6-STİLİZE EDİLMİŞ YILAN BETİMLEMELERİ

Bu grup, dikilitaş 33'ün yan kısmının alt yüzeyinde; bir önceki grupta belirttiğimiz “kenar süsü” nün ortasında bulunur. (Fig.11) Üç tane gibi görünmektedirler fakat yılan şekline benzeyen dördüncü bir motif aradaki boşluğu doldurmak için eklenmiş olabilir. Birçok örnekte görüldüğü gibi, başları üçgenimsidir ve aşağı doğru yönelmektedirler. Burada ilginç olan yılanların kıvrılma biçimidir. Kıvrılma sonucu vücutta iki kere bükülme görülür fakat bu hareket kıvrılmadan ziyade bir dalgalanmayı çağrıştırmaktadır. Bu yılanların birbirine yapışık olarak betimlendiğini göz önünde bulundurursak sanatçının birinci yılanı resmettikten sonra onun formuna uygun olarak ikinci ve üçüncüyü biçimlendirdiğini söyleyebiliriz. Bu yılanların üstünde bir örümcek yer almaktadır. Ayrıca bu üçlü grup yılanlara aynı yüzeyin üst kısmında da rastlanır. Bunların da her iki kenarında “kenar süsü” vardı ama bu süs bu kez ters “V” şeklindedir. Söz konusu yılan motifleri muhtemelen tahribata uğradığı için detayları çok net görünmemektedir. Bu eksiklik ise betimlemelerin etraflı bir biçimde analiz edilmesini engellemektedir.

7-TAŞ PLAKALARIN ÜSTÜNDE YILANI ANIMSATAN MOTİFLER

Bu motiflerden biri oval taş bir plakanın üstünde dikey olarak iki farklı figürle betimlenmiştir.⁷ (Dietrich, Notroff, 2017: 79) Boyutları 4x2.7 cm'dir.⁷ (Fig.12) Plakanın üstündeki üç motif de oldukça şematiktir. Yılanı anımsatan motif plakanın sağ tarafında bulunur ve aynı zamanda bir zigzak biçimini çağırıştırır. Baş üçgenimsidir. Diğer iki figürü ise tanımlamak daha da zordur. İkisi de belirgin üç çizgiden oluşur. Yılanın hemen yanında, taş plakanın ise merkezinde yer alan motif, kollarını kaldırmış, şematik bir insan figürü olabilir mi? Bu hipotez doğruysa neden bu insan kollarını kaldırmıştır? Dans etmek mi yoksa herhangi bir duygu halini ifade etmek için midir? Bu hareketin yan taraftaki yılanla bir ilişkisi var mıdır? En solda bulunan ve diğer iki motiften daha küçük olan üçüncü figür kollarını iki yana serbest bırakmış bir başka insan betimlemesi olabilir mi? Bu üç figür öyküsel ya da bir anlatının içinde buluşmuş olsa bile bize aralarındaki ilişkiyle ilgili hiçbir ipucu vermez. O yüzden de sorduğumuz bu sorular şimdilik yanıtız kalmaktadır.

Sözünü ettiğimiz yılan motifine benzer bir başka iki motif hafif kare bir başka taş plaka üzerinde yer alır. Bu plaka kırıktır. Plakanın sağ ve solunda bulunan yılan betimlemelerinin ortasında üst üste dizili "V" motifleri görülür. Bir önceki örnekle büyük benzerlikler taşımasına rağmen ilk örnek çanak çömleksiz neolitik döneme tarihlenirken bu örnek neolitik döneme aittir.⁸

Yakın Doğu prehistorik sanatında taş plakalar önemli bir yere sahiptir. Kimi taş plakaların üstünde yılan benzeri motifler bulunur. Zikzak biçiminde kıvrılan gövde ve ters "V" şeklindeki baş hemen hepsinde görülen özelliktir. Bu motifler Jerf el Ahmar'da karşımıza çıkar. (Cauvin, 2013:71) Cauvin bu motifleri "serpentine" (yılan biçiminde) olarak adlandırır. (Cauvin, 2013:71) Aynı tarz örnekler Tell Quaramel (Benz, Bauder, 2014:17) ve Tell Abr 3'te (Yartah, 2004:7) Öte yandan bu bölge sanatında zikzak da sık

⁷ Bu analizde göz önünde bulundurulmuş plakanın dikey pozisyonudur.

⁷ <http://www.zerointime.com/>

⁸ <http://www.zerointime.com/>

karşılaşılan bir motiftir ve zikzakla yılan motifini ayıran neredeyse tek özellik yılan olarak adlandırabileceğimiz motifin, daha önce de belirttiğimiz gibi, ters V'yi andıran bir baş taşımasıdır. Hatta kimi zaman zikzak ve yılan motifi aynı taş plakanın üstünde bulunur. Bu durumun çarpıcı bir örneğini Jerf el Ahmar'da görmekteyiz. (Stordeur, Abbès, 2002:588) Belki de Yakın Doğu prehistorik sanatçısı yılan betimlemesiyle dekoratif bir zikzak motifini bu şekilde ayırıyordu.

8- GEOMETRİK ÜSLUBU ANDIRAN YILAN BETİMLEMESİ

Bu gruba örnek oluşturan yılan motifi dikilitaş 56'dan başka hiçbir yerde görülmez. (Fig.13) Her ne kadar başı, diğer yılan örneklerindeki gibi üçgenimsi olsa da, vücudun kalan kısmı alışılmışın dışında betimlenmiştir. Vücutta sadece bir kez kıvrılma görülür. O kıvrılma da yuvarlak değil; köşeli biçimdedir. Böylece betimleme sıra dışı bir görüntü sunmakla kalmaz, aynı zamanda geometrik öğeleri ön plana çıkaran geometrik bir ifade ortaya koyar.

Yılan betimlemesiyle ilgili detayları çoğaltmadan önce ve söz konusu betimlemeyi daha iyi analiz edebilmek için Göbekli Tepe betimlemelerinde nadir bir örnek olan dikilitaş 56'nın özelliklerini kısaca ele almakta yarar vardır. Öncelikle dikilitaşın tüm yüzeyi hiçbir boşluğa yer bırakmayacak şekilde çeşitli hayvan betimlemeleriyle kaplıdır. Araştırmacılara göre, bu tarz bezeme erken Neolitik horror vacui'nin (boşluk bırakma korkusu) güçlü etkisini yansıtır. (Dietrich, Kürkcüoğlu, Nortoff, Schmidt, Köksal-Schmidt, 2012:54) Tüm boşlukları doldurmak için bir figürün konturu ötekinkine adapte edilmiştir. Mesela yılan ve akbaba örneğinde akbabanın sol kanadının alt konturu aynı zamanda yılanın vücudunun konturunu oluşturur. Bu yüzden de söz konusu yılanın geometrik üslupla betimlenmesi bir tercih midir yoksa sanatçı yılanı akbaba betimlemesiyle uyumlu hale getirmek için mi böyle bir yol izlemiştir? Bu dikilitaştaki diğer figürleri de göz önünde bulundurursak sanatçının boşluğu doldururken hayvan betimlemelerini birbirine adapta etmek gibi bir kaygısının olduğunu söyleyebiliriz.

Bu yılanın bir başka özelliği, öteki birçok dikilitaşlarda yer alan yılanların tersine, aşağı ya da yukarı değil, sağ tarafta doğru yönelmektedir. (Aslında sağa yönelme durumu, bir tek yılan dışında, dikilitaş 56'nın üstünde

Göbekli Tepe Betimlemelerinde The Meriç Journal Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021 betimlenen tüm hayvanların ortak özelliğidir.) Bu da bize öyküsel anlatımın içinde yılanın sadece yeraltıyla ya da ölümlle bağlantılı olmadığını gösterir. Sebep ne olursa olsun Göbekli Tepe sanatında sıra dışı bir yılanın daha ortaya çıktığı aşikârdır.

9- SAĞA DOĞRU YÖNELEN YILAN BETİMLEMELERİ

Bu grup da bir önceki örnekte olduğu gibi dikilitaş 56'da yer almasına karşın dikilitaşın sağ alt köşesinde görülür. (Fig.13) Burada on adet yılan üst üste betimlenmiştir; hafif kıvrımları su dalgasını anımsatır. Gözlemcide böyle bir anlamın çağrışmasında bu motiflerin hemen üstünde yer alan turna betimlemelerinin payı vardır. Bununla birlikte her betimlemenin başa sahip olması su dalgasından ziyade yılan figürü olduklarını doğrular. Daha aşağıdakiler daha yukarıda bulunanlara göre daha büyük gibi görünmektedir.

Söz konusu turnaların üst kısmında yine üst üste betimlenmiş üç yılan daha vardır. Bunlar da bu grubun ikinci örneğini oluşturur. Ortada yer alan dikilitaşın üstündeki tüm yılanların tersine, sola doğru hareket etmekte, böylece dört turnadan biriyle karşı karşıya gelmektedir.

Her şeye rağmen bu karşılaşmada bir tehlike ya da korku sezinletecek bir belirti yoktur.

9-YILANIN GÖBEKLİ TEPE ANLATILARINDAKİ İKONOĞRAFİK YERİ

Göbekli Tepe betimlemelerinde bu denli farklı görüntülerle karşımıza çıkan yılan dikilitaşların hepsinde ya da birkaçında öyküsel bir anlatı olduğunu var sayarsak- bu anlatıda yahut anlatılarda nasıl bir yere sahiptir? Söz konusu hayvan genellikle grup halinde; nadiren yalnız betimlenir ve bu örneklerin çoğunda aşağıya ya da yeraltına doğru yönelmektedir. Daha çok grup içinde yer aldığı için tek başına bir hikâyesinin olduğunu öngörmek güçtür. Birlikte betimlendiği hayvanlar turna, yaban eşiği, boğa, (Schmidt, 2007:206) sürüngen ya da leopar (Schmidt, 2007:184) ve örümcek gibi genel olarak ciddi tehlike arz etmeyen hayvanlardır. Oysa yılan için aynı fikri ileri sürmek pek mümkün değildir. Buna rağmen Göbekli Tepe betimlemelerinde

yılanın kendi grubuyla ya da diğer hayvanlarla doğrudan mücadele halinde olduğunu ya da onlara zarar verdiğini gösteren örneğe rastlanmaz. (Tilki, aslan, domuz gibi hayvanların tersine, hiçbir betimlemede ağzı açık değildir ve çatalı dili görülmez.) Mesela daha önce de belirttiğimiz gibi dikilitaş 1’de bir grup iç içe geçmiş yılanın bir boğa karşısında olduğu görülür fakat burada hayvanlar arasında kavgayı kanıtlayacak hiçbir ipucu yoktur. Belki de anlatıda bir kavga söz konusu olsa bile sanatçı kavga anından ziyade bu anın öncesini görselleştirmeyi tercih etmiştir. (Sanatçı bu anın sonrasına odaklansaydı, belki hayvanların görüntüleri bir kavga sonucunu ele verebilirdi.) Bu duruma benzer bir başka örnek dikilitaş 20’nin iç yüzeyinde bulunur: bir yılan ve bir boğa kafa kafaya betimlenmiştir. (Schmidt, 2007: 206) İki hayvan bu denli yakın olsa da aralarında bir sürtüşme görülmemektedir. Dikilitaş 30’a baktığımızda ise yabani eşeğin arka ayakları yılanlardan birinin kafasının üstündedir; ön ayaklarıyla da muhtemelen yılanın gövdesine basmaktadır. Bütün bu olup bitenler karşısında yılan son derece kayıtsız görünmektedir. Dikilitaş 33’te de turnaların yanındaki motifler şayet yılansa, hayvanlar kendi aralarında oldukça sakin bir atmosfer sunar.

Kanımızca hayvanlar arasındaki şiddetten uzak bu ifadenin belirginleşmesinde betimlemelerdeki orantısızlığın rolü de inkâr edilmemelidir ve bu üslup yılanın başka hayvanlarla birlikte görüldüğü tüm betimlemeler için geçerlidir. Örneğin dikilitaş 20’nin iç yüzeyinde görülen yılan ve boğa betimlemesinde, bu hayvanların doğasına aykırı olarak ikisinin kafası da aynı büyüklükte gösterilmiştir. Bu fantastik sunum biçimi yılan ve boğa arasındaki mücadelenin önüne geçer. Aynı şekilde dikilitaş 30’da betimlenen yaban eşeği üzerinde durduğu yılanın yarısı kadardır. Yaban eşeğinin ön ayakları yılanın vücudunun üstünde gibi görünse de yılan bu duruma tepki gösteriyor gibi görünmemektedir. Dikilitaş 1’de de sanatçı iç içe geçmiş yılan görüntüleriyle, çapraz çizgilerden oluşan bir ağ arasında salınan betimlemenin karşısına boğa motifini kondurarak fantastik üslubun altını çizer. Tüm bu örneklerde ilginç olan nokta; başka hayvanlarla birlikte görüldüğü betimlemelerde genellikle yılan gerçek dışı bir görünüme sahiptir.

Öte yandan birçok betimlemede yılanın aşağı doğru yönelmesi, anlatılarda yeraltı ya da belki ölümle ilişkisi olup olmadığı sorusunu akla

Göbekli Tepe Betimlemelerinde The Meriç Journal Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021 getirir. Bu tespit kimi durumlar için geçerli olsa bile yukarı ya da yeryüzüne doğru hareket eden yılanları göz önünde bulundurduğumuzda, sitedeki tüm yılan betimlemelerini bu şekilde yorumlamak uygun olmayacaktır.

Dikilitaş 33’de turnaların yanındaki motifler eğer yılansa, Schmidt’in de belirttiği gibi bu şiirsel sahnede, yılanlar turnaların yanı başında yer alarak bir hayli değişmişler ve belki de sonunda yılan olduklarını unutmuşlardır. Aynı değişim hali dikilitaş 56’da yine turnaların alt kısmında, üst üste yer alan yılanlar için de geçerli olabilir.

Yılan, yaban eşeği, örümcek ya da leopar (?) gibi hayvanlarla aynı sahneyi bir kez paylaşmasına rağmen turna ve boğa ile iki kez betimlenmiştir. Bu tekrara dayanarak yılanın söz konusu iki hayvanla daha çeşitli hikâyelerinin olduğunu söyleyebilir miyiz? Belki de bu iki hayvanın ilişkisinde değişen hikâyenin özü değil de detaylardır. Daha açık bir ifadeyle, örneğin dikilitaş 20’nin iç kısmında bir yılanla bir boğanın ilişkisi ele alınırken, dikilitaş 1’de birçok yılanın bir boğayla ilişkisi üstünde durulmuştur. İkinci bir hipotez ise bu iki hayvan arasında her defasında farklı bir hikâye yaşanmasıdır. Neden yılanlı anlatılarda daha çok tercih edilen hayvan boğa ya da turnadır? Bu soruya sağlıklı bir yanıt verebilmek ne yazık ki şimdilik mümkün değildir.

Tüm bu örnekleri göz önünde bulundurduğumuzda, Göbekli Tepe sanatında yılanı “kötü”yü atfetmek uygun görünmemektedir. Öyleyse Göbekli Tepe insanının anlatısında bu hayvanın “iyi”yle ilişkisi var mıdır, varsa nedir? Turna gibi “masum” bir kuşun yanında kendini onun yüzdüğü gölün dalgasına benzetecek kadar değiştirmesi yılanın “iyi” ya da “iyilik”le kurduğu bağa işaret ediyor olabilir mi? Öte yandan bu motiflerin dikilitaş 33’ün iç kısmında birer yılan başına dönüşerek “kenar süsü” görüntüsü verdiğini daha önce bildirmiştik. Bu dekoratif imaj da yılanın doğasından gelen soğukkanlılığı ve sertliği yumuşatarak onu iyi’ye yaklaştırmış olabilir.

SONUÇ

Göbekli Tepe’de karşımıza çıkan bu çok çeşitli yılan betimlemeleri sanatçıların sanatını ortaya koyarken farklı formları denemekten çekinmediğini gösterir. Bu çabanın sonucu olarak yılan her defasında alışılmadık bir biçimde karşımıza çıkar. Böylece belki de her öyküsel ya da mitik anlatıda farklı bir rol üstlenir. Örneklerle açıkladığımız üzere bu denli farklı şekillerde betimlenmesinin nedeni belki de yer altı ve yer üstünde sürdürdüğü “gizemli” yaşamıyla Göbekli Tepe insanı için merak konusu olmasıdır. Söz konusu sürüngenin yaşamı gibi betimlemelerdeki görüntüsü de karşıtlıklar barındırır: kimi zaman gayet “özenli” kimi zaman da “gelişigüzel” bir üslupla görselleştirilir. Dikilitaş üzerinde gördüğümüz bu hayvan Göbekli Tepe çevresinde karşılaşılan engerek yılanı değildir; sanatçının o çevreden koparıp kendi düş gücüyle birleştirdiği yilandır. Betimlemelere dayanarak anlatılarda yılanın bir kötülüğün habercisi olduğunu var saymak çok uygun görünmemektedir fakat “iyi”yi simgeliyorsa bu “iyi”nin açık seçik bir biçimde nasıl görselleştirildiğini ifade etmek de zordur. Öte yandan, dikilitaş 1 ve 9’da gördüğümüz gibi yılan olarak nitelendirilen figürleri tanımlama zorluğu anlatıya çok katmanlı bir anlam yükler.

KAYNAKÇA

AURENCHE, O.; KOZLOWSKI S.F.; “La naissance du Néolithique au Proche-Orient”, Paris, 2015.

CAUVIN, J.; “Naissance des divinités, naissance de l’agriculture”, Paris, 2013.

BENZ, M.; BAUER, J.; “Symbols of Power, Symbols of Crises? A Psycho-Social Approach to Early Neolithic Symbol Systems”, Neo-Lithics 2/13, 2014.

ÇELİK, B; “Karahana Tepe: a new cultural centre in the Urfa area in Turkey” Documenta preahistorica XXXVIII, 2011.

Göbekli Tepe Betimlemelerinde The Meriç Journal Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021
DIETRICH,O; NOTROFF,J.; “Erken Neolitik Dönem
Göbekli Tepe. Yukarı Mezopotamya’da Karmaşıklığın İlk Adımları”,
Aktüel Arkeoloji, 2017.

DIETRICH, O.; KÖKSAL-SCHMIDT, Ç.; KÜRKÇÜOĞLU, C.;
NOTROFF, J.; SCHMIDT,

K.; “Göbekli Tepe-İnsanlığın İlk Kutsal Anıtı”, Aktüel Arkeoloji, 2012.

DOMURCAKLI, C; “Recherches sur les représentations humaines et
animales en Anatolie protonéolithique dans les hautes vallées du Tigre et de
l’Euphrate”, Yayınlanmamış doktora tezi, Université Clermont Auvergne,
2021.

GHEORGHÏU, D.; “A River Runs Through It: the semiothics of Göbekli
Tepe’s Map (an exercise of an Archeological Imagination)”, VIANELLO, A.;
Rivers in Prehistory, Oxford, 2015.

HAUPTMANN, H.; “Nevalı Çori ve Urfa Bölgesi’nde Neolitik Dönem”
ÖZDOĞAN, M.; BAŞGELEN M.; “Türkiye’de Neolitik Dönem” İstanbul,
2007.

HELMER D.; GOURICHON L.; STORDEUR D. “À l’aube de la
domestication animale. Imaginaire et symbolisme animale dans les premières
sociétés néolithiques du nord du Proche-Orient.” *Anthropozoologica* 39(1),
2004.

KANJOU, Y.; “Tell Quramel (Aleppo)” KANJOU, Y; TSUNEKİ, A; “A
History of Syria In One Hundred Sites”, Oxford, 2016.

MAZUROWSKI, F.R.; MICHYCZYNSKA D.J.; PAZDUR, A.;
PITROWSKA, N.;

“Chronology of the Early Pre-Pottery Neolithic Settlement Tell Qaramel,
Northern Syria, in the Light of Radiocarbon Dating”, *Radiocarbon*, Vol.51,
No:2.

Göbekli Tepe Betimlemelerinde The Meriç Journal Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021
PETERS, J; SCHMIDT, K.; “Animals in the symbolic world of Pre-Pottery
Neolithic

Göbekli Tepe, south-eastern Turkey: a preliminary assesment”,
Anthropozoologica, Vol.39, No:1, 2004.

ÖZKAYA, V; COŞKUN, A.; “Körtik Tepe”, ÖZDOĞAN, M; BAŞGELEN
M.; “Neolithic in Turkey”, İstanbul, 2011.

ÖZKAYA, V; SAN, O.; “Körtik Tepe: Bulgular Işığında Kültürel Doku
Üzerine İlk Gözlemler”, *In*: ÖZDOĞAN M., BAŞGELEN N. (edt.),
Türkiye’de Neolitik Dönem, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2007.

SCHMIDT, K.; “Taş Çağı Avcılarının Gizemli Kutsal Alanı Göbekli Tepe”,
İstanbul, 2007A.

SCHMIDT, K.; “Göbekli Tepe”, ÖZDOĞAN, M; BAŞGELEN M.;
“Türkiye’de Neolitik Dönem”, İstanbul, 2007B.

STORDEUR.D; ABBES F.; “Du PPNA à PPNB: mise en lumière d’une
phase de transition à Jerf el Ahmar (Syrie)”, Bulletin de la Société
Préhistorique Française, Vol.99, No:3, 2002.

YARTAH, T.; “Les bâtiments communautaires de Tell Abr 3, (PPNA Syrie)”,
Neo-Lithics 1/05, 2004.

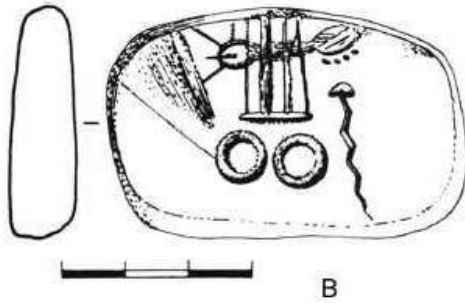


Fig.1 Yılan betimlemeli taş plaka, Jerf el Ahmar Helmer, Gourichon, Stordeur 2004:155.



Fig.2 İnsan kafası üzerine betimlenmiş yılan betimlemesi, Nevali Çori Helmer, Gourichon, Stordeur 2004:155.

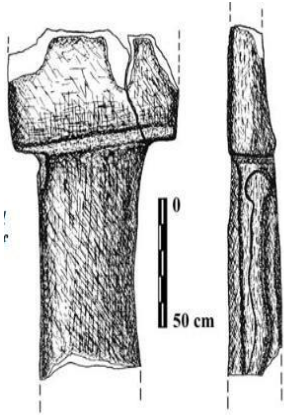


Fig.3. Yılan motifi, Karahan Tepe Çelik 2011:250.



Fig.4. Yılan betimlemeli taş plakalar, Tell Quaramel Benz, Bauer, 2014: 17



Fig.5. Yılan motifleri, Körtik Tepe Özkaya, San, 2007:23



Fig.6. Dikilitaş 1

Foto: D. Johannes. © Deutsches Archäologisches Institut (DAI), Berlin.



Fig.7. Dikilitaş 5

Foto: ©Ch. Gerber, DAI.

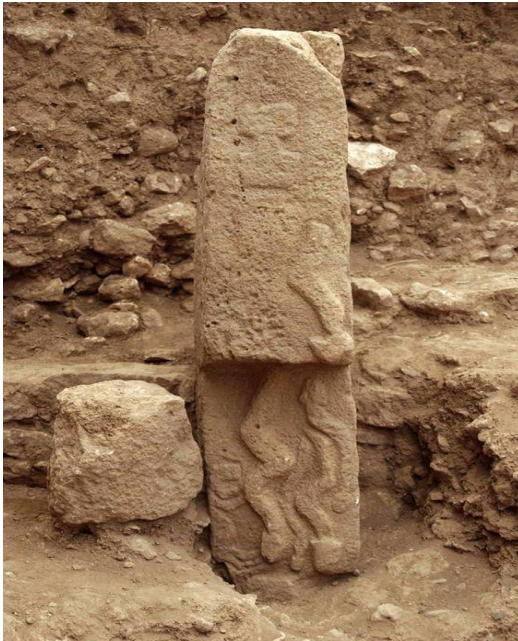


Fig.8. Dikilitaş 30

Schmidt, 2007A:209



Fig.9. Dikilitaş 1

Foto: C. Gerber, coopyright DAI



Fig.10. Dikilitaş 33

Foto: © I. Wagner, DAI.

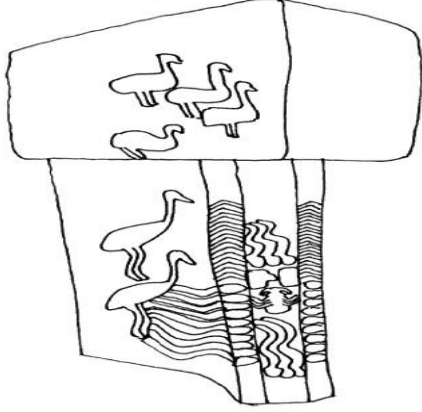


Fig.11. Dikilitaş 33

Gheorghiu,2015:69



Fig.12. Taş plaka <http://www.zerointime.com/>



Fig.13. Dikilitaş 56



Yayına Geliş Tarihi:07/06/2021
Yayına Kabul Tarihi:06/09/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:167- 185
ISSN: 2587-2206

BÖLGESEL GÜÇ OLMA BAĞLAMINDA SİYASAL PAZARLAMA AÇISINDAN KAMU DİPLOMASİSİ: KURLAR VADİSİ DİZİ HABERLERİ SÖYLEM ANALİZİ

Doç. Dr. Emine KILIÇARSLAN¹

Özet

Bölgesel güç olma bağlamında siyasal pazarlama açısından Türk dizilerinin gerek Ortadoğu gerekse Balkanlar ve Türk Cumhuriyetlerinde gösterime girmesi Türk kamu diplomasisi açısından oldukça önemli bir güçtür. Yumuşak güç olarak tanımlanan kamu diplomasisinin kültürel boyutu ile alakalı olan bu olgu, Türk sinema ve dizi sektörünün gelişmesinde de önemli rol oynamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nin bölgesel güç olması bağlamında önem taşıyan bu diziler ekonomik, siyasal ve kültürel güç ilişkileri bağlamında tanıtım amaçlı da hizmet vermektedir.

Bu bağlamda bu araştırmanın amacı Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinin işlediği siyasal pazarlama kavramlarının bölgesel güç olma bağlamında Türk kamu diplomasisi açısından önemini göstermektir. Bu nedenle araştırmanın inceleme materyali Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisidir. Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinin gösterimi ile ilgili çıkan haberler pozitif, negatif ve nötr olarak, söylem analizi yöntemi ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kavramlar: Kurtlar Vadisi Dizisi, Siyasal Pazarlama, Kamu Diplomasisi

¹ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın Meslek Yüksekokulu, Basım Yayın Teknolojileri Programı, emine.kilicaslan@adu.edu.tr. ORCID No: 0000-0002-4226-9409

PUBLIC DIPLOMACY IN TERMS OF POLITICAL MARKETING IN THE CONTEXT OF REGIONAL POWER: WOLFS VALLEY SERIES NEWS DISCUSSION ANALYSIS

Abstract

In terms of political marketing in the context of being a regional power, Turkish TV series being screened both in the Middle East, in the Balkans and in the Turkish Republics is a very important force in terms of Turkish public diplomacy. This phenomenon, which is related to the cultural dimension of public diplomacy, which is defined as soft power, plays an important role in the development of the Turkish cinema and TV series industry. These serials, which are important in the context of the Republic of Turkey being a regional power, also serve for promotional purposes in the context of economic, political and cultural power relations.

In this context, the aim of this research is to Show the importance of the political marketing concepts of the Valley of the Wolves TV Series in terms of Turkish public diplomacy in the context of being a regional power. For this reason, the study material of the research is Valley of the Wolves TV Series. The news about screening of Valley of the Wolves TV Series were analyzed as positive, negative and neutral, with the method of discourse analysis.

Key Concepts: Valley of the Wolves TV series, Political Marketing, Public Diplomacy.

GİRİŞ

Siyasal pazarlama disiplini siyaset ve pazarlama disiplinlerinin kesişme noktasında, sosyoloji, psikoloji, iletişim gibi sosyal bilimlerin pek çok alanının kapsamına girmektedir. Bu bağlamda, siyasal pazarlamanın, önemi küreselleşen dünya ve yenedünya sisteminin yarattığı gerilim ile artmıştır. Bu nedenle, siyasal pazarlama, hem devletler arası ilişkilerde hem de devletlerin kendi kamuoyunu yaratmaları açısından özellikle kamu diplomasisi ve siyasal iletişim alanları ile birlikte hareket etmektedir. Siyasal pazarlama yaklaşımı aynı siyasal iletişim yaklaşımında olduğu gibi sınırlandırıldığında, seçim dönemlerinde siyasetçilerin seçmenlere yönelik yürüttükleri faaliyetler olarak görülmektedir.

1990'larla birlikte sona eren Soğuk Savaş süreci ABD ve Avrupa ülkelerinin küresel kamuoyu yaratması açısından miladi bir başlangıç olmuştur. Özellikle, ABD küresel kamuoyu yaratmak amacıyla medya

aracılığıyla siyasal pazarlama faaliyetlerini sıklaştırmıştır. Bu faaliyetlerin en önemli sloganı “demokrasi”, “insan hakları” ve “barış” kavramları olmuştur. Batının liberal demokrasi ideolojisinin temel taşları olan bu kavramlar dünyaya bir kahraman aracılığıyla kötülerini yok etmek için pazarlanmıştır. Önemli bir kamu diplomasisi uygulaması olan bu kahraman, ABD’ dir. ABD gerek Hollywood filmleri gerekse yaptığı tüm medya programları aracılığıyla küresel kamuoyu yaratmak ve bir üst adımda siyasal pazarlama adımlarını bu kavramlar aracılığıyla yürütmek için iyi ve kötü karakterlerle yaratmıştır.

1990’lar sonrası gücü artan liberal demokrasi ideolojisi, Batı düşünce sisteminin SSCB’ yi yıktığı üstüne kurulmuştur. Liberal demokrasi, düşünce sistemi özellikle, “demokrasi”, “insan hakları”, “özgürlük”, “barış” gibi kavramlar etrafında şekillenerek küresel kamuoyunu bu kavramlar çerçevesinde oluşturmayı hedeflemiştir. Hatta Fukuyama Tarihin Sonu tezinde artık insanlığın gelebileceği son nokta olarak liberal demokrasi ideolojisini anlatmıştır (Fukuyama, 2000/a: 373).

Özkan’a göre, “demokrasinin, insan haklarının ve özgürlüklerin daha fazla önem kazandığı yeni yüzyılda, kamuoyları hem ülkeler hem de toplumlar üzerinde çok belirleyici bir rol oynamaya başlamışlardır (Özkan, 2002:5). Bu nedenlerle kamu diplomasisi çok önem kazanmıştır.

2000’li yıllarla birlikte, 1990’larda temelleri atılan yenedünya şekillenmeye başlamıştır. Yenedünyanın şekillenmesinde internet ve sosyal medya önemli araçlar olarak görev yapmaktadırlar. 2000’li yıllar Türkiye içinde yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Bölgesel güç olma bağlamında, Türkiye açısından bakıldığında, Türkiye’nin özellikle dizi sektöründe önemli gelişmeler gösterdiği yıllar olmuştur. Türkiye dizi sektöründe elde ettiği başarıyı, Ortadoğu ülkelerine çok fazla dizi ihraç eden ülke olarak göstermiştir. Türkiye Ortadoğu pazarının önemini farkederek bupazara yönelmiştir. Bu bağlamda, örneğin; Gümüş dizisi, Noor yayınlandığı Ortadoğu’da, 85 milyon izleyiciye ulaşmıştır. Türkiye’yi tanıttığını ve gelen turist sayısı ile turizm gelirini arttırdığı görülmüştür (Nuroğlu, 2013:1).

Türk dizi sektörü sonrasında, Ortadoğu, Balkanlar, Türk Cumhuriyetleri, Kuzey Afrika, Afganistan ve hatta bazı Latin Amerika ülkelerine dizi ihraç eder duruma gelmiştir. Bölgesel güç olma bağlamında, Türkiye açısından özellikle Ortadoğu, Balkanlar ve Türk Cumhuriyetleri ile Kuzey Afrika önemli siyasal pazarlama ülkeleri olmuştur.

21.yüzyılın en önemli kavramları olan “küreselleşme” ve “demokratikleşme” bilindiği gibi medya sektörü üzerinden küresel egemen güçlerin bilinç endüstrisi oluşturma araçlarıdır. Yaşadığımız hipokrasi çağında en önemli egemen unsurlardan biri olan medya egemen güçlerin küresel ve ulusal kolay yönetme ve zihinleri manipüle etme aracı olarak görev yapmaktadır. Bu nedenle Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi Türkiye’de ve bölgede çeşitli tartışmalar yaratmıştır. Bu tartışmaların yanı sıra dizi reyting rekorları ve çok yüksek bütçelerle transferler yaşamıştır. Bu nedenlerle, bu araştırmanın amacı, bölgesel güç olma bağlamında, kamu diplomasisi ve uluslararası iletişim açısından siyasal pazarlamanın önemini göstermektir. Araştırmada, inceleme materyali olarak Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi ile ilgili haberler analiz edilmiştir. Bu analiz iki şekilde yapılmıştır. Birincisi dizinin temel erkek ve kadın karakterlerinin kullandığı karakter ve kişilik iletilerine bakılmıştır. İkincisi dizi ile ilgili çıkan, olumlu, olumsuz ve nötr haberler söylemsel düzeyde analiz edilmiştir.

1. SİYASAL PAZARLAMA

Pazarlama, kavram olarak içerisinde, müşteriler, ürünler, paydaşlar ve tüketiciler gibi pek çok unsuru barındıran bir faaliyetler bütünü olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda özellikle Birinci Dünya Savaşı sonrasında, ürünlerin üreticiden tüketiciye aktarılma faaliyeti olarak bakılırken İkinci Dünya Savaşı sonrası hizmetleri de kapsamı içine almıştır. Daha sonra pazarlama alanında yaşanan gelişmeler, özellikle reklam sektöründe yaşanan gelişmeler ve alanla bağlantısı pazarlama yaklaşımının kapsamını genişletmiştir. Bu nedenle pazarlama disiplininin en son tanımlarından olan “ alıcılar, tüketiciler, paydaşlar ve geniş boyutuyla toplum için değer ifade eden sunuların geliştirilmesi, tanıtımı, sunumu ve mübadelesi için bir dizi kuruluşan ve süreçlerden oluşan bir faaliyet” olarak tanımlanmıştır. (AMA, 2007).

Buradan hareketle siyasal pazarlama yaklaşımına bakıldığında kavram ilk kez Stanley Kelley tarafından literatüre kazandırılmıştır. Kelley, Profesyonel Halkla İlişkiler ve Politik Güç isimli kitabında siyasal pazarlamayı propaganda ile aynı anlamda kullanmıştır (Kelley, 1956:9). Siyaset bilimi açısından, siyasal pazarlama kitlelerin propaganda yöntemleri ile ikna edilmesi anlamına gelmektedir. Geleneksel pazarlamacıların yöntemlerinin siyasal pazarlama alanında da kullanılması pazarlama sürecine yeni bir bakış açısı getirmiştir. Bagozzi' (1975), Bagozzi, siyasal pazarlamayı, politikada, politik parti ya da aday ile seçmenler arasındaki mübadele ilişkisi ile açıklamaktadır.

Siyasal pazarlamaya, mübadele ilişkisinden daha çok siyasal iletişim süreci olarak bakılması kapsamının genişliğinin açıklamasına daha çok yardımcı olacaktır. Çünkü siyasal pazarlama faaliyetleri süreci siyasal aktörlerin kamuoyu oluşturma, kamuoyunu etkileme, hedef kitleleri manipüle etme gibi bir dizi ulusal ve küresel siyasi faaliyetler bütünüdür. Bir partinin ve adayın siyasal amaçlarını gerçekleştirmesinin dışında egemen devletlerin kendi ekonomik ve siyasal çıkarlarını sürdürmek için yaptığı pek çok faaliyetleri de içermektedir. Bu nedenle siyasal pazarlama kapsamı oldukça geniş bir alandır.

2. KAMU DİPLOMASİSİ

Kamu diplomasisi ve siyasal pazarlamanın çalışma arenası olan siyaset kavramı önemini uzlaşma ve çatışma bağlamında iktidar ilişkilerini içinde barındırmasından almaktadır. Toplumcul varlıklar olan insanlar, ilkel komünal toplumdaki bugüne her zaman yönetme ve yönetilme, egemenlik kurma, iktidar olma kavramları doğrultusunda, siyaset kavramı gelişme göstermiştir. Siyaset iktidar gücünü elinde tutanlar ile yönetilenler arasındaki ilişkileri düzenleyebilme çabası olarak görülebilir. Siyaset, en geniş anlamıyla, insanların ortak yaşamalarını mümkün kılan genel kuralları oluşturma, koruma veya değiştirme etkinliğidir (Heywood, 2018:43). Kamu diplomasisi, ikna temelli bir yaklaşıma sahip olmakla birlikte hükümetlerin devletlerle ve toplumlarla etkileşimine dayalı olması sebebiyle uluslararası halkla ilişkilerle de yakından ilgilidir (Fitzpatrick vd., 2013).

Devlet ve siyaset kavramı geçmişten bugüne iç içe geçmiş olan ve birbirinden ayrılamayan kavramlardır. Bu kavramlar arasındaki ilişki

yukarıda da bahsedildiği gibi siyaset kavramının anlamından kaynaklanmaktadır. Siyaset 'yönetme' çabası olarak tanımlanmaktadır. Devlet ise egemen olma kavramını da kapsamaktadır. Bu nedenle devletlerde siyasal aktör olarak hem küresel hem de bölgesel egemenlik kurma çabası içine girmektedirler. Siyaseti ele alan birçok düşünür ve siyaset bilimci otoriteye bağlı olarak şekillenen sosyal ilişkilerin temel özelliğinin özel bir sosyal örgütlenme biçimi olan devlet olduğunu belirtmektedirler. Siyaset genel olarak devlete ait kurum ve süreçleri ifade eder ve siyaset bilimi de bu kurum ve süreçler üzerinde sistematik olarak çalışan bir disiplin olarak tanımlanır (Ranney, 1990: 1).

1980'ler, kitle iletişim araçlarının da etkisiyle dünyanın siyasal yapısının değişmeye başladığı yıllardır. Özellikle 1990'larda SSCB'nin dağılmasıyla birlikte küreselleşme süreci daha da hız kazanmıştır. Rusya Federasyonu 1990'lı yıllarda siyasi ve iktisadi alanlarda köklü değişimler yaşamıştır. Bu değişimler ülkeyi, özellikle ekonomik alanlarda önemli sorunlarla karşı karşıya bırakmış ve ekonomik krizlerin patlak vermesine neden olmuştur. Rusya Federasyonu bu belirsiz sürede eriyen rezervlerini koruyabilmek için bir takım önlemler alsa da bunlar yeterli olmamıştır (Karagül 2012: 290). Bütün dünyada liberalizmin özgürlük sloganları kitle iletişim araçları vasıtasıyla yaygınlaşmaya başlamıştır. Doğal olarak devletler arası ilişkiler de bu yeni trende göre kendini yeniden şekillendirmiştir. Bu yeni şekillenme süreci eski aktörlerin kendilerini değişen sürece tekrar adapte etmesiyle olmuştur.

Günümüzde devletler arası ilişkilerin siyasi boyutu, devletler, hükümetler dışında bu yüzyılın başında kurulmaya başlayan ve küreselleşme süreciyle güç kazanan devlet-dışı kuruluşlar ile uluslararası örgütler arasında uluslararası arenada sürüp giden; ekonomik, siyasal, kültürel bir alan olarak devam etmektedir. Bu alanda yer alan siyasal aktörler aracılığıyla sürüp giden siyasal iletişim çerçevesinde uluslararası siyaset işlemektedir. Ayrıca uluslararası siyaset devletlerin resmi organlarının yürüttüğü bütün ilişkileri de kapsamaktadır. Uluslararası siyasetin en önemli aktörü olan devletlerin siyasal ilişkileri diplomasi çerçevesinde işlemektedir. Bu siyasal ilişkiler uluslararası arenada yer alan diğer siyasal aktörlerle birlikte kurulan siyasal iletişim sürecinin içeriklerini belirlemektedir. Özkan'a göre, *Yenidünyada, eski dünyanın kurallarıyla, kalıplarıyla, yöntemleriyle, alışkanlıklarıyla*

hareket ederek başarı beklemek mümkün değil. Yenedünyanın yeni bir dili, üslubu, yöntemi var. Yenedünyanın bu yeni gerekliliklerine uyum sağlayabilen, uygun yöntemleri ustalikle kullanabilen, hatta geliştirebilen ülkeler, rekabette üstünlük sağlayabiliyor, farklılıklarını ortaya koyabiliyor, potansiyelini açığa çıkartabiliyor. Yenedünyanın ülkeler açısından en stratejik gücü ise Kamu Diplomasisi... Kamu diplomasisi, ülkelerin sahip olduğu dersleri dünyaya daha iyi anlatabilmesi esasına dayanıyor. “Yumuşak güç” diye tanımlanan bilim, sanat, spor, kültür, eğitim gibi unsurları ustalikle kullanabilen ülkeler, dünyada cazibe merkezi haline geliyorlar. Toplumlar arasında etkileşime imkan sağlayan kamu diplomasisi araçları; ekonomik, siyasi, kültürel işbirliklerin ve dostlukların kapısını aralıyor (Özkan, 2012:9).

Devletlerarası ilişkilerin en temel amacı liberal ekonomik ilişkilerin sürmesi için siyasal ilişkilerin kontrol altında tutulmasıdır. Özellikle bu ilişkilerde bir taraf egemen güç ise o egemen güç olan tarafın istemleri ilişkilerin gidiş yönünü belirlemektedir. Ayrıca bu ilişkilerde, ekonomik karşılıklı bağımlılık oluştuysa egemen güç olan devlet diğer devlet üzerinde kendi istediği doğrultuda ekonomik ve siyasi kararlar alılabilmekte ve bu bağımlılığı kullanma amacıyla hareket etmektedir. Küreselleşme süreci ve artan rekabet ortamı da devletlerarası ilişkilerde karşılıklı bağımlılığı giderek artırmaktadır. Uluslararası arenada devletler küresel ekonomik rekabetten dolayı pazarda daha güçlü ve etkili olabilmek için ekonomik ve siyasal yönden kendilerine bağımlı devletler yaratma çabası içine girmektedirler. Bu bağımlılık ilişkisinde egemen devlet ekonomik ve siyasal bağımlılığın yanında kamu diplomasisi yaparak kültürel bağımlılık da yaratmaya çalışmaktadır (Kılıçaslan, 2019:23).

Kamu diplomasisi günümüz dünyasının en etkili ikna edici aracıdır. Bu nedenle kamu diplomasisi strateji ve yöntemleri oldukça önem kazanmıştır. Kamu diplomasisi, ülkelerin ve toplumların yumuşak güç potansiyellerini harekete geçirebilme temeline dayanmaktadır. Bu bağlamda kamu diplomasisini etkili şekilde kullanabilen ülkeler, cazibe merkezi haline gelmekte, böylece kendi politikalarını başka ülkelere kabul ettirebilme imkânına kavuşmaktadır (Nye, 2008; 2).

Küreselleşme süreciyle birlikte devletler arası ilişkilerde kültürler arası iletişim artış göstermektedir. Devletler arası ilişkilerde kültürel

iletişim, siyasi açıdan çözülemeyen problemlerin yumuşak bir geçişle çözümlenmesini sağlaması açısından önem taşımaktadır. Diplomaside oldukça önemli bir yol olan kültürel ilişkiler hükümetler dışında daha resmiyet dışı olan ilişkiler olarak sürmektedir (Kılıçaslan, 2019:45).

Günümüzde kültür kavramı edebiyat ve sanat alanları da dâhil hayatın her alanında; giyim, iş, aile gibi günlük bütün ritüelleri içine almaktadır. Toplum içinde yaşayan bireyin yaşamının bütün yönlerini kapsamaktadır. Her toplumsal yapı, iklim ve coğrafyasına göre kendi kültürünü yaratmıştır. Bu nedenle kültür toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Kültür olgusu toplumları bir arada tutan yapı taşları olması sebebiyle devletler için olmazsa olmaz önemli unsurlardandır.

Devletlerarası ilişkilerde kamu diplomasisi açısından kültürel ilişkiler oldukça önem taşımaktadır. Çünkü kültürel iletişim devletler arasında sağlıklı işleyen bir kamu diplomasisi süreci yaratmaktadır. Bu nedenle devletler arasında kültürel iletişim biçimlerinde oluşturulacak olan stratejik iletişim doğru kişilerin seçilerek çalışması ve hedef ve çözüm odaklı hareket edilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda hazırlanması gereken etkili ve ikna edici tanıtım stratejileri kamu diplomasisi açısından oluşturulacak olan güvenilir iletişim ortamını yaratmaktadır. (Kılıçaslan, Çalışır, 2017:24).

Kamu diplomasisi bağlamında bir yumuşak güç aracı olan diziler ayrıca, ülkelerin ekonomik dinamizminde de önemli rol oynamaktadır. Bir yumuşak güç unsuru olan diziler, Türk dizi sektörünün gelişmesiyle birlikte özellikle Ortadoğu ülkeleri için Türkiye cazibe merkezi olmaya başlamıştır. Örneğin; Türkiye'nin 2002-2010 döneminde Ortadoğu'ya olan ihracatının toplam ihracatı içindeki payı yüzde 6'dan yüzde 16'ya yükseldi, Ortadoğu ile toplam ticaret hacmi ise bu zaman diliminde 3,9 milyar dolardan 23,6 milyar dolara çıkmıştır. Türk dizilerinin yarattığı hayranlık ve merak duygusu ile Ortadoğu ülkelerinden çok sayıda turist gelmeye başlamıştır. 2002'de Ortadoğu ülkelerinden Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 975 bin iken bu rakam 2010'da 3,6 milyonu geçmiştir. Yine toplam ziyaretçi sayısı içinde Ortadoğu ülkeleri vatandaşlarının oranı aynı dönemde yüzde 7,3'ten yüzde 12,6'ya çıkmıştır (Dinçer ve Kutlay, 2012; 12). Cumhurbaşkanı

Recep Tayyip Erdoğan 2017'deki Bahreyn ziyaretinde resmi orkestranın Diriliş Ertuğrul müziğini çaldığı törenle karşılanmıştır (Asan, 2017).

3.KURTLAR VADİSİ VE KURTLAR VADİSİ PUSU DİZİ SERİSİNİN KAMU DİPLOMASİSİ BAĞLAMINDA SİYASAL İLETİŞİM İLETİLERİ

Kurtlar Vadisi dizisi, 15 Ocak 2003 tarihinde Show televizyon kanalında gösterime giren mafya dizisi olarak tanıtılmıştır. Oysaki dizi mafya dizisi olmanın da ötesinde Türkiye Cumhuriyeti'nin derin devlet ilişkilerini, küresel ve bölgesel dış düşmanlar ve iç düşmanlarla mücadele eden Polat Alemdar ve arkadaşlarının serüvenlerini anlatmaktadır. Dizi 4 sezon ve 97 bölüm olarak televizyonda yer almıştır. Dizi 4 milyon dolar karşılığında Kanal D'ye transfer olmuştur.

Sonrasında çekilen, Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi, Pana Film tarafından yapılmıştır. 300 bölüm çekilmiştir. Kurtlar Vadisi Pusu ilk 3 sezon yine Show TV'de gösterilmiştir. 5. sezonda ATV'ye transfer olmuştur. 6. sezon TNT'ye, 7. ve 8. sezonlarda tekrar ATV'de yayınlanmıştır. Son olarak 9. ve 10. sezonları Kanal D'de yayınlanarak sonlandırılmıştır.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisinde öne çıkan; Kahramanlık, fedakârlık, devletin bekası, Vatan, Millet, Onur, Gurur, İnanç, Şehit siyasal ileti kavramları bölgesel kamu diplomasisi bağlamında Türkiye Cumhuriyeti Devletini güçlü göstermektedir. Örneğin bu tarz ABD menşeli Hollywood yapımı filmlere bakıldığında, sürekli işlenen tema “kahramanlık, fedakârlık, özgürlük ve demokrasi” (Erdoğan, 2020) olmaktadır.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi Türkiye'de en uzun süreli yayınlanan ve çok yoğun izleyici kitlesi olan siyasi içerikli mesajlar içeren bir dizidir. Dizi mafya dizisi olarak ün yapmasına rağmen mafya dizisi değil siyasal içerikli Türk-İslam kültürel değerlerini ve geleneksel Türk aile yapısının modernleşmiş versiyonu olarak mesajlar vermektedir. Dizi, mafya dizisi olarak ün salmasına rağmen dizide mafya ile mücadele ve devletin yüceltilmesine dair mesajlar bulunmaktadır. Dizi aktörleri mafyavari (para, zenginlik, eğlence, kumar, uyuşturucu, içki gibi) düşük bir hayat yaşamak yerine, vatan için mücadele etmektedirler.

Bütün dizi serisi boyunca ağırlıklı olarak siyah, beyaz ve lacivert renkler kullanan dizi aktörleri Türk-İslam kültürüne ait değerleri de yüce değer olarak ön plana çıkarmaktadırlar. Kendilerini sadece devletine ve vatanına adanmış kahraman adamlar karakter olarak yüksek ahlaklı, onurlu, gururlu, paraya değer vermeyen, kadınlara zaafı olmayan, âşık oldukları kadınları yücelten, çok konuşmayan, suskun ama mağrur bir yapı çizmektedirler.

Ayrıca ailelerine bağlı ve aileleri ile olan ilişkilerinde geleneksel değerleri ön planda tutan dizi, anne, baba ve çocuk ilişkilerinde hiyerarşiye önem vermektedir. Özellikle Polat Alemdar'ın kızın bile geleneksel değerlere göre yetiştirme çabası dizide dikkat çekmektedir. Anne ve babası ile olan ilişkisinde Polat Alemdar anne ve babasının sözünü dinlemektedir. Onlara çok önem vermektedir.

Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu Dizi serisine bölgesel güç olma bağlamında bakıldığında Türkiye'nin hem tarihsel geçmişi hem de coğrafi konumu, Avrupa'dan Asya'ya geçiş güzergâhı olması, Ortadoğu'dan Kafkaslara kadar dünyanın en önemli bölgesini kontrol etmesi dikkat çekmektedir.

Bu bağlamda, Kurtlar Vadisi ve Kurtlar Vadisi Pusu dizi serisi kendisine temel hareket noktası olarak devletin hem iç hem dış düşmanlarına karşı savaşmayı hedef edinmiştir. Dizinin kahramanları hem Türkiye'de hem de Balkanlar ve Ortadoğu'da, ABD, İngiltere, Almanya ve İsrail gibi Türkiye üzerinde siyasi ve ekonomik amaçları olan emperyalist ve Siyonist dış güçlere karşı savaşmaktadırlar. Dizi kahramanları bunu yaparken bu dış düşmanların içerdeki işbirlikçileri olan, PKK ve İŞİD gibi örgütlerle de mücadele etmektedirler.

Dizide işlenen konular ağırlıklı olarak değişen ve yozlaşan kültüre karşı geleneksel, Türk-İslam kültürüne ait yüce değerler verilmektedir. Dizinin siyasal iletilerine bakıldığında; adalet, ahlak, namus, vatanseverlik, Kuran'ın kutsallığı, bayrak, devlet, kötülerle savaş, hainlerin cezalandırılması, şehitlik mertebesi gibi kavramlar öne çıkmaktadır.

Dizide Çizilen Erkek Karakteri (Polat Alemdar, Memati, Abdülhey, Cihat)

- Cesur
- Delikanlı
- Dürüstlüğü ve Doğruluğu temsil eder.
- Ciddi giyinir. (Takım elbise, beyaz gömlek ya da siyah tişört).
- Sadık
- Sözünün Eri
- Ahlaklı

Dizide Çizilen Kadın Karakteri (Elif Eylül, Leyla Türkmenoğlu)

- Modern, aynı zamanda Türk geleneklerine bağlı
- Mücadeleci
- Dik başlı
- Erkeklerle karşı çıkabilen
- Hakkını Arayan
- Evine Bağlı
- Erkeğine Bağlı
- Gerektiğinde Erkeğinin Sözüne de karşı çıkabilen ve onu dinlemeyen

Dizide ayrıca erkeklik karakteri olarak verilen, mertlik ve yiğitlik vurguları delikanlılıkla özdeşleştirilir. Dizide erkeklik, kadınlık karakter vurguları Türk geleneksel yapısına gönderme yapmaktadır. İyi karakterler, inançlı ve muhafazakârdır. Polat Alemdar, iyi eğitilidir. Her konuda yeteneklidir ve çok iyi Arapça ve İngilizce konuşmaktadır.

Dizide işlenen temel konu adalettir. Haklı ile haksızın ayırt edilmesi ve haksız kim olursa olsun cezalandırılması önemlidir. Polat Alemdar, dizi de devlet adına hak dağıtan kişi olarak gösterilmektedir. Polat Alemdar ve adamları, kendi adalet sistemleri çerçevesinde hareket ederek adaleti sağlamaktadırlar. Kötülerle savaşırken amaç devletin bekasının devamı için canını bile göz kırpmadan vermektir.

Erdoğan'a göre, Polat Alemdar ve Çakır gibi "iyilerin" uyguladıkları şiddet kurulu düzenin devamı için hem meşrulaştırılır (haklı çıkarılır) hem de olağanlaştırılır. Diziler toplumu ve düzeni süper man, süper polis, örümcek adam, kahraman kovboy ya da Polat Alemdar gibi kahramanlar korurlar. Bu meşrulaştırılmış baskı, katillik ve hatta katliam güçleri

tarafından, çoğunlukla kötülerin kullandıkları aynı yöntemi kötülere karşı kullanarak çözümlere ulaşırlar. Bu tür kurgular ve ekmeler, egemen düzeni ve egemen ilişkileri doğallılaştırır ve sorun çıktığında, kişileri topluma uyarlamayı sağlayacak şekilde duruma çözüm getirir; eğer topluma uyarlayamazsa, Kurtlar Vadisi çözümünü getirir (Erdoğan, 2020).

4.KURTLAR VADİSİ VE KURTLAR VADİSİ PUSU DİZİ SERİSİ HABERLERİ SÖYLEM ANALİZİ

Söylem analiz sosyal bilimler alanında oldukça yaygın kullanımı olan ve konuşma ve metinler aracılığıyla oluşan anlam ürünleri ile ilgilenen geniş kapsamlı bir araştırma yöntemidir. Söylem analizinin teoriksel arka planında sosyal bilimlerdeki sosyoloji, psikoloji, dilbilim, medya, siyasal bilimler gibi pek çok farklı alan yer almaktadır. Bu alanların her biri söylem analizini kendi bakış açılarına ve bilimsel yöntemlerine dayalı olarak kullanır ve söylem analizine ilişkin kendi kurallarını oluşturur (Çelik, H., Ekşi, H., [researchgate.net/publication/324259749](https://www.researchgate.net/publication/324259749)).

Söylem üzerinde araştırma yapan eleştirel araştırmalar söylemin etkililiğinin farkına varmak için bir dizi tatmin edici amaca ihtiyaç duymaktadır. Bu açıdan bakıldığında eleştirel söylem analizinin amaçları Van Dijk, (2003) tarafından şöyle sıralanır:

- Eleştirel söylem analizi diğer bütün marjinal araştırma yöntemleri tarafından kabul görmek için vaka analizlerinde diğer marjinal araştırmalardan daha iyi olmalıdır
- Eleştirel söylem analizi var olan paradigmlar ve üsluplar yerine genellikle sosyal problemler ve politik sorunlara odaklanır (Van Dijk, 2003:352).

| Haberler | Pozitif Söylemler | Negatif Söylemler |
|--|-------------------|---|
| <p>Haber1: İsrail'den Türkiye'ye "Kurtlar Vadisi" uyarısı. Kurtlar Vadisi Pusu, İsrail, Ankara-Tel Aviv arasında kriz yaşanmasına neden oldu. "Kurtlar Vadisi Pusu"ya yönelik diplomatik kanallardan bir protesto girişiminde bulunuldu.Polat'ın vurduğu kişinin başından sıçrayan kan duvardaki Davut Yıldızı'na sıçradı. Burası yabancı bir ülke toprağı. Savaş suçu işliyorsunuz. Polat: Hep siz mi savaş suçu işleyeceksiniz? "Kurtlar Vadisi, yanlışları teşhir etmeye devam edecektir" https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/israilden-turkiyeye-kurtlar-vadisi-uyarisi112096, E.T.05.06.2020)</p> | | <p>Uyarı Kriz Protesto Kan Sıçraması Savaş Suçu Yanlışları Teşhir</p> |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Haber 2: Kurtlar Vadisi: Filistin filmi çok tehlikeli"27.01.2011</p> <p>"Kurtlar Vadisi Filistin" filminin Almanya'da gösterimi İsrail karşıtı propaganda yaptığı gerekçesiyle durduruldu. Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma gününde filmin gösterime girmesi tepkilere neden olmuştur. Filme tepki gösterenler tarafından memnuniyetle karşılanırsa da, Kurtlar Vadisi Filistin'e yönelik eleştiriler sürüyor. Hristiyan Birlik Partileri Alman Meclis Grubu Dış Politika Sözcüsü Philipp Missfelder, 2006 yılında gösterilen Kurtlar Vadisi Irak gibi, bu film de Yahudi karşıtı öğeler içerdiğini dile getirdi. Gençler için, tehlike."Hür Demokrat Parti Alman Meclis Grubu Uyum Politikaları Sözcüsü Serkan Tören ise filmin Almanya'da gösterilmemesi gerektiğini belirtti.</p> <p>https://www.cnnturk.com/2011/kultur.sanat/sinema/01/27/kurtlar.vadisi.filistin.film.i.cok.tehlikeli/604764.0/index.html, E.T. 05.06.2021.</p> | | <p>Çok Tehlikeli İsrail Karşıtı Propaganda Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma günü Tepki toplamak Eleştiriler sürüyor Yahudi Karşıtı Gençler için tehlike Gösterilmemesi gerekiyor</p> |
| <p>Haber3: Kurtlar Vadisi Pusu Belgrad sokaklarında</p> <p>ATV ekranlarında izlenme rekorları kıran 'Kurtlar Vadisi: Pusu' dizisi, yayınlandığı ülkelerde de en gözde yapımlar arasında yer alıyor. Dizi, Sırbistan'da da ilgiyle izleniyor. Sırlardan yoğun ilgi görüştür. Dizinin afişleri başkent Belgrad sokaklarını süslemiştir.</p> <p>https://www.star.com.tr/dizi/kurtlar-vadisi-pusu-belgrad-sokaklarinda-haber336624/</p> | <p>İzlenme rekorları kırdı En gözde yapım Yoğun ilgi görüyor Belgrad sokaklarını süslüyor</p> | |
| <p>Haber4: Kurtlar Vadisi'ni 30 ülkeye sattı, 'Filistin'in maliyeti 10 milyon doları da aşacak.</p> <p>Kurtlar Vadisi dizisi otuz ülkeye ihraç ediliyor. Özellikle Kurtlar Vadisi Filistin filminin bütçesi 10 milyon doları geçmiştir. Film yüz ülkede gösterime girecek. Türkiye'nin ihracat pazarını genişleten dizinin ayrıca istihdamda katkısı yüksektir.</p> <p>https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/kurtlar-vadisi-ni-30-ulkeye-satti-filistin-inmaliyeti-10-milyon-dolari-da-asacak-15007615</p> | <p>30 ülkeye ihracat Milyonları ekrana kilitleyen En pahalı film 100 ülkede gösterime girecek İhracat pazarı genişleyecek Dev bir endüstri İstihdama katkısı büyük</p> | |
| <p>Haber5: Güney Amerika'yı 'Kurtlar' bastı</p> <p>Kurtlar Vadisi dizileri Güney Amerika'ya çıkarma yaptı. Arjantin ve Şili ile birlikte dizinin izlendiği ülke sayısı 40'ı geçmiştir. Oyuncular izleyenlerin kahramanı oluyor. Türkiye ekonomisi için pazarlama başarısı olarak kabul edilmektedir. <i>Kurtlar Vadisi</i>, Arjantin ve Şili'de beğeniyle izleniyor. Türk dizileri şu anda 40'tan fazla ülkede yayınlanıyor ve yıllık 10 milyon doların üzerinde bir pazar oluşturuyor.</p> <p>https://www.sabah.com.tr/pazar/2010/12/05/gubey_am_erikayi_kurtlar_basti</p> | <p>Türk Dizilerinin izlendiği ülkeler 40'ı geçti Kurtlar Vadisi Arjantin ve Şili'ye çıkarma yaptı Pazarlama Başarısı 10 milyon doların üstünde pazar Oyunculara kahraman olarak bakılıyor</p> | <p>Kurtlar Bastı</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>Haber 6: Kurtlar Vadisi Yurtdışında İzlenen 17 Türk Dizisi Kurtlar Vadisi yurtdışında ülkemizdeki kadar büyük ilgi görmese de Filistin, Birleşik Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Özbekistan, Bulgaristan ve Kazakistan gibi ülkelerde yüksek izlenme oranları tutturdu. https://www.hurriyet.com.tr/mahmure/galeri-yurtdisinda-izlenen-17-turk-dizisi-34940007</p> | <p>Yüksek İzlenme Oranı Büyük İlgi</p> | |
| <p>Haber 7: Kurtlar Vadisi (2003-2016) Bir dönem herkesi silahlı çatışmalara ve siyah ceketlere özendiren dizi. Çok sevildikçe ve izlendikçe sürekli yeni sezonları yapıldı. Kurtlar Vadisi: Filistin ise Türkiye'nin en pahalı prodüksiyonlarından biri oldu ve aynı anda 100 ülkede piyasaya sürüldü. https://onedio.com/haber/turk-televizyon-tarihinin-yurt-disinda-en-cok-sevilen-ve-firtinali-ruzgarlar-estiren-27-dizisi-</p> | <p>En pahalı prodüksiyon 100 ülkede piyasaya sürüldü</p> | |

4.1. Negatif Söylem Haberleri

Tablo 2’de yer alan haberlere bakıldığında ister negatif ister pozitif haberler olsun hepsi Türk dizi sektörüne pazarlama açısından olumlu hizmet ettiği görülmektedir. Örneğin tablo 2’de yer alan 1. ve 2. Haberler negatif söylemler içermektedir. Ancak, izleyici kitlesi açısından bakıldığında Cumhuriyet gazetesinin yaptığı haber, olan “İsrail’den Türkiye’ye **"Kurtlar Vadisi" uyarısı**” **Uyarı, Kriz, Protesto, Kan Sıçraması (İsrail Bayrağına), Savaş Suçu, Yanlışları Teşhir” gibi negatif söylemlerle dolu bir haberdir. İkinci negatif ve aynı haber CNN Turk’de internet haber sayfasında** “Kurtlar Vadisi Filistin” filminin Almanya’da gösterimi İsrail karşıtı propaganda yaptığı gerekçesiyle durduruldu” başlığıyla yer almıştır. Bu haberin içeriğine bakıldığında Cumhuriyet Gazetesinden daha fazla negatif söylem kullanıldığı dikkat çekmektedir. **“Çok Tehlikeli, İsrail Karşıtı, Propaganda, Nasyonal Sosyalizm Kurbanlarını anma günü, Tepki toplamak, Eleştiriler sürüyor, Yahudi Karşıtı, Gençler için tehlike, Gösterilmemesi gerekiyor”** sözcükleri haberde kullanılmıştır. Bu haberlere rağmen Kurtlar Vadisi dizi serisi ve Kurtlar Vadisi Filistin filmi izlenme rekorları kırmıştır. Bölgesel güç olma bağlamında kamu diplomasisi açısından yapılan siyasal pazarlama unsuru mazlumların yanında olmak, ezilenlere sahip çıkmak doğrultusunda olmaktadır. Bu mesajı alan kitleler sanal bile olsa bu durumdan haz almaktadır.

4.2. Pozitif Söylem Haberleri

Pozitif söylem haberlerine bakıldığında, kullanılan söylemler **“izlenme rekorları kıran, en gözde yapımlar arasında, Sırbistan'da da ilgiyle izleniyor, Sırp halkından yoğun ilgi gören dizi, afişleri başkent Belgrad'ın sokaklarını süslüyor. 30 ülkeye ihracat, milyonları ekrana kilitliyor, En pahalı film, 100 ülkede gösterime girecek, ihracat pazarı genişleyecek, dev bir endüstri, Türk Dizilerinin izlendiği ülkeler 40'ı geçti, Kurtlar Vadisi Arjantin ve Şili'ye çıkarma yaptı, Pazarlama Başarısı, 10 milyon doların üstünde Pazar, Yüksek İzlenme Oranı, Büyük İlgi, En pahalı prodüksiyon, 100 ülkede piyasaya sürüldü”** pozitif söylemleri Türk dizilerinin hem pazarlama hem de siyasal pazarlama açısından başarı göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada pazarlama başarısına ticari açıdan bakılmaktadır. Siyasal pazarlama başarısı ise dizinin kıldığı satış ve izlenme rekorları dizinin içerdiği siyasal iletilerin Ortadoğu, Balkanlar ve diğer ülkeler açısından kabul gördüğü anlamına gelmektedir. Bu kabul görme bölgesel güç olma bağlamında Türk kamu diplomasisinin bir başarısıdır. Bu başarının devamının olabilmesi ise sadece yumuşak güç değil ekonomik, siyasal ve askeri güç ile desteklenmesinden geçmektedir.

SONUÇ

Kamu diplomasisinin önem kazanması ve kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı günümüz devletlerinin kendilerine küresel imaj yaratma ve kamuoyu oluşturma gücü vermiştir.

Bu nedenle günümüzün en önemli teknolojisi olan kitle iletişim araçları ya da medya sektörü özellikle egemen devletlerin, pazarlama, siyasal pazarlama, kamu diplomasisi ve siyasal iletişim yapma aracı olarak küresel kamuoyu yaratmak aracı olarak görev yapmaktadırlar.

Medya sektöründe yaşanan gelişmeler, özellikle günümüzde internet ve sosyal medyanın yaygın kullanımı ve bu araçların ucuz ve kolay ulaşılabilir olması siyasal aktörler için vazgeçilmez unsurlar olmuştur. Siyasal aktörler hem ulusal hem de küresel anlamda, kitlelere çabuk, ucuz ve kolay ulaşmanın yolunu bulmuşlardır. Bu mecrada yer alan tüm medya programları, siyasal aktörler için, kamuoyu oluşturma ve kitlelerin harekete geçmesinde önemli rol oynamaktadır.

Bu bağlamda Türk kamu diplomasisinin gelişiminde Türk dizi sektörü hem ekonominin gücü açısından pazarlama hem de siyasal aktörler için siyasal pazarlama bağlamında iki yönlü görev yapmaktadırlar. Siyasal aktörlerin küresel ya da bölgesel güç olmasında bu tür diziler önemli stratejik hamlelerdir. Bu türden diziler küresel kamuoyu yaratmak için stratejik hedefler doğrultusunda hareket etmektedirler. Bu bağlamda küresel anlamda oldukça önemli bir stratejik noktada bulunan Türkiye'nin bölgesel güç olmasında, yumuşak güç unsuru olarak bu diziler önemli rol oynamaktadır. Diziler yayınlandığı ülkelerde Türkiye'ye ilişkin sempati yaratma görevi görmektedirler. Bu dizileri izleyen başka ülke halkları yaratılan bu sempati doğrultusunda Türk ürünlerini satın almaya yönelirken diğer yandan Türk kültürüne yakınlaşmaktadır. Kültürel yakınlaşma ise siyasal aktörlerin işini kolaylaştırmaktadır. O ülke ile yapılacak askeri ve siyasi anlaşmalarda uzlaşma olasılığı artmaktadır. Çünkü her siyasal aktörün korkulu rüyası kamuoyu baskısıdır.

Küreselleşme süreci ve güçlenen medya sektörü metaların küresel ve bölgesel düzlemde dolaşımını kolaylaştırmaktadır. Buradan hareketle Türk dizi sektörünün pazarlama başarısı siyasal pazarlama başarısını da beraberinde getirmektedir. Örneğin; atv' de yayınlanan *Çocuklar Duymasın*' dizisi Japonya'da çok izlenmektedir. Kurtlar Vadisi dizi serisi ise yukarıda yer alan haberlerde de görüldüğü gibi pazarlama rekoru kırmaktadır. Dizinin maddi olarak başka ülkelere satın alınmasının dışında dizinin içerdiği siyasal iletiler siyasal hem pazarlama hem de kamu diplomasisi açısından Türkiye'nin bölgesel güç olması bağlamında önemli mesajlar içermektedir. Ayrıca dizinin Ortadoğu, Balkanlar ve Türk Cumhuriyetleri'nde izlenme rekorları kırması Türk kamu diplomasisinin gücü açısından önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

AMA, (2007).Pazarlama Terimleri, (E.PazarlamaTerimleri(2007)).<http://www.ama.org/aboutAMA/Pages/Definiton>.

Asan, Y. (2017). Diriliş'i 60 ülke seyrediyor. Yenişafak.com. 27.06.2019 tarihinde <https://www.yenisafak.com/hayat/dirilisi-60-ulke-seyrediyor-2627920> adresinden edinilmiştir.

Bagozzi, R., P., (1975). Marketing as Exchange, *Journal of Marketing*, Vol.39, No:4, October, s.32.

Çelik,H.EkşiH.,(2008)SöylemAnalizi,https://www.researchgate.net/publication/324259749_S_OYLEM_ANALIZI, (E.T. 27.07.2021)

Diñer O. B., Kutlay M. (2012) Türkiye'nin Ortadoğu'daki Güç Kapasitesi - Mümkünün Sınırları. Ampirik Bir İnceleme. *USAK Rapor* No: 12-03.

<http://www.usak.org.tr/dosyalar/diger/oKz1DPdBykjNGR01qGFTne1794rk dZ.pdf>.

Erdoğan, İ., (2020). Derin Devlet ve Tetikçileri: Kurtlar Vadisi: Yürüyen Kervana Havlayanlara Havlayanları Yüceltme, <https://www.researchgate.net/publication/344187505> (E.T. 5.06.2021).

Fitzpatrick, K., Fullerton, J. & Kendrick, A. (2013). Public relations and public diplomacy: Conceptual and practical connections, *Public Relations Journal*, 7 (4), 1-21.

Fukuyama, F., (2000/b), *Büyük Çözülme*, İstanbul, Sabah Kitapları.

Heywood, A., (2018). *Siyaset*, BB101 Yayınları.

Karagül, M., (2012). *Dünya Ekonomisi (Tehdit ve Fırsatlarıyla)*, Nobel Yayınevi, Ankara.

Kelley, S., (1956). *Professional Public Relations and Political Power*, Baltimore, John Hopkins.

Bölgesel Güç Olma... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
Kılıçaslan, E.,(2019). *Küreselleşme Sürecinde Devletlerarası İlişkiler Siyasal İletişim ve Kamu Diplomasisi*, Paradigma Akademi Yayınları, Çanakkale.

Kılıçaslan E., Çalışır, G., (2017). Stratejik Siyasal İletişim Bağlamında Referandumlar, 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Twitter Analizi, https://www.researchgate.net/publication/331374649_Stratejik_Siyasal_Iletisim (E.T. 27.07.2021)

Nye, J., (2008). “Public Diplomacy and Soft Power”, *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 94, 2008, s. 96.

Nuroğlu, Elif. (2013). Dizi Turizmi: Orta Doğu Ve Balkanlar’dan Gelen Turistlerin Türkiye’yi Ziyaret Kararında Türk Dizileri Ne Kadar Etkili?, 5. *Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi, Bildiri*.

Özkan, Abdullah. (21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye’nin Kamu Diplomasisi İmkânları, https://tasam.org/Files/PDF/Raporlar/STR70_21_Yuzyilin_Stratejik_Vizyonu.pdf_66fb77c9cd79-481e-a185-9a9c26ffe7b7.pdf, E.T.07.06.2021).

Özkan, Necati, (2002). *Seçim Kazandıran Kampanyalar*. MediaCat yayıncılık, İstanbul.

Ranney, A. ve Kousser, T. (2008). “Politics in the United States”, in G. Almond, G. Powell, R. Dalton ve K. Strom (der.), *Comparative Politics Today: A World View*, 9. Baskı, New York: PearsonLongman.

Van Dijk, T. (2003). *Analysis Critical Discourse*. New York: Academic Press.

Schiffrin., D. Tannen, & E., H. Hamilton (Ed.), *In The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blakwell Publishing.



Yayına Geliş Tarihi:01/07/2021
Yayına Kabul Tarihi:06/09/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:186-199
ISSN: 2587-2206

DİJİTAL EKONOMİ VE İŞGÜCÜ PİYASASI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN KANONİK KORELASYON ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Zeynep ŞENGÜL¹

Özet

Bu çalışmada Eurostat 2019 Avrupa ülkelerinin dijital ekonomi değişken kümesi ile işgücü piyasası kümesi arasındaki ilişki analiz edilmektedir. İki değişken kümesinde yer alan her birinde en az iki değişken olması gereken değişken gruplarının birbirleri arasındaki ilişki çok değişkenli istatistik yöntemi olan kanonik korelasyon analizi ile incelenmektedir.

Kanonik korelasyon uygulanmadan önce tüm varsayımlar sağlanarak, basit korelasyon uygulanmaktadır. Basit korelasyon matrisi incelendiğinde tüm değişkenlerin birbirleri arasındaki ilişkinin olumlu olduğu görülmektedir. Uygulanan analiz sonucunda üç tane kanonik korelasyon katsayısı hesaplanmakta sadece birinci kanonik korelasyon katsayısı anlamlı çıkmaktadır. Birinci kanonik katsayısı 0.668 olarak hesaplanmakta ve dijital ekonomi ile işgücü piyasası kümeleri arasında pozitif ve orta düzeyde bir ilişkinin var olduğu söylenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ekonomi, İşgücü Piyasası, Kanonik Korelasyon Analizi.

EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITAL ECONOMY AND LABOR MARKET WITH CANONICAL

Abstract

In this study, the relation between the digital economy variable cluster of Eurostat 2019 European countries and the labor market cluster is analyzed. The relation between each other of the variable groups, which must have at least two variables in each of the two variable sets, is analyzed by canonical correlation analysis, which is a multi-variable statistical method.

Before canonic correlation is applied, all assumptions are provided and simple correlation is applied. When the simple correlation matrix is examined, it is seen that all changes are positive in the relation between each other. Three canonic correlation coefficient are calculated as a result of the analysis performed, only the first canonic correlation

¹ Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, zzeynepsengul@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0461-6203

Key Words: Digital Economy, Employment Market, Canonic Correlation Analysis.

GİRİŞ

Dünya ekonomisi incelendiğinde ticari hayatın yıllar itibari ile dijitalleştiği görülmektedir. Ticari hayatta hızla gelişen dijital ekonomi günümüzde ekonominin temelini oluşturmaktadır.

Gelişen teknoloji ve artan internet kullanımı, yaşanan dijitalleşme ile beraber, finans, sağlık, eğitim, sanayi, tarım gibi pek çok sektörde yer aldığı görülmektedir. Küreselleşen ekonomi ile beraber dijital dönüşüm kaçılmaz olmaktadır (Yüce ve Akbulut, 2018: 107). Dijital dönüşüm sayesinde yeni iş olanakları çıkmakta ve tüketicilerin davranışlarının değiştiği görülmektedir (Uzgören ve Kara, 2015: 2).

Günümüz dünya ekonomisinde; bilgisayar, internet, bulut bilişim, web tabanlı reklamcılık, elektronik ödeme hizmetleri, sanal para kullanıldığını bu kavramaların dijital ekonominin temel özellikleri haline geldiği görülmektedir. Ekonomik hayatta meydana gelen teknolojik değişim, dijital ekonominin başlamasına sebep olması ile beraber ekonominin genelini oluşturduğu görülmektedir. 1990 ve 2000’li yılların başlarında iş başvuruları için gazetede verilen ilanlara bizzat başvuru yapılmaktayken, şu anki dönemde iş başvuruları internet üzerinden yapılabilmekte, birçok alanda eğitimler internet üzerinden çevrimiçi verilebilmektedir. Hızla gelişen teknoloji, insanlar için büyük kolaylık sağlayarak telefonlara indirilebilen uygulamalar sayesinde tek bir adım atmadan istenilen ürün alınabilmektedir. Birçok girişimcinin ofis tutmadan internet üzerinden kurulan işletme ile ticaret yapılması günümüzün bilinen gerçeğidir.

Gerçekleşen ekonomik gelişmeler, Amerikan işgücü piyasası üzerinde analiz edilerek işgücü piyasalarına etkisi hakkında bilgi sahibi olunmuştur. Analizde gözlemlenen olayda orta vasıflı işgücüne olan talep azalırken, yüksek ve düşük vasıflı işgücüne talebin arttığı görülmektedir (Karaçay & Alpkan, 2019). Meydana gelen bu durumun araştırmalar sonucunda nedeni gelişen teknoloji sayesinde rutin işlerde teknolojinin emeği ikame ettiğini vurgulamaktadır (Jaimovich ve Siu, 2019).

Bu çalışmada, Eurostat verilerinde yer alan dijital ekonomi değişkenleri ve işgücü piyasası değişkenleri arasındaki ilişki kanonik korelasyon analizi ile ölçülmesi amaçlanmaktadır.

1.LİTERATÜR

İlgili literatür incelendiğinde, Altınok, Sugözü ve Çetinkaya (2003), yapmış oldukları çalışmada elektronik ticaretin makro ekonomik avantajlarının dezavantajlarından daha fazla olduğunu vurgulamaktadır.

Üretimde maliyetlerinin azaltıcı etkide olduğu, rekabet gücünü olumlu etkilediği, fiyatlar genel seviyesinde azalma yaşandığı, fiyat istikrarının sağlanması olumlu etkisinin olduğu, pazar yapısını ve yeni iş olanaklarının ortaya çıktığını ifade ederek dezavantajlarının telafi ederek istihdamın gerçekleştiğini ifade etmektedir. Çiğdem (2019), endüstri 4.0'ın işgücü piyasasına etkileri ve dijital emek platformlarının ortaya çıkışını ele alan çalışmasında, endüstri 4.0 ile gelen yenilikler işgücü yapısını etkilediğini vurgulamaktadır. Dijital ekonominin bireylere gelir elde etmek için yeni ortamların oluştuğunu ifade etmektedir. Gözüküçük (2019), Dijital dönüşüm ve ekonomik büyüme üzerine yazdığı tezinde bireysel internet kullanımının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) üzerindeki etkisinin pozitif olduğunu ifade etmektedir. Çark (2020), Dijital dönüşümün işgücü ve meslekler üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında, dijital dönüşüm nedeni ile işlerini kaybedebilecek meslek gruplarının olduğunu vurgulamaktadır. BİT alanında yaşanacak dönüşümler ile bazı ülkeler bu durumu benimseyemeyerek teknolojinin yıkıcı gücünü yaşayacakken bazı ülkeler olumlu yanları kullanarak öne çıkabileceğini ifade etmektedir. Çevik Tekin ve Küsbeci (2021), dijital dönüşüm sürecince dijital girişimciliği ele aldıkları araştırmada, birçok ülkede dijital girişimcilik ile beraber ekonomik kalkınmanın, istihdamı oluşturmanın en büyük faktörlerinden biri olduğunu ifade etmektedir. Dijital teknoloji sayesinde meydana gelen yeni teknolojiler ile girişimciler sanal platformlarda işletmelerinin bu dijital dönüşüm sürecinde daha etkin rol oynayabildiğini vurgulamaktadır.

2.YÖNTEM

2.1.Kanonik Korelasyon Analizi

İki farklı değişken arasındaki en basit ilişkiyi gösteren istatistiksel yöntem basit korelasyon olarak adlandırılmaktadır (Kalaycı, 2008, s:237). Korelasyon katsayısı +1 ile -1 arasında değer almaktadır. Değer 1'e yaklaştıkça değişkenler arasında güçlü ilişki olduğu, 0'a yaklaştıkça zayıf ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayısı eksi (-) değer alması değişkenlerin biri artarken diğersinin azaldığını, korelasyon katsayısının artı (+) değer alması değişkenlerin biri artarken diğersinin de arttığını ifade etmektedir.

Hotelling (1936) tarafından geliştirilen çok değişkenli istatistik yöntemlerinden biri kanonik korelasyon analizidir. Kanonik korelasyon katsayısı iki değişken kümesine sahip olması ile beraber bu değişken kümelerinin en az iki ve daha fazla ($p \geq 2$ ve $q \geq 2$) değişkene sahip olması gerekmektedir (Alpar, 2017, s:757).

Kanonik korelasyon analizi n gözlemden oluşmaktadır. Bağımsız değişken kümesinde q kadar bağımsız değişken (X_q), bağımlı değişken kümesinde p kadar bağımlı değişken (Y_p) vardır. Kanonik korelasyon katsayıları 0 ile +1 arasında değer almaktadır (Oktay ve Kaynak, 2007).

Gösterimi;

$$Y_1 + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_p = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_k$$

(1) şeklindedir.

Birinci kümedeki değişkenler arasında $p(1-p)/2$, ikinci kümedeki değişkenler arasında $q(1-q)/2$ tane korelasyon mevcuttur. İki değişken kümesi arasında is $p.q$ kadar korelasyon vardır. Bu kadar fazla korelasyon katsayısını yorumlamak güç olmakla beraber kanonik korelasyon analizi korelasyon katsayılarını azaltmayı amaçlamaktadır (Oktay ve Çınar, 2012).

2.2.Kanonik Korelasyon Analizinin Amaçları

Kanonik korelasyon analizinin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Thompson, 1984, Hair, Anderson, Tahtam ve Black, 1992);

i.Elde edilmiş iki değişken kümesinin birbirlerini ne ölçüde etkilediği göstermektedir,

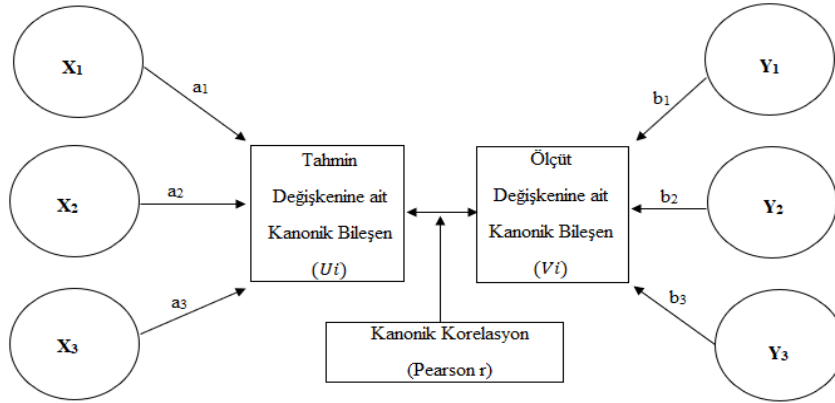
ii.Kanonik değişkenin, dahil olan ve dahil olmayan değişken kümelerini ne kadar açıklayıcı gücü olduğunu göstermektedir,

iii.Farklı kanonik fonksiyonların ilişkileri açıklamak için yaptığı tahminin ne kadar güçlü olduğunu belirlemektedir.

iv.Her küme doğrusal bileşenlerini maksimum olarak ilişkilendirerek, bağımlı ve bağımsız değişken kümeleri için ağırlık türetmek.

2.3.Kanonik Değişkenlerin Elde Edilmesi

Kanonik korelasyon bağımlı ve bağımsız değişken kümeleri arasındaki doğrusal ilişkiyi araştırmaktadır. Kanonik korelasyon analizi, n gözlemden oluşmaktadır. Bağımsız değişken kümesinde q kadar bağımsız değişkenden (X_q), bağımlı değişken kümesinde p kadar bağımlı değişkenden (Y_p) meydana gelen doğrusal ilişki vardır. Bu değişkenlerden türetilen doğrusal bileşen çiftlerine kanonik değişken adını almaktadır (Oktay,Kaynak, 2007).



Şekil 1: Kanonik Korelasyon Analizin Gösterimi

Kanonik korelasyon analizinin gösterimi Şekil 1’de yer almaktadır. (U_i, V_i) kanonik değişken olarak adlandırılmaktadır. Birinci kanonik değişkenler aşağıdaki eşitlikte ifade edilmektedir:

$$U_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1q}X_q,$$

$$V_1 = b_{11}Y_1 + b_{12}Y_2 + \dots + b_{1p}Y_p, \quad (2)$$

Kanonik değişkenler arasındaki korelasyon ρ_i ile gösterilmektedir. (U_1, V_1) arasındaki korelasyon ρ_1 ile ifade edilmektedir. Birinci kanonik değişken hesaplandıktan sonra sırasıyla (U_2, V_2) , (U_3, V_3) , ..., (U_n, V_n) kanonik değişkenleri hesaplanarak $(\rho_2, \rho_3, \dots, \rho_n)$ kanonik korelasyonları bulunmaktadır.

2.4.Kanonik Korelasyon Katsayısı ve Katsayıların Anlamlılığının Sınanması

Kanonik korelasyonuna ait fonksiyon Eşitlik (3)'de gösterilmektedir:

$$\rho_{u,v} = \frac{Kov(U,V)}{\sqrt{Var(U)Var(V)}} = \frac{a' \Sigma_{12} b}{\sqrt{(a' \Sigma_{11} a) (b' \Sigma_{12} b)}}$$

(3)

Eşitlik (3)'de gösterilen denklemde a ve b katsayılarının en yüksek olduğu korelasyon katsayısını bulmak gerekmektedir. Böylelikle kanonik değişkenler arasındaki korelasyon maksimum olmaktadır (Özdamar, 2010).

Kanonik korelasyon katsayılarının anlamlılıklarını sınamak amacıyla birçok farklı test geliştirilmiş olmaktadır. En yaygın olarak kullanılan test istatistiği 1941 yılında Bartlett tarafından geliştirilmiş olan Wilk's Lamda istatistiğidir (Bartlett,1941).

$$H_0: \rho_1 = \rho_2 = \dots = \rho_p$$

$$H_1: \text{En az } \rho_i \neq 0$$

Test istatistik değeri Eşitlik (4)'de verilmektedir.

$$X^2 = -[(n-1) - (p+q+1)/2] \log_e \left(\prod_{i=1}^p (1 - r_i^2) \right)$$

(4)

Test istatistiği khi-kare tablo ile karşılaştırılmaktadır. Khi-kare hesap değeri, khi-kare tablo değerinden büyük olması H_0 hipotezini reddetmektedir. H_0 hipotezinin reddedilmesi, en az bir tane kanonik korelasyon katsayısının anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

3.UYGULAMA VE VERİ

Bu çalışmada kullanılan veriler EUROSTAT'ın 2019 yılına ait 26 Avrupa ülkesi (Belçika, Bulgaristan, Çekya, Danimarka, Almanya, Estonya, İrlanda, Yunanistan, İspanya, Fransa, Hırvatistan, İtalya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Macaristan, Malta, Hollanda, Avusturya, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovenya, Slovakya, Finlandiya, İsveç) için açıklanan işgücü piyasası ve dijital ekonomi göstergelerinden elde edilmektedir. Günümüzde gelişen ve tercih edilen dijital ekonominin işgücü piyasasına etkisi kanonik korelasyon analizi ile incelenmektedir. Bağımlı değişken kümesinde (Y_i) bulunan değişkenler; istihdam oranı, işgücü piyasası geçiş oranı, aktif olmayan nüfus oranı olmak üzere üç tanedir. Bağımsız değişken kümesinde

(X_i) yer alan değişkenler; web siteleri ve işlevler, e-ticaret satımları ve çalışanlar tarafından internet ve bilgisayar kullanımı olmak üzere üç tanedir.

Bağımlı ve bağımsız değişken kümelerinde yer alan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | Ortalama | Standart Sapma | Çarpıklık | Basıklık | Shapiro-Wilk Probability |
|---|----------|----------------|-----------|----------|--------------------------|
| İstihdam Oranı(Y_1) | 69,936 | 5,652 | -0,741 | 0,036 | 0,249 |
| İşgücü Piyasası Geçişleri Oranı(Y_2) | 37,808 | 10,325 | -0,517 | 0,110 | 0,334 |
| Aktif Olmayan Nüfus Oranı(Y_3) | 25,556 | 4,568 | -0,679 | 0,244 | 0,73 |
| Web Siteleri ve İşlevler(X_1) | 75,960 | 13,411 | -0,513 | -0,495 | 0,409 |
| E-Ticaret Satımları(X_2) | 19,480 | 7,953 | 0,487 | -0,518 | 0,396 |
| Çalışanlar Tarafından İnternet ve Bilgisayar Kullanımı(X_3) | 51,760 | 13,448 | 0,612 | 0,094 | 0,346 |

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de gösterilmektedir. Değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında değer aldığı görülmektedir. Bu sebeple değişkenlerin normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir. Değişkenlere uygulanan normallik testi Shapiro-Wilk test istatistiğine ait olasılık değerleri incelendiğinde tüm değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ait basit korelasyon matrisi Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Tüm Değişkenler Arasındaki Basit Doğrusal Korelasyon Katsayıları (Pearson r)

| | Y ₁ | Y ₂ | Y ₃ | X ₁ | X ₂ | X ₃ |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Y ₁ | 1 | ,770** | -,912** | ,552** | ,423* | ,438* |
| Y ₂ | | 1 | -,735** | ,631** | ,545** | ,495* |
| Y ₃ | | | 1 | -,602** | -,415* | -,555** |
| X ₁ | | | | 1 | -,714** | ,858** |
| X ₂ | | | | | 1 | ,668** |
| X ₃ | | | | | | 1 |

NOT:**0,01 düzeyinde anlamlıdır. * 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 2’de tüm değişkenlerin basit doğrusal korelasyon katsayıları incelendiğinde hepsinin birbirleriyle anlamlı ilişkisi olduğu görülmektedir.

Y₁ değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayılarına incelendiğinde;

- Y₂ ile aynı yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- Y₃ ile ters yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₁ ile aynı yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₂ ile aynı yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₃ ile aynı yönlü orta, düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

Y₂ değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayılarını incelediğimizde;

- Y₃ ile ters yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₁ ile aynı yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₂ ile aynı yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X₃ ile aynı yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

Y_3 değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayılarını incelediğimizde;

- X_1 ile ters yönlü, orta korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_2 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_3 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

X_1 değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayıları incelendiğinde;

- X_2 ile ters yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_3 ile aynı yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

X_2 değişkeninin X_3 ile korelasyon katsayısı incelendiğinde;

- X_3 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

Y_3 değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayılarını incelediğimizde;

- X_1 ile ters yönlü, orta korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_2 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_3 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

X_1 değişkeninin diğer değişkenlerle korelasyon katsayıları incelendiğinde;

- X_2 ile ters yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.
- X_3 ile aynı yönlü, yüksek korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

X_2 değişkeninin X_3 ile korelasyon katsayısı incelendiğinde;

- X_3 ile ters yönlü, orta düzeyde korelasyon katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

Y kümesi üç tane değişkene sahip olmaktadır. Bu sebeple üç tane kanonik değişken ve kanonik korelasyon fonksiyonu elde edilmektedir. Elde

edilen kanonik değişkenlere uygulanan Wilk's Lambda çok değişkenli anlamlılık sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3: Kanonik Korelasyon Katsayıları ve Anlamlılık Katsayıları

| U_i, V_i | Kanonik Korelasyon | Wilk's Lambda | Chi-SQ | Df | P. Değeri |
|------------|--------------------|---------------|--------|-------|--------------|
| 1 | 0.668 | 0.441 | 17.594 | 9.000 | 0.040 |
| 2 | 0.449 | 0.797 | 4.891 | 4.000 | 0.299 |
| 3 | 0.053 | 0.997 | 0.061 | 1.000 | 0.805 |

Tablo 3.'de Kanonik korelasyon katsayı sınamalarına ait hipotezler;

-H₀: Kanonik korelasyon katsayıları önemsizdir,

-H₁: Kanonik korelasyon katsayıları önemlidir, şeklindedir.

Tablo 3 incelendiğinde birinci değişken çiftlerine (U_i, V_i) ait p değeri $p < 0,05$ olduğu üzere kanonik değişken anlamlıdır. Birinci kanonik korelasyon 0,668 değeri ile iki değişken arasında orta dereceli bir ilişki olduğu görülmektedir. Diğer kanonik korelasyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı olmadığı için yorumlanmamaktadır. Bu sebeple sonraki analiz çıktıları birinci kanonik korelasyon için yorumlanmaktadır.

Değişken kümelerine ait standartlaştırılmış ve ham değerler kanonik korelasyon değerleri Tablo 4'de yer almaktadır. (Şemseddin Yasan), Afyonkarahisar Muhtarlar Derneği (Suat Uygur) ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği'nden (Hamza Kalkan) destek alınmıştır.

Tablo 4: Kanonik Değişken Çiftleri için Standartlaştırılmış Kanonik Katsayılar

| | V_1 | V_2 | V_3 | | U_1 | U_2 | U_3 |
|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|
| Y_1 | 0.327 | 1.783 | 1.879 | X_1 | -0.786 | 0.982 | 1.430 |
| Y_2 | -0.764 | 0.611 | -1.239 | X_2 | -0.258 | 0.769 | -1.111 |
| Y_3 | 0.611 | 2.342 | 0.393 | X_3 | -0.029 | -1.824 | -0.605 |

Standartlaştırılmış kanonik katsayıların yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde, Y ve X kümelerinde üç tane değişken olduğu için her ikisi için üç tane standartlaştırılmış kanonik katsayıları bulunmaktadır.

$$V_1 = 0.327Y_1 - 0.764Y_2 + 0.611Y_3$$

$$U_1 = -0.786X_1 - 0.258X_2 - 0.029X_3$$

(5)

V_1 kanonik değişkene en fazla etki eden değişken Y_2 'dir. U_1 kanonik değişkenine en fazla etki eden değişken X_1 'dir.

İki değişken kümesi de üçer tane değişken setine sahip olmaktadır. Bu sebeple her değişken kümesinin üç tane kanonik yük katsayısı vardır. Y kümesine ait değişkenlerin sahip olduğu V_i kanonik yükler Tablo 5'de gösterilmektedir. Kanonik yük, X değişken kümesindeki veri setleri ile Y değişken kümesindeki veri setleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Tablo 5: Y Değişken Setine Ait Kanonik Yükler

| | V_1 | V_2 | V_3 |
|-------|--------|-------|--------|
| Y_1 | -0.818 | 0.119 | 0.563 |
| Y_2 | -0.961 | 0.265 | -0.084 |
| Y_3 | 0.874 | 0.267 | -0.406 |

Y değişkenine ait kanonik yükler Tablo 5 'da incelendiğinde V_1 kanonik değişkeninde tüm değerler yüksek ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. V_1 ile en güçlü ilişkiyi kuran sırasıyla; Y_2 , Y_3 , Y_1 değişkenleridir. V_2 kanonik değişkenine ait değerler incelendiğinde hepsinin düşük ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. V_2 ile en güçlü ilişkiyi kuran sırasıyla Y_3 , Y_2 , Y_1 değişkenleridir. V_3 kanonik değişkeni incelendiğinde, Y_2 ile güçlü ilişkide olduğu, Y_3 ve Y_1 ile orta derecede ilişki olduğu görülmektedir.

X kümesine ait değişkenlerin sahip olduğu U_i kanonik yükler Tablo 6'da yer almaktadır. Kanonik yük, Y değişken kümesindeki veri setleri ile X değişken kümesindeki veri setleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir.

Tablo 6: X Değişken Setine Ait Kanonik Yükler

| | U_1 | U_2 | U_3 |
|-------|--------|--------|--------|
| X_1 | -0.980 | -0.049 | 0.194 |
| X_2 | -0.793 | 0.203 | -0.575 |
| X_3 | -0.862 | -0.489 | -0.138 |

X değişkenine ait kanonik yükler Tablo 6'da incelendiğinde; U_1 kanonik değişkenin X değişkenleriyle güçlü bir ilişkide olduğu görülmektedir. U_1 kanonik değişkeni sırasıyla X_1 , X_3 , X_2 ile en güçlü ilişkiyi kurmaktadır. U_2 kanonik değişkeni sırasıyla X_3 , X_2 , X_1 ile en güçlü ilişkiyi kurmaktadır. U_3 kanonik değişkeni sırasıyla, X_2 , X_1 , X_3 ile güçlü ilişki kurmaktadır.

Köklere ait varyans oranları ve gereksizlik katsayıları Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7: Açıklanan Varyans Oranları ve Gereksizlik

| Kanonik Değişken | Varyans | Gereksizlik Katsayısı | Kanonik Değişken | Varyans | Gereksizlik Katsayısı |
|------------------|---------|-----------------------|------------------|---------|-----------------------|
| 1 | 0,785 | 0.350 | 1 | 0,777 | 0.347 |

Tablo 7 incelendiğinde kanonik değişkenlerin kendi setlerindeki açıkladığı kısmı gösteren varyans oranı;

Y değişken kümesinin sahip olduğu kanonik yüklerin karelerinin toplamının kümedeki değişken sayısına bölünerek hesaplanmaktadır.

Y değişken kümesinden elde edilen kanonik değişkenlerin kendi setinde açıkladığı varyans oranlarının toplamı %100’dür. Y değişken kümesine ait birinci kanonik değişkenin (V1) açıklanan varyans oranı %78.5’dir ve Eşitlik 6’de gösterilen şekilde hesaplanmaktadır:

$$V_1=[(-0.818)^2+(-0.961)^2+(0.874)^2]/3=0.785$$

(6)

X değişken kümesinden elde edilen kanonik değişkenlerin kendi setinde açıkladığı varyans oranlarının toplamı %100’dür. X değişken kümesine ait birinci kanonik değişkenin (U1) açıklanan varyans oranı %77.7’dir ve Eşitlik 7’de ifade edilen şekilde hesaplanmaktadır:

$$U_1=[(-0.980)^2+(-0.793)^2+(-0.862)^2]/3=0.777$$

(7)

Gereksizlik katsayısı, X ve Y kümesindeki değişkenlere ait kanonik değişkenlerin çapraz sette açıkladıkları oranı ifade etmektedir. Birinci kanonik fonksiyona ait kanonik korelasyon katsayısı 0.668 olarak hesaplandığı görülmektedir. Birinci bağımlı kanonik değişkenin bağımlı sette açıkladığı kısım % 0.35’dir ve Eşitlik 8’de gösterildiği gibi hesaplanmaktadır:

$$0.785*(0.668)^2=0.350$$

(8)

Birinci bağımsız kanonik değişkenin bağımlı değişkende açıkladığı kısım %34.7’dir ve Eşitlik 9’da ki gibi hesaplanmaktadır:

$$0.777*(0.668)^2=0.347$$

(9)

SONUÇ

Çalışmada dijital ekonomi ve işgücü piyasası değişkenleri arasındaki ilişki kanonik korelasyon analizi ile incelenmektedir. Y bağımlı değişken kümesi olarak işgücü piyasasında bulunan; istihdam oranı, işgücü piyasası geçişleri oranı ve aktif olmayan nüfus oranı ele alınırken, X bağımsız değişken kümesi dijital ekonomi değişkenlerinden oluşarak; web siteleri ve işlevler, e-ticaret satımları, çalışanlar tarafından internet ve bilgisayar kullanımını verileri analiz edilmektedir.

Analiz bulgularına göre, dijital teknoloji ile işgücü piyasası arasındaki ilişkiye ait hesaplanmış olan üç adet kanonik fonksiyonundan istatistiksel olarak anlamlı olan birinci kanonik fonksiyonuna ait kanonik korelasyon katsayısı (0.668) ele alındığında dijital dönüşüm değişkenleri ile işgücü piyasası değişkenleri arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

İşgücü piyasası ile dijital ekonomi kümeleri arasında doğrusal korelasyon matrisi incelendiğinde tüm değişkenlerin birbirleri ile anlamlı ilişkide ve düşük denilemeyecek kadar güçlü ilişki olduğu görülmektedir. Böylelikle herhangi bir adımda alınacak kararların dikkatli şekilde alınarak uygulanması gerektiği ve bu kararların işgücü piyasasını etkileyebileceği görülmektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda dijital dönüşüm değişkenleri ile işgücü piyasası arasında olumlu yönde etkilerinin olduğu görülmektedir. Avrupa ülkeleri örneğinde tespit edilen bu ilişkinin, ülkelerin dijital ekonomiye ait yeni politikalar benimsemesi gerektiği görülmektedir.

Bulgulara dayanarak, dijital ekonominin gelişimine katkı sağlamak gerekmektedir. Böylelikle günümüzde büyük bir alanı kaplayan bilişim teknoloji sayesinde işgücü piyasası verimliliği olumlu yönde harekete geçecektir.

KAYNAKÇA

Altınok, S., Sugözü, H. İ. ve Çetinkaya, M. (2003). “Geleneksel Ticaretin Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri”, <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf>, ss.1-8.

Bartlett, M.S. (1941). “The Statistical Significance of Canonical Correlations”. *Biometrika*. Vol. 32, 29-37p.

Çark, Ö. (2020). “Dijital Dönüşümün İşgücü ve Meslekler Üzerindeki Etkileri”, *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, Cilt:4, ss.19-34.

Çevik Tekin, İ. ve Küsbeci, P. (2021). “Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Girişimcilik”, *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, ss.81-102.

Çiğdem, S. (2019). “Endüstri 4.0 ve Dijital Emek Platformlarının İnsana Yakışır İş Bağlamında Değerlendirilmesi”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, ss.1-44.

Gözüküçük, M. F. (2019). “Dijital Dönüşüm ve Ekonomik Büyüme”, <http://katalog.ticaret.edu.tr/e-kaynak/tez/82355.pdf>, ss.1-166.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tahtam, R. L. ve Black, W. C., (1992). *Multivariate Data Analysis*, (Third Edition), Maxwell Macmillan International Editions, ss.196.

Kalaycı, Ş. (Ed.) (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd.Şti.

Karaçay, G., ve Alpkın, L. (2019). “Dijital Dönüşümün İşgücü Piyasalarına Etkileri: Türkiye İşgücü Piyasası İçin Sosyal Politika Önerileri.” *Türk İdare Dergisi*, Sayı:488, ss.345-372.

Oktay, E., ve Çınar, Ç., (2002). “Avrupa Birliği Ülkelerinin Bazı Sosyal Ve Ekonomik Göstergeleri Arasındaki İlişkinin Kanonik Korelasyon Analizleri Yardımıyla Belirlenmesi”, *EKEV Akademi Dergisi*, 6 (12), ss.11-31.

Oktay, E., ve Kaynak, S., “Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkelerinin Bilgi Ekonomisi Girdi ve Çıktı Değişkenleri Arasındaki Kanonik İlişkinin Araştırılması”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 2007, ss.419-440.

Jaimovich, N. & Siu, H. E. (2019). “Job polarization and jobless recoveries”. *Review of Economics and Statistics*, 1-46p.

Thompson, B. (1984). *Canonical Correlation Analysis: Uses and Interpretation*. Sage Publications, California. 69p.

Uzgören, E. ve Kara, O. (2015). “Yeni Ekonomi’nin Üretim, Tüketim ve Piyasa Yapısı Çerçevesinde Olası Mikro Ekonomik Etkileri”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(8), ss.1-25.

Yüce, M. ve Akbulut, N. (2018). “Beps Eylemi Kapsamında Dijital Ekonominin Vergilendirilmesine İlişkin Alınan Önlemler”, *Akademik Bakış Dergisi*, 68, ss.105- 123.



Yayına Geliş Tarihi:10/08/2021
Yayına Kabul Tarihi:08/12/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:200-215
ISSN: 2587-2206

TRİLYE'DE BİR DEVŞİRME CAMİİ: HAGIOS STEPHONES KİLİSESİ (FATİH CAMİİ)

Fevzi MERCANOĞLU¹

Özet

Trilye konumu itibari ile Avrupa ve Asya'nın kesişim noktası olması münasebeti ile ticaret gelişmiş ve farklı kültürlerin etkin olmasına ve oluşmasına zemin hazırlamıştır. Buna istinaden antikçağdan itibaren günümüze gelene kadar pek çok kültürlere ev sahipliği yapmıştır. Bu kültürlerin içerisinde mimari bakımından en baskın dönemi Bizans ve Osmanlı dönemleri olmuştur. Bizans imparatorluğu döneminde dini merkez olarak kullanıldığı saptanmıştır. Yapıların içerisinde en iyi korunan ve günümüzde ayakta kalan Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii)'dir. Bu araştırma da devşirme cami olan Fatih Camii'nin gerek plan ve mimari, gerekse süslemeleri bakımından incelenerek belli bir eksen üzerinden gidilerek ve günümüzdeki durumu göz önüne alınarak çeşitli edinilen bilgiler ışığında yazılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bizans, Bizans Mimarisi, Osmanlı, Osmanlı Mimarisi, Kilise, Camii, Fatih camii, Hagios Stephones Kilisesi.

A DEVŞİRME MOSQUE IN TRİLYE: HAGIOS STEPHONES CHURCH (FATİH MOSQUE)

Abstract

As Trilye is the intersection point of Europe and Asia, trade has developed and has paved the way for different cultures to be effective and formed. Based on this, it has hosted many cultures from antiquity to the present day. Among these cultures, the most dominant period in terms of architecture was the Byzantine and Ottoman periods. It has been determined that it was used as a religious center during the Byzantine Empire period. The Hagios Stephones Church (Fatih Mosque) is the best preserved among the structures and is still standing today. This research was also examined in terms of plan, architecture and decorations of Fethiye mosque, which is a devshirme mosque, by going through a certain axis and considering its current situation, and was written in the light of various information.

Key Words: Byzantium, Byzantine Architecture, Ottoman, Ottoman Architecture, Church, Mosque, Fatih Mosque, Hagios Stephones Church.

¹ Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi mercanoglufevzi@gmail.com, ORCID no: 0000-0001-8221-3795

GİRİŞ

Trilye konumu itibari ile Avrupa ve Asya’nın kesişim noktası olması münasebeti ile ticaret gelişmiş ve farklı kültürlerin etkin olmasına ve oluşmasına zemin hazırlamıştır. Buna istinaden antikçağdan itibaren günümüze gelene kadar pek çok kültürlere ev sahipliği yapmıştır. Bu kültürlerin içerisinde mimari bakımından en baskın dönemi Bizans ve Osmanlı dönemleri olmuştur. Bizans imparatorluğu döneminde dini merkez olarak kullanıldığı saptanmıştır. Yapıların içerisinde en iyi korunan ve günümüzde ayakta kalan Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii)’dir. Bu araştırma da devşirme cami olan Fatih Camii’nin gerek plan ve mimari, gerekse süslemeleri bakımından incelenerek belli bir eksen üzerinden gidilerek ve günümüzdeki durumu göz önüne alınarak çeşitli edinilen bilgiler ışığında yazılmıştır.

1. TRİLYE TARİHÇESİ

Trilye, Marmara denizinin güneyinde bulunan Bursa ilinin Mudanya ilçesine bağlı bir mahalledir. Deniz, tarih ve doğanın buluştuğu bu güzide mahalle tıpkı açık hava müzesi görüntüsü sergilemektedir. Yöre insanı’nın günümüz de geçim kaynaklarının büyük çoğunluğunu zeytincilik oluşturmaktadır. Son dönem de yapılan yatırımlar ile turizm de bu gelir kaynakları arasında yer bulmaktadır.



Resim 1: Trilye Meydan

Trilye ve çevresi, antik dönemde Bithynia adıyla anılan bölge içerisinde yer almaktadır (Ertürk 2009:4). Lakin hiçbir antik dönem kaynağında Trilye’nin adı geçmemiştir. Trilye tarih boyunca farklı isimlerle anılmıştır. 1909’dan 1963’e değin suikast sonucu öldürülen Sadrazam Mahmut Şevket Paşa (1856-1913) adı verilmiş ve semt Mahmutşevketpaşa olarak adlandırılmıştır. 1963 yılında ise semtin resmi adı Zeytinbağı olarak değiştirilmiştir. Yöre insanı tarafından kabul görmese de bu ad 2012 yılına kadar kullanılmış bu tarihten sonra ise Trilye olarak değiştirilmiştir (T.C. Resmi Gazetesi,2012: 28184).



Resim 2: Trilye Sahil

Trilye’nin etimolojisi hakkında iki rivayet bulunmaktadır; bunlardan birincisi, İkonoklazma döneminde İznik’te gerçekleştirilen VII. Konsil’de (787) ikonoklazma karşıtı olan Aya Teodori (7. yy.- 8 yy.), Aya Ioannis (7. yy.- 8 yy.) ve Aya Soteris (7. yy.- 8 yy.) adlı bu üç aziz bu konsilde aforoz edilmiştir. Bu azizler Mudanya’nın kuzeybatısına yerleşmiş ve o bölgenin ismi “Trigleia” olarak adlandırılmaya başlanmıştır. İkinci rivayet ise eski kırmızı barbun balığının trilye çevresinde çok fazla olduğu için Tomascek tarafından Trigli olarak adlandırılmıştır (Tomascek 1891:13). Grekçe’de Trigla kırmızı barbun balığı anlamına geldiğinden yerleşim bu isimle adlandırılmıştır (Umar 1993:799).

Trilye’nin Osmanlı topraklarına katıldığı zaman tam olarak bilinmemektedir. Sevcenko ve Mango’ya göre Trilye, Marmara bölgesinin güneyi ile İmparatorluğun merkezi arasında koordinasyon ve iletişimi sağlamaktadır. Osmanlı’nın o bölge de en son eline geçen ileri karakollardan biridir (Pekak 2009: 24).

Nüfus mübadelesine kadar (1924) Rumların yoğun olarak yaşadığı bir bölge olarak görülmektedir. Selanik, Girit, Dedeğaç, Tikveş, Serez, Karacaovalı ve Usturumca’lı Türkler mübadele dönemi sonrasında bu bölgeye intikal ettirilmiştir (Aksöyek 2009: 18). Günümüzde bölgede Rum yaşamamaktadır.

1.1.Trilye’deki Tarihi Yapılar

Trilye, tarihi yapıları ile ön plana çıkan bir semttir. İçerisinde birçok tarihi dini yapı var olmaktadır. Bu nedenle, semt önemli, bir din merkezi olduğu düşünülmektedir. Rumlardan kalan üç manastır, üç ayazma ve yedi kilise bulunmaktadır (Akıncıtürk 2002: 187).

Trilyede ki yapılar ; Taş Mektep, Avlulu Hamam, Perili Ev, Tabut Ev, Eski Postane, Çeşmeler, Hagios Ioannis Manastırı, Medikion Manastırı, Hagios Soteris Manastırı, Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Cami), Kemerli Kilise (Panagia Pantobasillissa), Dünder Evi (Ioannes Kilisesi), Yemekhane (Hagios Yeoryios Kilisesi) gibi yapılar günümüze kadar gelen ayakta kalan eserlerdir.

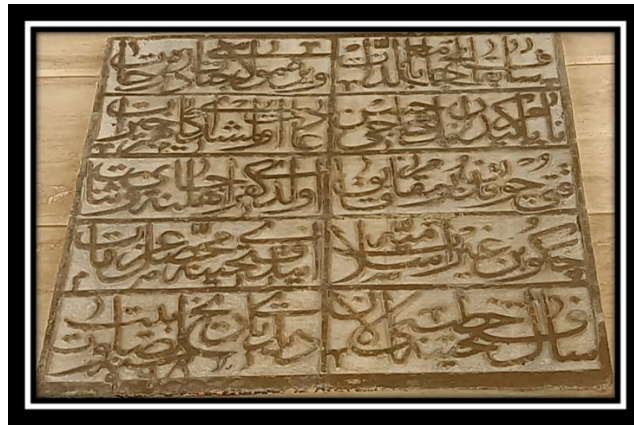
2. HAGIOS STEPHONES KİLİSESİ (FATİH CAMİİ)



Resim 3: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Genel Görünümü

2.1.Konumu ve Tarihçesi

Camii konumu itibari ile Mudanya’nın Trilye semtinde bulunmaktadır. Yapı’nın tam olarak özgün ismi bilinmemektedir. Yöre insanı günümüzde yapıyı “Fatih Camii” veya “Fethiye Camii” olarak adlandırmaktadır. Yapının banisi, mimarı, yapım tarihi ile ilgili herhangi bir kitabe veya kaynak günümüze gelmemiştir. Naos’taki sütun başlıklarının monogramından² anlaşılması muhtemel iken 20. yy başları da monogramların silindiği görülmektedir (Pekak 2009: 49). Lips Manastırı ve Selanik Hagia Sophias’ın da benzer monogramlara rastlanması ile tarihlendirme tam kesin olmamakla birlikte 8.ve 9. yy olarak belirlenmiştir. Yapının son araştırmalarını yapan Pekak, yapıda dehlizlerin ve farklı alanlardan alınan harç malzemelerinin laboratuvar ortamında yapılan testler ile plan ve malzeme tekniğinin değerlendirilmesi ve son mimari plastik parçaların detaylandırılması sonucunda yapıyı 9. yy.’ın son dönemlerine tarihlemektedir (Pekak 1996: 314). Bursa il sınırları içerisinde en iyi korunan Bizans dönemi eseridir. Camii’nin giriş kitabesinde III. Murad dönemine ait olduğu belirlenen bir kitabe mevcuttur (1579-80) (Resim 7). İngiliz gezgin Dr. Covel bölge de nüfus bakımından Rumların, Türklere nazaran daha fazla olduğunu belirtmektedir. Rumların beş-altı kilisesine karşın, Türklerin tek, güzel ve büyük bir camii var ifadesi kullanılmıştır. Bu ifadeden anlaşılacağı üzere o camii Fethiye Camii’dir (Yinsel 2017: 31). İstiklal Savaşı’nda 2 yıl boyunca Yunanlıların işgalinden dolayı kilise olarak kullanılmıştır (Pekak 2009: 56).



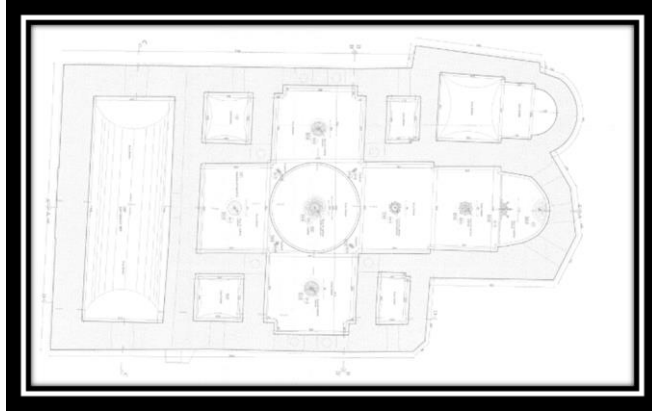
Resim 4: Fatih Camii Giriş Kitabesi

² Monogram: Figür, Simge

“Sabıka cam '-i Fâtih bizzat
Nâm-ı pâkidir anın Hâci Hasan
Katii çokdan bu makam-ı fâyık
Çeküben ğayret-i İslamiyye
Sâl-i fethine -Hatibi" el'an

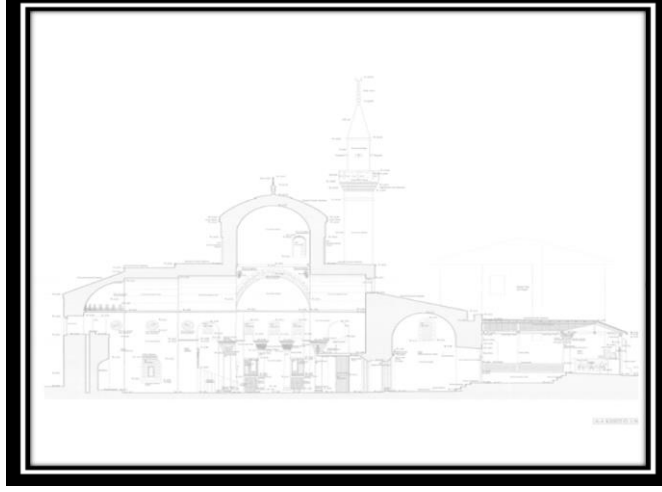
Vire Pılevlâ'sı cennâtda derecat
Adet olmuşidi ana hem hayrât
Oldu küfr ehline cây-ı vesenât
İtdi nice muhassal 'azemât
Didi tarih 'Beyt-i salevât"
Sene 968” (Pekak 2009: 25).

2.2.Plan Tipi ve Mimari Özellikleri



Resim 5: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Planı (M. Fatih AYDIN Y. Mimar-Rest.Uzm)

M. Fatih AYDIN tarafından çizilen planda yapının dikdörtgen planlı dört destekli kapalı Yunan haçı yapısında olduğu anlaşılmaktadır. Kapalı Yunan haçı formun da yapılan kiliseler yaygın olarak Orta Bizans dönemine tarihlendirilmektedir. Özellikle bu yapılar İstanbul’da bulunmaktadır. Yapının ortasında naos, kuzeyinde iki tane apsis, doğusun da bema, batısın da ise narteks ve bir avludan oluşmaktadır.



**Resim 6: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii)A-A Kesiti
(M. Fatih AYDIN Y. Mimar-Rest.Uzm)**



Resim 7: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) iç görünüm



Resim 8: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) iç görünümü



Resim 9: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) dış duvarları

Caminin, dıştan ölçüleri şu şekilde ölçülmüştür (16.21x 34.57 m.). Kareyi andıran Naos'ta dört adet sütun üzerine oturtulmuş bingi geçişli kubbe çaprazda ki odalar kubbesel tonozlar ile köşeler ise beşik tonozlarla örtülüdür. Bu dört adet sütun kubbeyi taşıma görevi üstlenmiştir. Yapı'nın iç taban yükseklikleri birbirine eş değildir.

Zeminden kaynaklı olarak sütunların uzunlukları farklıdır. Bu sütunlar kaideler üzerinde yer almaktadır. Korint nizamında yapılmış sütun başlıklarıdır. Başlıklar üzerinde kazınmış monogramlar mevcuttur. Sütun başlıkları helenistik dönem üslubu ile yapılmıştır. Buna benzer sütun başlıkları Kudüs’te görülmektedir. Köşe odaları ve haç kollarının birbirinden ayıran kubbe desteklerine ve payelere oturan yuvarlak kemer birbirlerine denk yükseltidedir. Yapının iç kısmında kullanılan kemer tipi yuvarlak kemerdir. Kapı ve pencereler de yuvarlak kemer kullanılmaktadır.

2.3. Süsleme



Resim 10: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) dış cephe



Resim 11: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) dış cephe pencere altı mermer haç motif



Resim 12: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) dış cephe sütunları



Resim 13: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Giriş sütun başlığı



Resim 14: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) sütun bedenlerinde ki kazınmış haç motifi

Yapı'nın dışı: Caminin dış beden duvarları yaygın yuvarlak kemerler, yuvarlak kemerli ufak pencereler ve ayrıntılı dizilmiş sıraları tuğlalar sayesinde hareketlendirilmeye çalışılmıştır. Pencerelerin altında ki yan yana duran iki sütunun başlıklarında yuvarlak daireye benzer şekilde motifler

görülmektedir. Kare ye yakın dikdörtgen pencerelerin altında mermer yüzeyde haç motifleri görülmektedir (Resim 11). Bu haç motiflerinin yanı başında iki adet mermer sütun bulunmaktadır(Resim 12). Dış cephe de bulunan iki sütun hem taşıma ögesi olarak kullanılmakta olup hem de estetik bir görüntü sergilemektedir. Sütunların başlıklarında yuvarlak dairesel motifler bulunmaktadır. Giriş kısmında bulunan sütun başlıkları iç tarafta naosta bulunan sütun başlıkları ile aynıdır. Ajur tekniği ile yapılmış akantus başlıkları bulunmaktadır.(Resim 13) Sütunların gövdelerinde kazınmış haç motifleri bulunmaktadır (Resim 14). Kubbe çemberinde doğu ve batı yönde tuğla malzeme ile güneş figürü ve stilize edilmiş başak motifleri bulunmaktadır (Resim 15).



Resim 15: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Kubbe

Yapı'nın İçi: Apsis'in iç yuvarlağına doğru kible yönünde inşa edilen mihrap kalemişi süslemelerle bezenmiş olup, dikdörtgen görünüşlü, sivri kemer alınlıklı bir niş içermektedir. Apsis pencerelerinin iç kısmında sıvaların altında bulunan siyah mozaik parçalar tamamıyla görünmese de bir kısmı görülmektedir. Yapının minberi ahşaptan olup güneydoğu yönünde bulunan sütununa bitişik olarak yapılmıştır.



**Resim 16: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Prosthesis
Taban alanı**

Taban alanı: Yapı’nın prosthesis bölümündeki zemin döşemesi uçları siyah renkli üçgen formlu kesme taşlar ile taçlandırılmıştır. Altıgen plakalara yer verilmiştir. Bu uygulama ile yıldız formunu oluşturan bir görüntü elde edilmiştir. Geri kalan zemin döşemeleri ahşaptan meydana gelmektedir.



Resim 17: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Çeşmesi genel görünüm



Resim 18: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Çeşmesi Ahnlık



Resim 19: Hagios Stephones Kilisesi (Fatih Camii) Çeşmesi Nişi

Çeşme: Caminin giriş kısmında sağ tarafta bir çeşme görülmektedir. İki yandan payelerle sınırlandırılmış olan bu çeşme, taş kemerle taçlandırılmıştır. Çeşme nişinde ve alınlık kısmında mermer malzemeli ayna taşı ve hemen üstünde mermer malzemeli alınlık süslemeleri yer alır. Kareye yakın dikdörtgen formdaki ayna taşı dört bordürle sınırlandırılmıştır. Bunların içerisinde uçları palmet ve baklava desenlerini andıran motiflerle taçlandırılmış olan iç içe geçmiş dörtgenlere yer verilmiştir. Merkezde yer alan ve muhtemelen daha önce suyun aktığı göz birimi stilize edilmiş bitkisel formdadır. Kemerlerde ise farklı geometrik, bitkisel desenlerle bezenmiş mermer levhalara yer verilmiştir.

2.4. Malzeme ve Teknik

Caminin dış cephe örtüsü, genellikle moloz tuğla sıraları ve kısmen düzgün olmayan kesme taştan yapılmıştır. Caminin, beden duvarlarının kalınlığının ortalama 1.48 m. ile 1.72 m. arasında olduğu görülmektedir. Tahfif³ kemerleri ve pencereler düzgün biçimlendirilmiş tuğlalardan meydana gelmiştir. Yapı'nın sıva ile kapanan yerlerinin altında o döneme ait olduğu düşünülen mozaikler olduğu göze çarpmaktadır. Pencere başlıkları, sütunlar, kapı söveleri, yastık taşları ve lentoları mermer malzemedir. Caminin içerisin de ve dışında fazlaca plastik mimari öğelerine rastlanmaktadır. Caminin iç mekânı tamamıyla sıvalı durumdadır.

³ Tahfif: Kolaylaştırma, yükünü azaltma, hafifletme, gibi anlamları mevcuttur.

2.5. Onarımlar

Bizans döneminde yapılan onarımlar kuvvetle muhtemel deprem sonrası oluşan hasarlardan dolayı yapıldığı düşünülmektedir. Sacit Pekak’ın yaptığı araştırmalara göre yapı bir dizi depremler sonrası onarımlar görmüş ve en büyük onarımı 1075-1099 yılları arasında yapılmıştır. (Pekak, 2009: 141) Osmanlı döneminde ise ilk onarımı camiye çevrilmesinde geçirildiği düşünülmektedir. Bu ilk onarım sırasında çan kulesinin yerine minare eklenmiştir. Yapı’nın içerisindeki mahfil, vaiz kürsüsü ve minber Osmanlı dönemin de yapılmıştır. İstiklal savaşı sonrası geri alınan yapı o dönemde büyük onarım görmüş ve bu onarımlar sırasında caminin zemini ahşap olarak döşenmiştir. Sonrasında kalem işi süslemeler yapılmıştır.

SONUÇ

Marmara denizinin güneyin de bulunan Trilye konumundan dolayı farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmıştır. Tarih ve mimari bakımından oldukça zengin bir kültüre sahiptir. Bizans imparatorluğu döneminde dini mabetler yapılmasına özen gösterilmiştir. İmparatorluk dönemin de semt, bir süre din merkezi görevini üstlenmiştir. Buna istinaden bölge de sivil mimariden ziyade kilise ve manastırlar fazlaca görülmektedir. Hagios Stephanos Kilisesi'nin, Bizans imparatorluğunun ikonoklasma diye adlandırdığımız karanlık döneminde yapıldığı düşünülmektedir. Monogramların kazınması sonucunda kesin bir tarih bilgisi verilmemektedir. Kilise'nin kapalı Yunan haçı planlı olması İstanbul yapılarını anımsatmaktadır. Lakin yapı bir bütün olarak incelendiğinde bir Anadolu yapısı özellikleri taşımaktadır. Yapının mimari düzlemine bakacak olursak fazlaca onarım gördüğü aşikar olmaktadır. Kiliseden, camiye çevrilme tarihi kesin olarak bilinmemektedir. Tarihsel olarak Giriş kitabesinde 1589-90 yılı yazılmaktadır. Yapı günümüzde cami olarak kullanılmaktadır. Bu araştırma, yapının günümüz durumunu tespit etmek ve bilimsel literatüre katkı yapılması amacıyla hazırlanmıştır.

KAYNAKÇA

Akıncıtürk, N. (2002). Trilye Beldesindeki Tarihi Yapılar ve Taş Mektep’in Yapısal Bozulmalarının İncelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Sayı 1, Bursa.

Aksöyek, S. (2009). Zeytinbağı (Trilye); Kemerli (Panagia Pantobasilissa) Kilise, Hacettepe Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Doktora Tezi) Ankara.

Aydın, M. ve Fatih, Y. Mimar-Restorasyon Uzmanı

Ertürk, Akay Selma (2009), Zeytinbağı (Trilye)’Nda Turizm İmkânları, *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*, Sayı 19, İstanbul.

Pekak, M. S. (1996). “Zeytinbağı/Trilye Bizans Dönemi Kiliseleri”, Araştırma Sonuçları Toplantısı XIII: 307-338.

Pekak, S. M. (2009). Trilye (Zeytinbağı) Fatih Camisi Bizans Kapalı Yunan Haçı Planı, Arkeoloji ve Sanat, İstanbul.

Tomaschek (1891), W. , Zur historischen Topographie von Kleinasien im Mittelalter I, Biblio Verlag. Wien.

T.C. Resmi Gazetesi, 25 Ocak 2012, Sayı 28184, Ankara.

Umar, B. (1993), *Türkiye’deki Tarihsel Adlar*. İstanbul: İnkılap Kitabevi

Yinsel, S. (2017). Trilye (Zeytinbağı) İonnes Theologos (Aya Yani) Pelekete Manastırı Kilisesi. (Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.



Yayına Geliş Tarihi:05/11/2021
Yayına Kabul Tarihi:18/12/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:216-223
ISSN: 2587-2206

KİTAP İNCELEMESİ: SANAT TARİHİ ÖĞRETMENİNİN EL KİTABI

Burak DİPEVLİLER¹

Özet

Ele alınan çalışmada "Sanat Tarihi Öğretmeninin El Kitabı" adlı eserin kitap incelemesi yapılmıştır. Kayıtlarda ismi dahi bulunmayan bu eser, ikinci el kitap satan bir işletmenin online arşivi üzerinden temin edilmiştir. Çalışma kapsamında eserin teknik-malzeme özellikleri belirtilmiş, sahip olduğu içeriği değerlendirilerek genel hatlarıyla ortaya konulmuş ve son olarak kendi bünyesinde yer alan verilerden hareketle ne amaçla, ne zaman ve kimin tarafından ortaya konulmuş olabileceği gibi konulara tek tek değinilmiştir. Mevcut yapısıyla bu kitapçık, literatürümüz içerisinde ilginç bir alana tekabül etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kitap İncelemesi, El Kitabı, Eğitim, Sanat Tarihi.*

Abstract

In this study, the book review of the work named "Art History Teacher's Handbook" has been made. This work, whose name is not even in the records, was obtained from the online archive of a second-hand bookseller. Within the scope of the study, the technical-material characteristics of the work were specified, its content was evaluated in general terms, and finally, based on the data in its structure, subjects such as what purpose, when, and by whom it might have been revealed were mentioned one by one. In its current form, this booklet corresponds to an interesting field in our literature.

Key Works: *Book Review, Handbook, Education, Art History.*

¹ Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, dipevliler@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-3999-0115



GİRİŞ

Cumhuriyetin ilanından bu yana çeşitli branşlar içerisinde yer alan eğitimcilerle yönelik *öğretmen el kitabı* formatında eserlerin yayınlandığı bilinmektedir.² Bunlar arasında bir sahafın online kataloğundan elde edilen **Sanat Tarihi Öğretmeninin El Kitabı**³ mevcut yapısıyla dikkat çekmektedir. Öte yandan esere dair hiçbir kayıt yahut çalışmanın bulunmaması da durumu hayli ilginç kılmaktadır. Bundan dolayı yapılacak söz konusu inceleme *kitapçık içerisinde yer alan bilgilerden* hareketle gerçekleştirilecektir.

1. FORM VE TEKNİK ÖZELLİKLER

Yaklaşık 23.5 cm. uzunluğa ve 13.5 cm. genişliğe sahip olan kitapçık, karton kapaklı olup toplam dokuz bölüm ve yirmi dört sayfadan oluşmaktadır. İçerisinde yayın tarihi ve yazarına dair hiçbir bilgi bulunmamakla birlikte yalnızca **Utku Kitabevi** tarafından basıldığı ve bu basımevinin Ankara Kızılay'da olduğuna dair kısa bir adres yer almaktadır.

² T.C. Milli Kütüphane online kataloğunda yapılan literatür taramaları "**öğretmeninin el kitabı**" girdisiyle on kitap, "**öğretmen el kitabı**" girdisiyle ise **yüz kırk dokuz kitap, bir kitap dışı** ve **iki makale** olmak üzere toplam **152** sonuç vermektedir. Ulusal Toplu Katalog içerisinde yapılan bir diğer literatür taraması ise "**öğretmen el kitabı**" girdisiyle **elli bir kitap, bir elektronik kaynak** ve **bir mikro form** olmak üzere toplam **elli üç** sonucu karşımıza çıkarmaktadır. Bu taramalar bizlere 1933 yılından 2019 yılına farklı türlerde öğretmen el kitaplarının yayınlandığını gösterir vaziyettedirler.

³ Çeşitli online kataloglar içerisinde yapılan taramalar bu kitap hakkında hiçbir sonuç vermemektedirler.

2. ESERİN İÇERİĞİ, TARİHİ VE YAZARI HAKKINDA

Eserin genel içeriği şu vaziyettedir:

1. Türk Milli Eğitimi'nin Temel Amaçları
2. Türk Milli Eğitimi'nin Temel İlkeleri
3. Türk Çocuğunda Geliştirilmek İstenen Nitelikler
4. Atatürk İnkılap ve İlkelerinin Derslere Uygulanması
5. Metot ve Teknikler
6. Yıllık Plan
7. Ünite Planı
8. Günlük Plan'ın Hazırlanmasında Teknik Yöntemler
9. Dersin Müfredat Programı

Kitabın giriş sayfasında küçük bir teşekkür bölümü yer almaktadır. Bu metin içerisinde geçmekte olan bir isim, kitabın tarihini belirlemek adına önemli bir detayı bizlere sunmaktadır.

‘Eğitim dizisi yapıtlarımızın hazırlanmasında, emek ve katkılarını esirgemeyen Ankara Anıttepe Lisesi Türk Dili ve Edebiyatı Öğretmeni Cevdet Yalçın'a teşekkürü borç biliriz’’ (b.y., b.t.: 1).

İsme yönelik yapılan taramalar sonucunda *Ahmet Yesevi Üniversitesi Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü*⁴ içerisinde **Cevdet Yalçın**'a ait bir biyografi çalışmasına rastlanmıştır. Söz konusu biyografi metni, Yalçın'ın 1973-1980 aralığında Ankara'da bulunan çeşitli liselerde edebiyat öğretmeni ve müdür olarak görev aldığını ve 12 Eylül 1980 yılında gerçekleşen askeri darbeden sonraki süreçte **Ankara Anıttepe Lisesi** ve sonrasında Ankara Ayrancı Lisesi'ne zorunlu olarak tayin edildiğini belirtmektedir (Eroğlu, 2029). Biyografi ve kitap içerisinde yer alan veriler karşılaştırdıkları vakit birbirleriyle örtüşmektedirler. Bundan dolayı kitap içerisinde ismi geçen şahsın biyografide belirtilen Cevdet Yalçın olma ihtimali vardır. Buradan

⁴ Bağlantı üzerinden kaynağa erişilebilir; <http://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/yalcin-cevdet>.

hareketle kitabın **12 Eylül 1980** darbesinden sonraki süreç içerisinde yayınlanmış olabileceği sonucuna da ulaşılabilmektedir.

Tarihine dair bir diğer önemli detay ise kitabın ikinci bölümündeki Türk Milli Eğitimi İlkeleri'nde karşımıza çıkmaktadır.

“Eğitim Hakkı: Temel eğitim görmek her Türk vatandaşının hakkıdır” (b.y., b.t.: 5).

Anlaşıldığı üzere 14.06.1973 tarih ve **1739 numaralı Milli Eğitim Temel Kanunu**'nun ikinci bölümünün yer aldığı kısım içerisinde *“Temel Eğitim”* deyimini geçmektedir. Fakat kanundaki *“Temel Eğitim”* deyimini **16.06.1983** tarih ve **2842 sayılı kanun ile getirilen Ek - 1. Madde** ile *“İlköğretim”* olarak değiştirilmiş ve metne işlenmiştir (MEB, 1973: 5101). Bundan dolayı da kitabın bu tarihten önce ortaya konulmuş olması gerekmektedir.

Sonuç itibariyle elde edilen bulgular bizlere kitabın **12 Eylül 1980** ve **16 Haziran 1983** tarihleri arasındaki yayınlamış olabileceğini işaret etmektedir.

3. ESERİN MEVCUT BÖLÜMLERİ HAKKINDA

Kitabın ilk iki bölümünde Milli Eğitim Temel Kanunu'nun birinci ve ikinci kısımları yer almaktadır. Üçüncü bölümünde, Milli eğitimin temel amaçları doğrultusunda yetişecek çocuğun çeşitli açılardan sahip olması gereken niteliklere değinilmiştir. Dördüncü bölümünde öğretimde kullanılan metot ve tekniklerin bir kısmı yer almaktadır. Bunlar **Uygulama Metotları** başlığı altında *“Gözlem Metodu, Deney Metodu, Gösteri (Demonstrasyon) Metodu, Yaparak ve Yaşayarak Öğrenme Metodu”* ve **Sözel Metotlar** başlığı altında *“Anlatma (Takrir) Metodu, Soru-Cevap Metodu (Sokratik), Tartışma Metodu ve Problem Çözme Metodu”* olarak belirtilmiştir. **Öğretimdeki Teknikler** ise *“Ödev Verme ve Değerlendirme Tekniği, Soru Sorma Tekniği, Açıklama Tekniği, Özetleme Tekniği, Alıştırma Tekniği, Verimli Ders Çalışma Tekniği, Ölçme ve Değerlendirme Tekniği”* olarak sıralanmıştır. Beşinci bölümünde Lise ve Ortaokullar Yönetmeliğinin 57. Maddesine göre öğretmenlerin plan ve yıllık plan yapımlarına yönelik sorumluluklarına değinilmiştir. Altıncı bölümünde ünite planının, yedinci bölümünde ise günlük planın hazırlanmasına dair teknik bilgiler verilmektedir. Sekizinci bölümünde Atatürk İnkılap ve İlkelerinin

Kitap İncelemesi: Sanat Tarihi... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
sanat tarihi derslerine uygulanmasına dair yöntemler yer almaktadır.⁵
Dokuzuncu bölümde sanat tarihine dair müfredat planlarının ikinci sınıf
edebiyat kolu ve üçüncü sınıf edebiyat ve fen kollarına yönelik içerikleri yer
almaktadır.

Aynı kitabevinin ilginç bir şekilde öğretmen el kitabı formatında farklı
branş öğretmenlerine yönelik kitaplar⁶ yayınladığı bilinmektedir. Söz konusu
duruma yönelik yapılan araştırmalar dahilinde **Fizik Öğretmeninin El Kitabı**
adında bir esere ulaşılmıştır. İki kitap mukayese edildiği vakit, **Atatürk
İnkılap ve İlkelerinin Derslere Uygulanması** ile **Dersin Müfredat Programı**
bölümleri dışında benzer şablonlara göre oluşturulduğu gözlemlenmektedir.
Öte yandan Fizik Öğretmeninin El Kitabı adlı eserin içeriğinde yer alan II.
Sınıf Fen Kolu müfredat bilgilerindeki not, 17.01.1973'te yayınlanan **1731
sayılı Tebliğler Dergisini** işaret etmektedir. Yayın kontrol edildiği vakit ders
programının **MEB Talim ve Terbiye Kurulu'nun 16.02.1971' de aldığı 47
sayılı kararına** göre tertip edildiğini belirtmektedir (MEB, 1973: 33). Bu
sonuç, karşılaştırılan öğretmen el kitaplarındaki derslerin müfredat programı
adlı bölümlerinin MEB⁷ tarafından tasarlanan taslakların eklenmesiyle
oluşturulduğunu göstermektedir. Sanat tarihi öğretmenin el kitabı içerisinde
yer alan ders müfredat programı ve net tarihi T.C.⁸ MEB Talim ve Terbiye
Kurulu'nun aldığı kararların ya da kararların yazılı olarak yayınlanmış
olabileceği Tebliğler Dergisi'nin incelenmesi sonucu tespit edilebilir.⁹

Kitap içerisinde yer alan müfredat programları şu şekildedir:

Sanat Tarihi II. Sınıf Edebiyat Kolu (Haftada 2 Saat)

⁵ Kitabın dördüncü bölümünde belirtilen içeriğin sekizinci bölümünde ortaya çıkması
basımevi tarafından yapılabilecek bir matbu hata olasılığını düşündürmektedir.

⁶ Bunlar dışında T.C. Milli Kütüphane Online Kataloğunda aynı kitabevi tarafından basılan
ve bu iki kitap gibi yazarı ve basım yılı belli olmayan "**T.C. İnkılap Tarihi Öğretmeninin
El Kitabı**" adlı esere ulaşılmıştır. Girdi sonuçlarına
<https://kasif.mkutup.gov.tr/SonucDetay.aspx?MakId=506409> bağlantı üzerinden
ulaşılabilir.

⁷ Milli Eğitim Bakanlığı.

⁸ Türkiye Cumhuriyeti.

⁹ Söz konusu duruma örnek olarak 7 Aralık 1959 yılında yayınlanan 1086 sayılı T.C. Maarif
Vekaleti Tebliğler Dergisi'nde 26 Eylül 1959 yılında alınan 257 sayılı karar içerisinde çeşitli
akşam liselerine bağlı programlar verilmiştir (MEB, 1959:187). Buradaki sanat tarihi
programı, ele alınan eserdeki taslak ile karşılaştırıldığında bazı eksikler dışında büyük ölçüde
benzerlik göstermektedir.

1. Tarih Öncesi Devirlerde Sanat

2. Eski Mısır Sanatı

3. Eski Ön Asya Sanatları (Mezopotamya, Anadolu ve İran)

4. Eski Ege Havzası ve Yunan Sanatları

5. Roma Sanatı

6. Ortaçağ Avrupa Sanatları (Bizans, Roma ve Gotik Sanatları ile Primitif Hıristiyan Avrupa Sanatı)

7. Rönesans Devrinde ve Rönesans'tan XIX. Yüzyıl Ortasına Kadar Avrupa Sanatları (Rönesans, Barok, Rokoko, Realizm ve Romantizm gibi Çeşitli Üslup, Ekol ve Sanat Cereyanları)

8. Empresyonizmin Başlangıcından Günümüze Kadar Batı Sanatı (Belli Başlı Sanat Cereyanları ve Ekolleri)

9. Uzak-Doğu Sanatları (Hint, Çin, Japonya)

Sanat Tarihi III. Sınıf Edebiyat ve Fen Kolları (Haftada 1 Saat)

1. Orta Asya Türk Sanatı

2. İslam Sanatları

3. İslam Türk Sanatı

a. Muhtelif Devir ve Memleketlerde, Hususiyle Selçuklular Devrinde

b. Osmanlı Devrinde (Tanzimat'a Kadar)

4. Tanzimat'tan Bugüne Kadar Türk Sanatı

Atatürk İlke ve İnkılaplarının sanat tarihi derslerine uygulanmasına dair belirtilen maddeler ise şu şekildedir:

a. Bu derste de ilgisine göre Resim-İş derslerindeki etkinliklere de yer verilmeli; Resim-İş öğretmenleriyle işbirliği yapılmalıdır.

b. Yeri geldikçe Atatürk'ün Sanat ve Sanatçıya verdiği önem üzerinde ayrıntılı olarak durulmalıdır.

c. Anadolu Medeniyetleri işlenirken, Atatürk'ün arkeolojik kazılara verdiği önem açıklanmalıdır.

d. Konularının ilgisine göre Atatürk'ün şehirciliğe verdiği önem ve Ankara'nın modern bir şehir haline getirilmesindeki rolü üzerinde durulmalıdır (b.y., b.t.: 22-24).

SONUÇ VE ÖNERİLER

İncelemesi yapılan eserin ortaöğretim kurumlarında yer alan sanat tarihi öğretmenlerinin eğitim ve öğretimdeki rollerini desteklemek adına ortaya konulmuş olduğu ve içeriğinde MEB tarafından alınan kanun ve kararların ve oluşturulan ders programı taslaklarının bulunduğu tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra yapılan araştırmalar neticesinde aynı kitabevi tarafından farklı alanlardaki derslerin öğretmenleri için basılan el kitaplarının olduğuna rastlanılmıştır. Söz konusu durum kitabevinin seri halinde öğretmen el kitabı formatında yayımlar yapmış olabileceğini düşündürmektedir. Bundan dolayı eserin *salt bir sanat tarihi eğitim-öğretim gayesi ile oluşturulmuş olma ihtimali* oldukça düşüktür. Ayrıca kitap içerisinde MEB ibaresi de yer almamaktadır.

Bu tip varlığı bilinmeyen eserlerin ortaya çıkarılıp incelenmeleri, Türk Eğitim Tarihi'nin belirli aralıklarının aydınlatılmasının yanı sıra bilhassa ülkemizde verilen sanat tarihi eğitimi dahilinde ele alınabilecek yazılı materyallerin hangi amaçlar doğrultusunda ortaya konulduğu, işlevlerinin neler olduğunu tespit edebilmek adına önem taşımaktadırlar. Bu bağlamda bir konuyu ele alacak olan araştırmacılar, yaptıkları ön taramalar sonucunda hiçbir çalışma veya kayda ulaşamamak gibi benzer bir durumla karşılaştıkları vakit, mevcut eser üzerindeki verilerden dedüktif yaklaşımlarda bulunabilirler. Bunun yanı sıra araştırmacıların mutlak surette Tebliğler Dergisi'nin sayılarını incelemeleri de önerilir.

KAYNAKÇA

b.y. (b.t.). *Sanat Tarihi Öğretmeninin El Kitabı*. Ankara: Utku.

Eroğlu, D. (2019). Cevdet Yalçın. *Türk Edebiyatı İsimler Sözlüğü*. Erişim (06.09.2021): <http://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/yalcin-cevdet>.

MEB. (1959). T.C. *Maarif Vekaleti Tebliğler Dergisi*. C. 22. S. 1086. s.181-204. Erişim (06.10.2021): <http://tebliğler.meb.gov.tr/index.php/tuem-sayilar/finish/23-1959/5024-1959-sayi-1038-1089-1959-22571>.

Kitap İncelemesi: Sanat Tarihi... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
MEB. (1973) *Milli Eğitim Bakanlığı Tebliğler Dergisi*. C. 6. S. 1731. s. 33-40. Erişim (06.10.2021): <http://tebligler.meb.gov.tr/index.php/tuem-sayilar/finish/37-1973/936-1731-ocak-1973>.

MEB. (1973). Taslak Programı. *Milli Eğitim Temel Kanunu*. Erişim (06.08.2021): <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.1739.pdf>.



Yayına Geliş Tarihi:09/11/2021
Yayına Kabul Tarihi:23/11/2021
Online Yayın Tarihi:31/12/2021

Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik
Araştırmalar Dergisi
Cilt:5, Sayı:14, Yıl:2021, Sayfa:224-250
ISSN: 2587-2206

TÜRKİYE'DE GASTRONOMİK HEDİYELEŞME SÜRECİ: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Binali KILIÇ¹

Emel GÖNENÇ GÜLER²

Özet

Hediyeleşmenin insanlar arasında önemli bir bağ kurduğu bilinen bir gerçektir. Hediyeleşmenin insanlar arasında kurduğu bu bağ toplumda birçok sorumluluğun, onurun, duygu yoğunluğunun, dostluğun ve iyiliğin yaşatılmasına katkı sunmaktadır. Ayrıca, hediyeleşme gelenek ve göreneklerin yaşatılmasına ve ekonomiye de büyük bir katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada ayrıntılı olarak gruplandırılan gastronomi şehri Afyonkarahisar iline ait gıda, tarım, hayvancılık ürünlerinden en çok hediye verilen ve Afyonkarahisar ilindeki çorba, tatlı ve yemekleri arasında en çok ikram edilenlerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Gastronomi şehri Afyonkarahisar ilinde gıda ve yemekler ile ilgili yapılan anket çalışmasında öncelikle hediye olarak verilen gıda ürünlerinin ve misafire en çok ikram edilen yemeklerin coğrafi işaretli ürün olması bu ürünlerin yerli ve yabancı turistlere satışının, ihracatının, hediyelik gastronomi ürün olarak tercih edilebilirliğinin daha kolay ve ikna edici özelliğinin olduğu söylenebilir. Çalışmamızda söz konusu ürünlerin ekonomik değerinin artırılması ve ihracat ürünü haline getirilmesi ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi Kenti, Yaratıcı Endüstriler, Hediyeleşme, Afyonkarahisar.

GASTRONOMIC GIFT GIVING PROCESS IN TURKEY: A CASE OF AFYONKARAHİSAR PROVINCE

Abstract

It is a common fact that gift giving forges an important bond between people. This bond which gift giving forges between people contributes to the survival of many responsibilities, honor, emotional intensity, friendship and goodness in the society. In addition to these, gift giving makes a great contribution to the survival of traditions and customs and to the economy. In this study, it has been tried to determine which of the food,

¹ Balıkesir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, binali.kilic@balikesir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8345-6617

² Trakya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, emelgguler@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-3214-0206

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
agriculture and livestock products of the gastronomy city Afyonkarahisar province, which has been grouped in detail, are the most gifted and the most served soups, desserts and meals in Afyonkarahisar. In the survey study on food and meals in the gastronomy city of Afyonkarahisar, the fact that the food products given as gifts and the meals most often served to the guests are geographically marked products, it is easier and more convincing to sell these products to local and foreign tourists, to export them, and to prefer them as souvenir gastronomy products. It can be said that it has a feature. In our study, suggestions were made on increasing the economic value of the products in question and making them export products.

Key Words: *Gastronomy City, Creative Industries, Gift Giving, Afyonkarahisar.*

GİRİŞ

Hediye, ister az olsun isterse çok olsun tarih boyunca insan ilişkilerinde önemli roller ve fonksiyonlar üstlendiği bir gerçektir. Tarih boyunca önemini her zaman koruyan hediyeleşme, birçok konuda evrim geçirmiş olsa da karşılıklılık ilkesi hiç değişmemiştir (Tezcan, 2019: 36). Hediye vermenin insanı mutlu ettiği ve buna inanıldığı bilinmektedir (Schmid, 2017: 11). Hediyeleşme, “veresiniz diye veriyorum” sistemine benzetilmektedir. Nedeni ise, hediyeleşmenin karakteristik özelliğinin karşılıklılık amacını taşımasıdır. Öyle ki, verme eylemi alma eylemini ifade eder. Hediye alan kişi veren kişiye karşı karşılık vermekle yükümlü hisseder (Birekul, 2014: 37).

Hediye, ilkel toplumlardan başlayıp günümüze kadar uzanan bir toplumsal olgu ve olay olarak insan yaşamında yer edindiği görülmektedir. Ancak, insanlar arasındaki hediyeleşme olgusunun tarihsel süreç içerisinde değişim gösterdiği görülmektedir (Doğan, 2017: 5). Hediyeleşmek, insanlar arasında var olan olumsuz duygu ve davranışları ortadan kaldırarak, karşılıklı güzel duyguların oluşmasına katkıda bulunur (Tekin, 2018: 62). İnsanlara karşı duyguların iletilmesinde en etkili yolun hediye verme olduğu düşünülmektedir. Bireyler arasındaki hediyeleşmeler, edebiyat ve şiir gibi eserlerle de tasvir edildiği bilinmektedir. Örneğin şair veya âşık; sevgilinin bir anlık bakışını ve gülümsemesi bile hediye sayar. (Önal, 2010: 104). O halde hediyeleşmede geleneksel değişim değeri ve kullanım değeri karşılığına bağ yaratma değerini de eklemeliyiz. Armağan daima kendisinin ötesine geçen bir şey, bir ek içerir bu da bağın değeridir (Godbout, 2003: 251). Modern öncesi toplumlarda bir yaşam biçimi olarak şekillenen potlaç (armağan) geleneği, modern toplumlarda hediyeleşme kavramı üzerinden rasyonel şekilde devam ettiği söylenebilir. Bu süreç, kutsaldan rasyonele doğru olarak ifade edilebilir (Birekul, 2014: 18).

1.HEDİYELEŞME KAVRAMI

Hediye; “bir kimsenin doğrudan bir bedel veya fayda beklentisi olmaksızın fakat karşılıklılık beklentisiyle bir kimseyle ilişkisinde değişim sağlayabilmek adına sosyal ve/veya psikolojik iyilik yapmasıdır”. Diğer bir tanıma göre hediye; “gönüllü olarak başka bir gruba veya bireye verilen ürün veya hizmet” olarak tanımlanmaktadır. Hediyeler, hediye alıcısı ile vericisi arasında bir iletişime de imkân tanımaktadır (Doğan, 2017: 5). Hediye Arapça bir kelime olup (hediyye), “lütuf, iyilik, sevgi veya saygı ifadesi olarak karşılıksız verilen şey, armağan” anlamında kullanılmaktadır. Kelimenin Türkçe ifadesi olan armağan ise “birini sevindirmek, mutlu etmek için verilen şey, ödül, bağış ve ihsan anlamlarında” kullanılmaktadır. Farsça pîşkeş sözcüğü “hediye, armağan” anlamına gelmektedir (Açıkgöz, 2018: 287). Toplumsal ilişkilerde, hediyeler vazgeçilmez unsurlardır. Hediye; bağış, ihsan, ödül, teşvik, takdir, yardımlaşma vb. anlamlar yüklenerek toplumsal ilişkilerdeki sosyal fonksiyonu ön plana çıkarılır (Önal, 2010: 105). Hediye, sevginin ve dostluğun sürdürülmesi ve göstergesi olarak verilen nesne, alan ve vereni hatırlatan önemli bir araç ve tarafları birbirine bağlayan güçtür (Eskin, 2018: 85). Armağan, belki de, her şey unutulduğu zaman ve hiçbir şey öğrenilmeden önce var olan şeydir (Godbout, 2003: 38).

Türk kültüründe hediye; pîşkeş, tuhâf, inâm, câize, ihsân, lutûf, kerem, atâ, atıye, hibe, teberrû, himmet, bahâ, surre, ülüş gibi kelimelerle ifade edildiği görülmektedir. Kaynaklarda hediye alıcısı ise, bağış, bahşiş, mükâfât, etkileme, teşvik, takdir, yardımlaşma, dayanışma, himaye etme, sadakat vb. kavramlarla da ifade edildiği görülmektedir. Bununla birlikte hediye alıcısının bazı gelenekler vardır. Bu gelenekler; saç, mehir, çeyiz, toy, yağma, vakıf olarak karşımıza çıkmaktadır (Açıkgöz, 2012: 5).

Bazı kültürlerde hediye alıcısının zorunluluğunu görmek mümkündür. Örneğin, Kuzey-Batı Amerikalı yerlilerde görülen potlaç geleneğinin merkezinde, bireylerin mallarının kamuya dağıtılması söz konusudur (Doğan, 2017: 6). Potlaç, Kuzey Amerika kıtasının kuzeybatı kıyılarında görülen bir sosyal kurum olarak ifade edilebilir. Şöyle ki, bu bölgede yaşayanlar arasında hiyerarşik topluluklar halinde yaşıyorlardı. Aristokratlar birbirlerine görkemli hediyeler verirlerdi. Öyle ki A şefi B şefine bir hediye verdiğinde, B şefinin karşılık olarak A şefine verdiği hediye alıcısının değeri veya önemi ilkinin geçmesi gerekiyordu. Şefler, birbirlerini, bol yiyecek ve içkinin sunulduğu misafirlere büyük hediyelerin verildiği partilere davet edilirdi. Bazen gösteriş için tuzlu balıklarını denize atar, çadır, halı ve diğer değerli eşyalarını ateşe vererek tahrip ederler (Birekul, 2014: 31). İlk toplumların, ilk sunularını tanrılarına yaptıkları bilinmektedir. Buna göre yüce yaratıcı “Sen bana verirsen ben de sana veririm” ilkesi çerçevesinde, tanrıya sunulan kurban karşılığında, tanrı

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
insanlara merhametini gösterdiğine inanılıyordu. İnsanlar arasındaki değiş tokuş veya hediyeleşme ile insanlar birbirlerine merhamet göstermeye başlamıştır. Böylece, insanlar birbirlerine hediyeler vererek veya sunular yaparak aralarındaki bağı güçlendirmişlerdir (Özünel, 2013: 60).Görüleceği üzere bilinen tüm kültürlerde var olan hediyeleşme geleneği toplumsal hayatın önemli bir parçası olmuştur (Şahbaz ve Taşkiran, 2020).

1.1.Hediyeleşmenin Tarihsel Boyutu

Tarihsel süreç içerisinde hediyeleşme eylemi incelendiğinde, ilk toplumlardan itibaren görüldüğü anlaşılmaktadır. İlk toplumdaki hediyeleşme daha çok yükümlülükten kaynaklanmaktadır. Karşılıklı hediyeleşme aynı zamanda yardımlaşmanın ve paylaşımın özünü oluşturmaktadır. Hediyeleşmenin ilk toplumlarda hem ekonomik bir bağlılık hem de manevi bir bağ oluşmasına neden olduğu görülmektedir (Yıldırım ve Pirende, 2019: 310-311).

Arkaik toplumlarda, hediyeleşmenin ilk örnekleri “Potlaç” geleneğinde karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ilk toplumlarda hediye, tanrılara kurban sunma şeklinde de görülmektedir. Bununla birlikte orta çağda savaş ganimetlerinin askerlere hediye olarak dağıtıldığı görülmektedir (Açıkgöz, 2012:4). Diğer ilk hediyeleşme ilkel bir ticaret örneği olan “Kula” olarak karşımıza çıkmaktadır. Kula ilkel toplumlarda bir çeşit ticaret akrabalığıdır. Kula, denizcilerin gittiği limanlarda kendisini bekleyen ticaret ortaklıklarına kolye ve bilezik ile takas yöntemi ile hediyeleşmesidir (Tezcan, 2019: 30).

Antropologlara göre, hediye “Potlaç” sözcüğünde karşılık bulur. Potlaç ise, kendini sahip olduklarından mahrum etmedir. Potlaç, klan şefinin yiyecek ve nadide mallarını dağıtarak cömert olduğunu göstermeye çalıştığı bir kutlamadır (Açıkgöz, 2012: 2-3). Potlaç, Kuzeybatı Amerika’daki yerlilerde görülen bir hediyeleşme geleneğidir. Potlaç geleneğine göre mallar kamuya hediye edilir veya dağıtılır. Potlaç geleneğinde kabile reisleri ziyafetler verir. Bu ziyafetlerde bol bol eğlenilir ve kabile reisi malını bağışladığı için itibar kazanır. Bu itibar dağıtılan malın miktarı ve değeri ile paralellik gösterir. Bu açıdan bakıldığında Potlaç bir gösteriş olduğu söylenebilir (Tezcan, 2019: 31). Ayrıca Potlaç’ın iki temel unsuru kesin olarak kanıtlanmıştır: Biri onur, itibar ve zenginliğin verdiği "mana," diğeri ise bu "mana"yı, bu otoriteyi, bu tılsımı ve otoritenin kendisi olan bu zenginlik kaynağını kaybetmek kaygısıyla bu armağanları geri vermenin mutlak zorunluluğudur (Mauss, 2016: 83).Potlaçla ilişkilendirilerek açıklanan hediye kültürünün Türklerdeki ilk izlerine VIII. yüzyıla ait Orhun Abidelerinden itibaren rastlanmaktadır. Kitabelerde hükümdarın halkı doyurmak, giydirmek ve zengin etmek anlayışının bir tezahürü olarak Göktürklerden itibaren Türk hakanları

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
tebâsına açık alanlarda, büyük toy ve şölenler yapmayı her zaman kendilerine görev bilmiştir (Açıkgöz, 2012: 7).

Türk hakanlarının hediye ve armağanı halklarına çeşitli şekillerde sunulduğu görülmektedir. Örneğin, XIX. yüzyılda Batı’da Türk tarihinin en ünlü araştırmacılarından biri olan LeonCahun; Türklerde halkı besleyen, giydiren, harçlığını verenin hakan olduğunu ifade etmektedir. Vergi kelimesinin halkın genel masrafı anlamına geldiğini söyler. Selçuklularda başta hastane, kervansaray, zaviye gibi sosyal hizmet kurumları yapılmasında görülür. Kervansaraylarda yolcuların yatak, yemek ve sağlık hizmetleri ücretsiz yerine getirilir (Açıkgöz, 2012: 6).

1.2.Hediyeleşmenin Kültürel Boyutu

Kültür, toplum tarafından ortaya çıkarılan ve sürdürülen tüm maddi ve manevi değerlerdir. Kültürün sürdürülmesi ancak insanlar arasında değiş tokuş aracılığıyla mümkündür (Tomak ve Güney, 2014: 26). İnsanlar arasında bir iletişim şekillerinden birisi olan hediyeleşme, antropologlar tarafından toplumsal ilişkilere verilen önemin ölçüsü olarak görülmüştür. Hediyeleşme, insanların toplumsallaşması yönünde etkili olmuştur. Çünkü toplumun üyeleri, hediye alışverişi yoluyla birbirlerine bağlandığı düşünülmektedir (Ayaz, 2014: 101). Günümüzde sosyal yaşam genellikle karşılıklılık üzerine kurulduğu düşünülmektedir (Tomak ve Güney, 2014: 28). Kültürümüzde, hediyein maddi değeri değil manevi ve sembolik değeri “yarım elma gönül alma” deyişi ile ifade edilmektedir (Yıldırım ve Pirende, 2019: 311).Hediyein özelliği, verene alıcının nelerden hoşlandığını bildiğini gösterme fırsatı vermesidir. Bu alıcının "ticari" tatmininden daha önemlidir, çünkü önemli olan bağdır (Godbout, 2003: 251).

Tablo 1: Hediyeleşmenin Olası Sonuçları

| OLASI SONUÇ | AÇIKLAMA |
|----------------------------------|---|
| Güçlendirme Teyit | Hediyeyi alıp veren ile bağı güçlendirme Hediyeyi alıp veren ile bağı güçlendirme ve geliştirme |
| Önemsiz etki Negatif onaylama | Hediyeyi alanın çok az etkilenmesi Hediyeyi alıp veren ile mevcut olan negatif ilişkinin tekrar deneyimlenmesi |
| Zayıflama Kopma-kesilme | Hediyeyi alıp veren ile bağı azalması Hediyeyi alıp veren ile bağı tamamen sonlanması |

Kaynak: Doğan, 2017: 12.

Tablo 1’de görüleceği üzere hediyeleşme ile ilişkiler; güçlendirilebilmekte, teyit edilmekte, negatif mesaj verebilmekte veya zayıflamakta ve tamamen sonlanabilmektedir.

1.3.Hediyeleşmenin Sosyolojik Boyutu

Armağan evrenseldir. Evrensellik fikri iki şekilde anlaşılmalıdır. İlki, armağan bütün toplumlarla ilgilidir, ikincisi armağan her toplumun bütününe nüfuz etmiştir (Godbout, 2003: 32). Hediye verme bir sanat işidir. Çünkü hediye, hayatı güzelleştirmeye ve zenginleştirmeye katkısı bulunan bir sanattır. Bu anlamda hediye verme, içinde sanatı barındırdığı gibi, bilgiyi, kültürü, gelenek ve görenekleri, dini duygularıda barındırır (Schmid, 2017: 10). Latince de, topluluk kelimesi (community/communitas) anlamındadır. Buradaki munus kökü; görev, zorunluluk, hediye gibi göndermeleri taşımaktadır. Bu nedenle karşılık olarak verilen hediye anlamında yorumlanmaktadır. Munus kökündeki hediye anlamı, nesne veya sahiplik değil, topluluğa dâhil olmanın bir karşılığı olarak yorumlanmaktadır. Burada topluluğun üyeleri belli bir yükümlülük için bir araya gelse de bu bir araya gelme “bana borçlusun” değil, “sana borçluyum” olarak anlam bulur (Başlar ve Ateşalp, 2018: 149).

Hediyeleşmenin temel fonksiyonları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Hediyeleşmenin Temel Fonksiyonları

Kaynak: Doğan, 2017: 10.

Şekil 1’de hediyeleşmenin temel fonksiyonlarına yer verilmiştir. Bu fonksiyonlar; iletişim, sosyal değişim, ekonomik değişim ve sosyalleşme olarak sıralanabilir.

1.4.Hediyeleşmenin Dinsel Boyutu

İnsanlığın başlangıcından itibaren din ve armağan arasında ilişkinin var olduğu görülmektedir. Hz. Peygamberin birçok hadislerinde; hediyeleşmede özenli davranılması gerektiği ve hediyeleşmenin insanlar arasında sevgi bağımlı güçlendirdiği yer almaktadır (Birekul, 2014: 53). İlkel dinlerde tapınakta sunulun tüm hediyeler ve kurbanlar Tanrıları memnun etme ve onlardan daha büyük merhamet ve karşılık bekleme en büyük amaç olmuştur (Köse, 2015: 55). Hz. Peygamber, verilen hediyein kabul edilmemesinde haklı bir sebep bulunmadıkça alınmasını istemiştir. Çünkü Hz. Peygamber hediyeleşmenin, sevgi ve dostluğu geliştirdiğini, özellikle cimrilik gibi kötü duyguları giderdiğini ve rızkın genişlemesine vesile olduğunu belirtmiştir (Atik, 2019: 167).

Tablo 2: Dinlerin Hediyeleşmeye Bakışı

| DİNLER | HEDİYEYE BAKIŞI |
|---------------|---|
| Hinduizm | Brahmanların geçim kaynağıdır |
| Budizm | Bağış niteliğinde olup ibadetin bir parçası olarak görülmektedir. |
| Musevilik | Kralların otoritelerini sağlamlaştırma olarak, toplumsal bağları güçlendirme ve yardımlaşma olarak görmüştür. |
| Eski Ahit | Rüşvet nitelikli hediyeler konusunda hassas davrandığı ve bunun dinsel olarak yasaklanmıştır |
| Hıristiyanlık | Tanrı ile insan arasındaki ilişkiler çerçevesinde teolojik bir içeriğe sahiptir. |

Kaynak: Köse, 2015: 55.

Dinler hediyeleşmeye farklı boyutlar getirdiği görülmektedir. Örneğin, Hinduizm’de geçim kaynağı, Budizm’de ibadetin bir parçası, Musevilikte toplumsal bağın güçlenmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır.

1.5.Diplomatik Hediyeleşmeler

Araştırmalara göre insanlık tarihi kadar eski olan hediyeleşme, ülkeler arasındaki ilişkilerde büyük önem ve anlam barındırmaktadır. Çünkü devletlerarasındaki hediyeleşme; barışın devamlılığı, güç gösterisi, ikili ilişkilerin sürdürülebilirliği, ekonomik ve siyasi yakınlaşmalara ve toplumlar arası ilişkilerin devamına katkı sağladığı bilinen bir gerçektir (Atik, 2019: 166). Hz. Peygamber devlet başkanları ve kabileler ile hediyeleşerek

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
diplomatik ilişkilerinin dostluk içinde yürütülmesine fırsat verdiği bilinmektedir (Tekin, 2018: 68-69).Osmanlı toplumunda padişaha sunulan hediyeler; kıyafetler, tasarım eşyaları, at, takılar ve taşlar, kokular ve kozmetik malzemeler, gulam ve keniz (köle)ler, kitaplar, mefruşat malzemeleri ve saatlerdir (Önal, 2010: 111).

Tablo 3: Osmanlı Padişahlarına Verilen Bazı Hediyeler

| KİMDEN | HEDİYE İÇERİĞİ |
|----------------|---|
| Şam Beylerbeyi | Bölgeye has üzüm, şeker, kayısı, meyve kurusu, şerbetler (eşribe) |
| Erdel | Şahin, doğan, her biri gümüşten yapılmış ve süslü kupa, kadeh, leğen ve ibrik |
| Dubrovnik | Lengerî; Eflâk’tan cins atlar, av kuşları ve av köpekleri, gümüş evâni |
| Boğdan | Av kuşları samur ve uşak (vaşak) kürkleri, gümüş kaplar |
| Çörekçiler | Kendi pişirdikleri çörekleri sunmalarında olduğu gibi yaptıkları işle uyumlu olurdu |
| Diğer | Nisan suyu ve nevruz macunu gibi şifa veren maddeler |

Kaynak: Açıkgöz, 2018:295.

Osmanlı İmparatorluğunda her meslek grubu padişaha kendi mesleği ile ilgili ürünleri hediye olarak sunduğu görülmektedir. Örneğin, Çörekçiler; kendi pişirdikleri çörekleri, Vali veya Beylerbeyi ise; bulunduğu bölgeye ait yiyecek, giyecek ve süs eşyası sunmuşlardır.

2.TÜRK TOPLUMLARINDA HEDİYELEŞME

Tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde Türk devlet geleneği ve ortak kültür coğrafyasında sosyal, ekonomik, kültürel, psikolojik, politik vb. amaç ile hediyeleşme geleneğinin bulunduğu görülmektedir. Osmanlı Devleti’nde XVII. yüzyılda sosyo-ekonomik şartların neticesinde devlet işlerinde ve padişahların gündelik hayatlarında (ziyaret, ziyafet, avlanma, gezi vb.) hediyeleşme önem kazanmıştır. Padişahların gündelik hayatında en önemlisi hiyerarşik yapı pîşkeş uygulamasında görülmektedir. Bu uygulama iktidarın özellikle hâkimiyeti tesis bakımından merasimlerde sıklıkla başvurduğu bir usûl olarak yerini almıştır (Açıkgöz, 2018: 297).Anadolu kültüründe meyve, tatlı, içecek, çocuklara küçük şekerlemeler, bazı yörelerde giyim veya aksesuar götürmek ev sahibi-ne gösterilen değerın önemli bir göstergesidir (Gökçen ve Ulutaş, 2019: 120).

3.GASTRONOMİ ve GASTRONOMİ ŞEHİRİ KAVRAMI

Günümüzde gastronominin en genel tanımı, gıdaların tarladan kaşığa kadar olan tüm süreçlerin bilimsel olarak değerlendirilip ve kültürel olarak sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışan yemek hazırlama, pişirme, sunma sanatları olarak değerlendirilmektedir (Kılıç, 2021: 1). Türk Dil Kurumu ise gastronomiyi, “yemek yenme merakı” ve hoş ve lezzetli mutfak” olarak tanımlamıştır (Türk Dil Kurumu, 2021).

Günümüzde her endüstride küresel boyutta yoğun bir rekabetin olduğu görülmektedir. Bunun en önemli nedeni kuşkusuz iletişim ve ulaşım endüstrisindeki gelişmelerdir. Bu nedenle endüstrilerin veya organizasyonların başarısı yaratıcı ve yenilikçi olabilmelerine bağlı olduğu görülmektedir (Esen ve Atay, 2020: 30). Kültür ve yaratıcı endüstrilerin şehirlerin ekonomisine ve kültürüne katma değer kazandırdığı bilinen bir gerçektir. Bu nedenle şehirlerin yöneticileri, şehrin yetenekleri ve yaratıcı endüstrilerin sürdürülebilir olması ve ekonomiye kazandırılması için gerekli ilgiyi ve çabayı göstermektedirler. Yaratıcı sanatlar ve kültürel endüstriler fikri 18. yy’da ortaya çıkmıştır. Literatüre ise 1990’lı yıllarda yaratıcı endüstriler olarak girildiği görülmektedir. “Yaratıcı Şehirler” kavramı ilk olarak Avustralyalı iş insanı ve akademisyen olan David Yencken tarafından 1988 yılında kullanılmıştır. Yencken, yaratıcı şehirler kavramını; insanlara eşsiz deneyimler sunan, yaşam standardının yüksek olduğu, fiziksel ortamında geçmişinden ve kültüründen izler taşıyan şehirler olarak tanımlamıştır (Gülduran ve Arıkan Saltık, 2020: 337).

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), şehirlerin tüm yaratıcı unsurlarının korunması gerektiği görüşünün sonucu olarak 2004 yılında “UNESCO Kültürel Çeşitlilik Küresel İttifakı” kapsamında “Yaratıcı Şehirler Ağı (Creative Cities Network)” programını oluşturmuştur (Akın ve Bostancı, 2017: 111). Yaratıcı Kentler Ağı’yla “edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatı, tasarım, gastronomi ve medya sanatları” başlıkları altında kümelenen farklı ülkelerin yaratıcı kentleri ve endüstrileri arasında bilgi ve deneyim paylaşımının gerçekleştirilmesi ile ekonomisinin güçlenmesi ve yaratıcı endüstrilerin sürdürülebilirliği temel amaçları arasında olduğu görülmektedir (Özdemir ve Özdemir, 2020: 5)

2020 yılsonu itibariyle 252 şehir Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olmuştur. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında “gastronomi” şehirlerin sayısı ise 36 adede ulaşmıştır (<https://en.unesco.org>). Gastronominin tema olarak belirlenmesi, yerel mutfakların kültürel birer miras olarak ulusal ve uluslararası düzeyde korunmasının gerektiği ve şehirlerin

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
ekonomik ve kültürel olarak kalkınmasının ve gelişmesinin önemli bir kanıtı
olduğu görülmektedir (Akın ve Bostancı, 2017: 111).

Kuşkusuz, Yaratıcı Şehirler Ağı üyeliği, şehirlerin ulusal ve uluslararası tanıtımına büyük katkılar sağlamaktadır. Böylece gastronomi şehri unvanı güçlü bir destinasyon ve pazarlama aracı niteliği taşımaktadır (Gülduran ve Arıkan Saltık, 2020: 337).

Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına dâhil olan şehirleri ve temaları Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4: Türkiye’de UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Dâhil Olan Şehirler ve Temaları

| UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağına Dâhil Olma Yılı | İlin Adı | Tema |
|--|----------------|--------------------------|
| 2015 | Gaziantep | Gastronomi |
| 2017 | Kütahya | Zanaat ve Halk Sanatları |
| 2017 | İstanbul | Tasarım |
| 2017 | Hatay | Gastronomi |
| 2019 | Afyonkarahisar | Gastronomi |
| 2019 | Kırşehir | Müzik |

Kaynak: <https://www.unesco.org.tr>, 2021

Gastronomi ulusal ve uluslararası alanda; şehirlerinin yaratıcılık unsurları arasında yer almaktadır. Bu nedenle gastronomi şehirleri açısından gelişmenin bir belirleyicisi olarak görülmektedir Gastronomi şehri olmak için UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı tarafından bir takım kriterler belirlenmiştir. Bunlar; Gelişmiş bir yemek kültürüne ve gastronomiye sahip olunması, geleneksel mutfak kültürünü sürdüreceği gastronomi ile ilgili topluluğunun olması, küreselleşme ve teknolojik gelişmelere karşı dirençli yerel, geleneksel bilgi ve mutfak uygulamalarının olması, geleneksel gıda pazarları ve geleneksel gıda endüstrisinin olması, sürdürülebilir yerel ürünlerin olması ve bunların tanıtımının yapılması olarak sayılabilir (Akdu ve Akdu, 2018: 938)

Yapılan çalışmalarda anlaşılacağı üzere, yaratıcı şehirler toplumun refahı arttırmakla birlikte kent kimliğini ve kent imajını güçlendirebilmektedir (Akın ve Bostancı, 2017:112).

4.ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VEYÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, 2019 yılında UNESCO tarafından gastronomi şehri ilan edilen Afyonkarahisar ilinin hediyeleşmelerde kullandıkları gıda ürünlerini ve misafirlere en çok ikram ettikleri yemeği ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın önemi ise, Afyonkarahisar ilinin UNESCO tarafından gastronomi şehri olarak kabul edilmesi ile yemek kültürü ve gastronomisi taçlandırılmıştır. Bu nedenle iç ve dış turist sayısında artış beklenmektedir. Bu vesile ile hediyeleşmede kullanılan gıda ürünlerin öne çıkarılması ile en çok hediyeleşmede kullanılan ürünlere yeni bir sıfat eklenmiş olacak ve bununla birlikte turistlerin dikkatini ve satın alma dürtüsünü destekleyebileceği öngörülmektedir. Araştırmada yer alan gıda ve yemek adları için öncelikle; “Kılıç, B. (2021). Türkiye’nin Pazarlanabilir, Turistik, Gastronomik, Ekonomik ve Kültürel Değeri Olan Yedigâr Lezzetleri”, “Yücel, E., Yücel Şengün, İ. ve Çoban, Z. (2012). Afyonkarahisar Çevresinde Gıda Olarak Tüketilen Yabani Otlar ve Tüketim Biçimleri” adlı akademik çalışmalardan ve “<https://www.kulturportali.gov.tr>” adlı internet sayfasından yararlanılmıştır. Yemekler, tatlılar ve gıda ürünleri anket soruları ile birlikte gruplandırılmıştır. Gruplandırılan yemekler Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birimi ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği’ne teyit ettirilerek ankete hazır hale getirilmiştir. Katılımcılar her soruda birden fazla seçeneğe cevap verebilmektedir.

Ayrıca gastronomi şehri Afyonkarahisar ilinin gastronomi yönüyle incelenmesine ve araştırılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Araştırma için hazırlanan anketin uygulanabilmesi için; Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı (Başkan Yardımcısı Süleyman Karakuş), Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birimi (Zakire Şahin), Afyonkarahisar Belediyesi Kent Konseyi Başkanlığı (Şemseddin Yasan), Afyonkarahisar Muhtarlar Derneği (Suat Uygur) ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği’nden (Hamza Kalkan) destek alınmıştır.

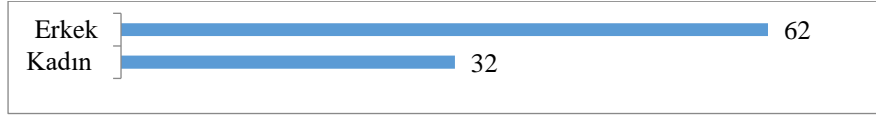
Çalışmanın uygulanabilmesi için; Trakya Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığından anket ile ilgili Etik Kurul Kararı alınmıştır (Evrak Tarih ve Sayısı: 22.10.2021 tarih ve 29563864-050.04.04-144710 Sayı ile Karar No:2021.08.19). Çalışmanın evrenini Afyonkarahisar ilinde yaşayan ve gıda ürününü hediye olarak gönderen vatandaşlardan oluşmaktadır.

Çalışmamıza 94 katılımcı destek vermiştir. Söz konusu çalışmada, soru ve seçenek sayısının fazla olması, katılımcıların anket cevaplamaya yönelik istekli olmamaları vb. sebeplerden dolayı beklenen katılımcı sayısına

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021 ulaşılammıştır. Ancak çalışmanın ilk olmasından dolayı 94 katılımcının cevapları yeterli kabul edilmiştir.

5.BULGULAR

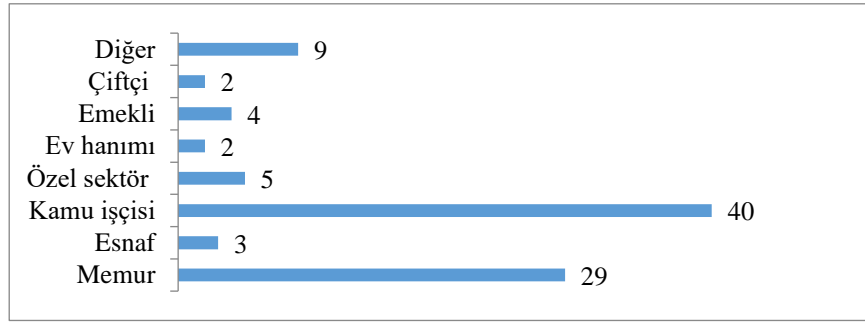
Ankete toplam olarak 94 katılımcı cevap vermiştir. Katılımcıların cinsiyetleri ile ilgili bilgiler Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2: Katılımcıların Cinsiyeti

Şekil 2’de katılımcıların cinsiyeti yer almaktadır. 32 katılımcı kadın ve 62 katılımcı ise erkektir.

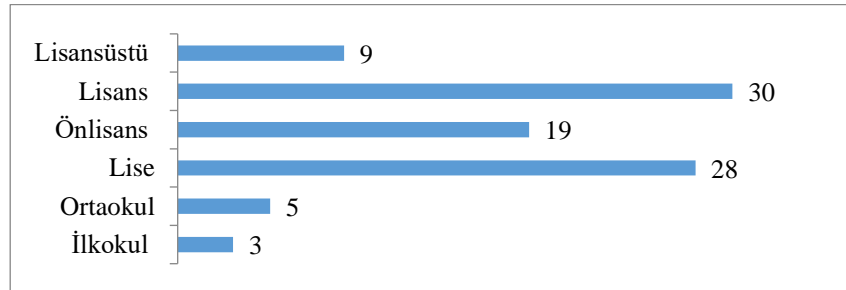
Katılımcıların mesleği ile ilgili bilgilere Şekil 3’te yer verilmiştir.



Şekil 3: Katılımcıların Mesleğininiz

Ankete cevap veren 40 katılımcı kamu işçisi ve 29 katılımcı ise memurdur.

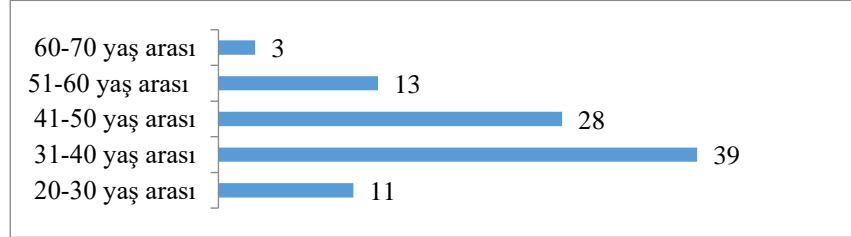
Ankete cevap veren katılımcıların eğitim durumu Şekil 4’de gösterilmiştir.



Şekil 4: Katılımcıların Eğitim Durumu

Şekil 4’te görüleceği üzere, 30 katılımcı lisans mezunu, 28 katılımcı lise mezunu, 19 katılımcı önlisans mezunu, 9 katılımcı lisansüstü mezunu, 5 katılımcı ortaokul mezunu ve 3 katılımcı ise ilkokul mezunudur.

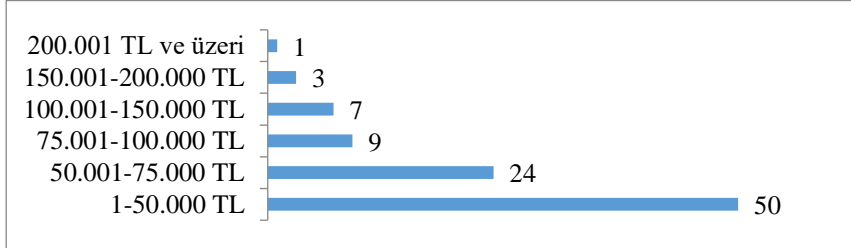
Ankete cevap veren katılımcıların yaş aralığı Şekil 5’te gösterilmiştir.



Şekil 5: Katılımcıların Yaşı

Şekil 5’te, 39 katılımcı 31-40 yaş aralığında, 28 katılımcının ise 41-50 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

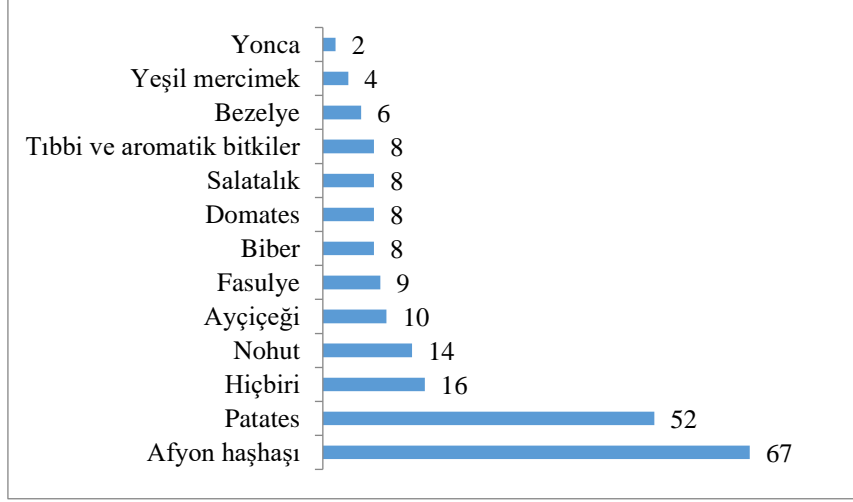
Katılımcıların yıllık toplam hanehalkı gelirine Şekil 6’da yer verilmiştir.



Şekil 6: Katılımcıların Yıllık Toplam Hanehalkı Geliri

Şekil 6’da görüleceği üzere ankete cevap veren 50 katılımcının yıllık hanehalkı geliri 1-50.000 TL arasında ve 24 katılımcının yıllık hanehalkı geliri ise, 50.001-75.000 Türk Lirası arasında olduğu görülmüştür.

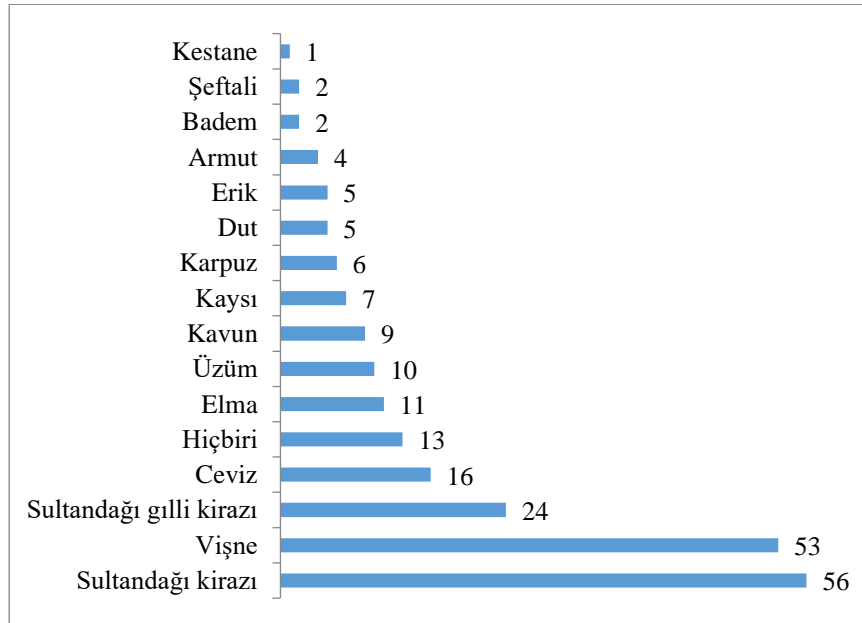
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz gıda ürünleri (tarım ürünleri) hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 7’de yer almaktadır.



Şekil 7: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen Veya Gönderilen Gıda Ürünleri (Tarım Ürünleri)

Şekil 7’de görüleceği üzere, 67 katılımcı Afyon haşhaşını, 52 katılımcı patatesi ve 10 katılımcı ise ayçiçeğini hediye olarak verdiğini veya gönderdiğini belirtmiştir.

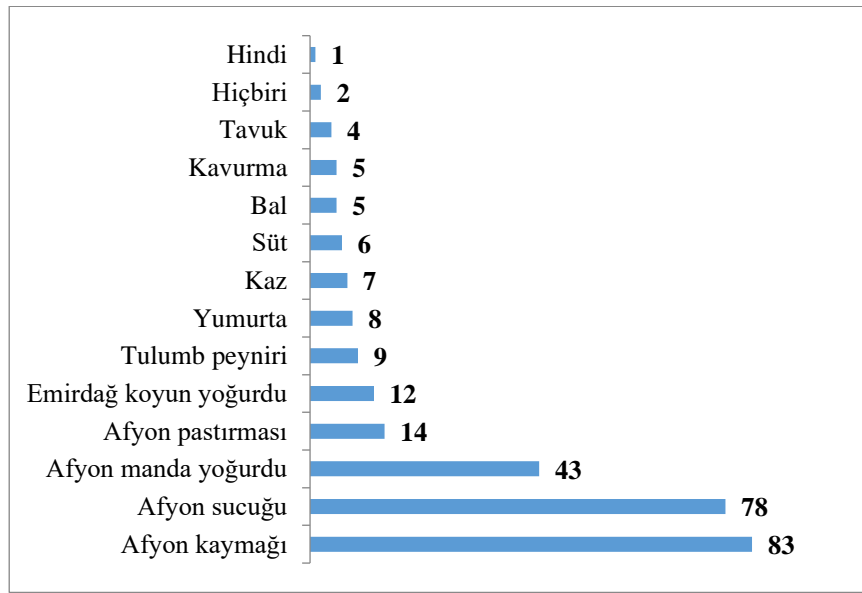
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz meyveler hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 8’de gösterilmiştir.



Şekil 8: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen Veya Gönderilen Meyveler

Şekil 8’de görüleceği üzere, 56 katılımcı hediye olarak verdikleri/gönderdikleri meyvelerin Sultandağı kirazı olduğunu, 53 katılımcı vişne ve 24 katılımcı ise Sultandağı gıllı kirazı olduğunu belirtmiştir.

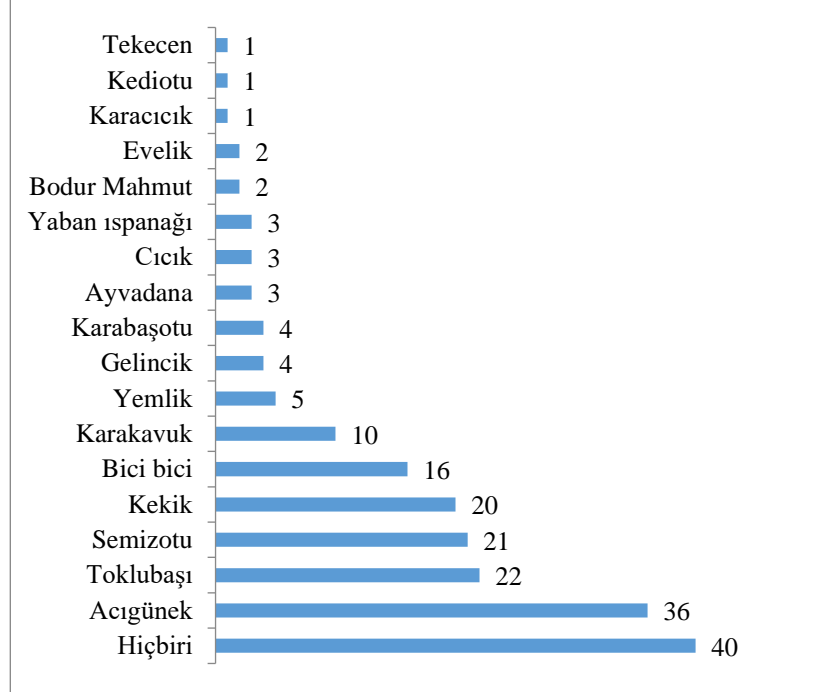
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz hayvan ve hayvansal gıda ürünleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevapların sayıları Şekil 9’da gösterilmiştir.



Şekil 9: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Hayvan ve Hayvansal Gıda Ürünleri

Şekil 9’da görüleceği üzere Afyonkarahisar’da hediye olarak gönderilen veya verilen en önemli hayvan veya hayvansal gıda ürününün sırasıyla Afyonkaymağı, Afyon sucuğu ve Afyon manda yoğurdu olduğunu söyleyebiliriz.

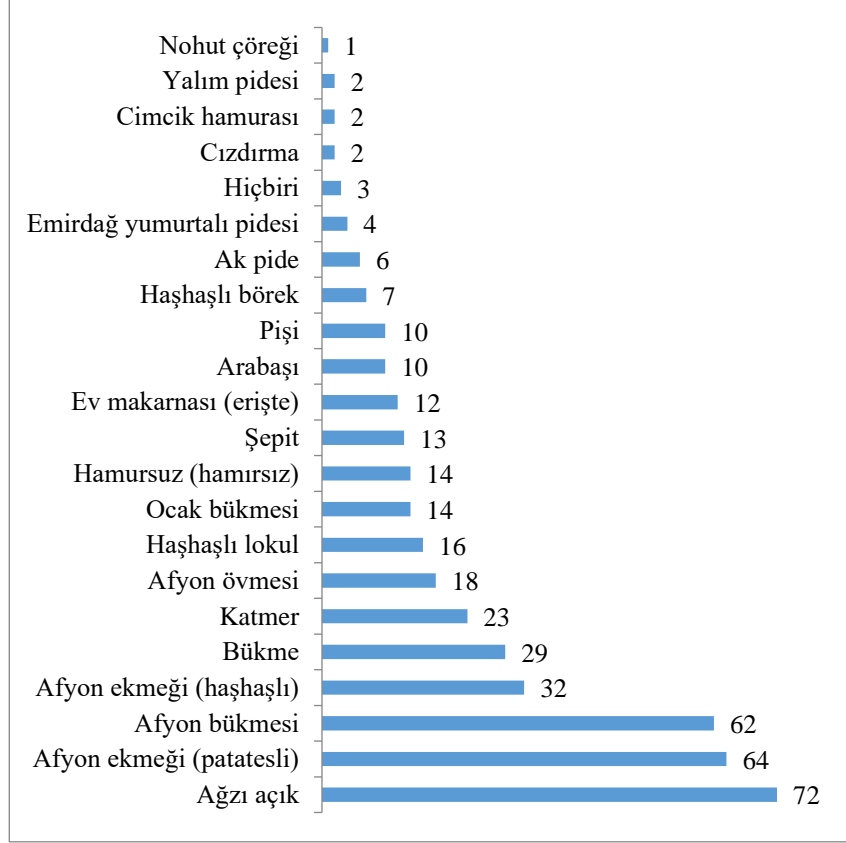
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz gıda olarak tüketilen yabancı bitkiler hangileridir?* Sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 10’da yer almaktadır.



Şekil 10: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Gıda Olarak Tüketilen Yabancı Bitkiler

Şekil 10’da görüleceği üzere Afyonkarahisar’da hediye olarak gönderilen veya verilen en önemli gıda olarak tüketilen yabancı bitkiler ile ilgili olarak 40 katılımcı hiçbiri olarak cevap verirken, 36 katılımcı acıgünek, 22 katılımcı toklubaşı, 21 katılımcı semizotu ve 20 katılımcı ise kekik olarak cevap vermiştir.

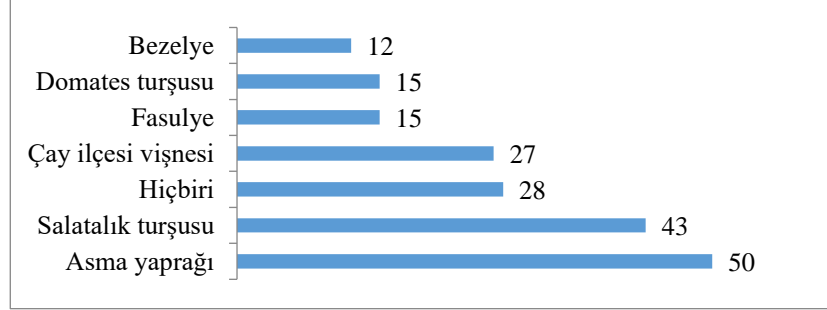
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz hamur işleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 11’de gösterilmiştir.



Şekil 11: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Hamur İşleri

Şekil 11’de 72 katılımcı ağzı açık, 64 katılımcı Afyon ekmeği (patatesli), 62 katılımcı Afyon bükmesi ve 32 katılımcı Afyon ekmeğini (haşhaşlı) hediye olarak verdiği veya gönderdiği görülmektedir.

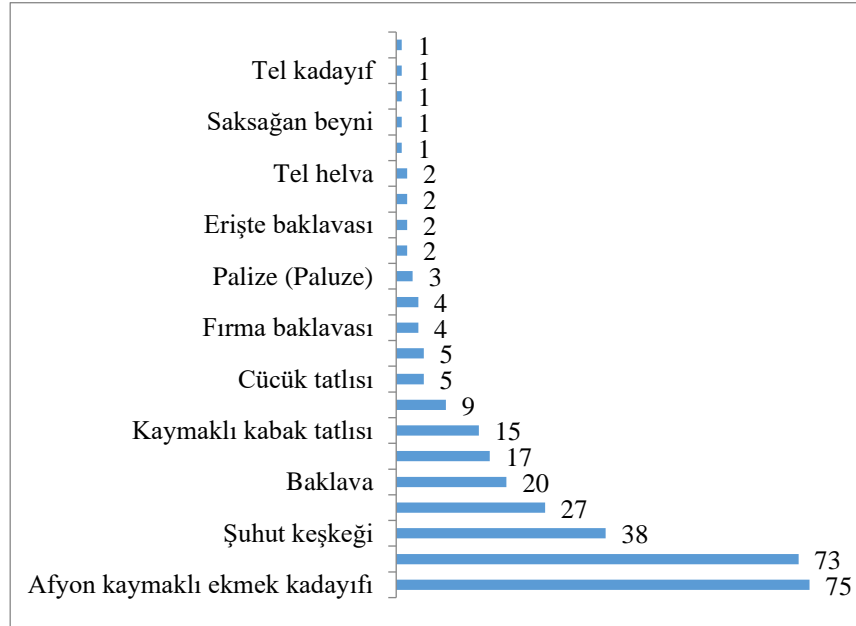
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz konserve ürünleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 12’de gösterilmiştir.



Şekil 12: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Konserve Ürünleri

Şekil 12’de görüleceği üzere, hediye olarak verdiği veya gönderdiğiniz konserve nedir sorusuna, 50 katılımcı asma yaprağı, 43 katılımcı salatalık turşusu ve 28 katılımcı ise hiçbiri olarak cevap vermiştir.

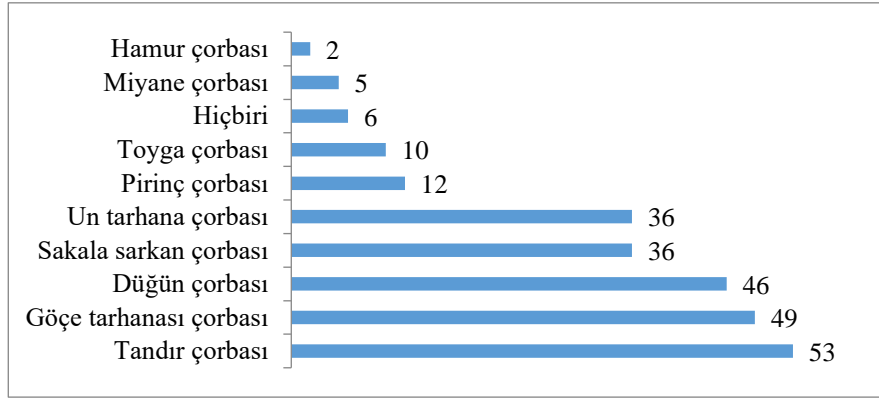
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da hediye olarak verdiğiniz/gönderdiğiniz tatlılar hangileridir?* sorusuna verdikleri cevapların sonuçlarına Şekil 13’te gösterilmiştir.



Şekil 13: Afyonkarahisar’da Hediye Olarak Verilen/Gönderilen Tatlılar

Şekil 13’te görüleceği üzere, 75 katılımcı Afyon kaymaklı ekme kadayıfını, 73 katılımcı Afyon lokumunu ve 38 katılımcı ise Şuhut keşkeği tatlısını hediye olarak verdiği veya gönderdiğini belirtmiştir.

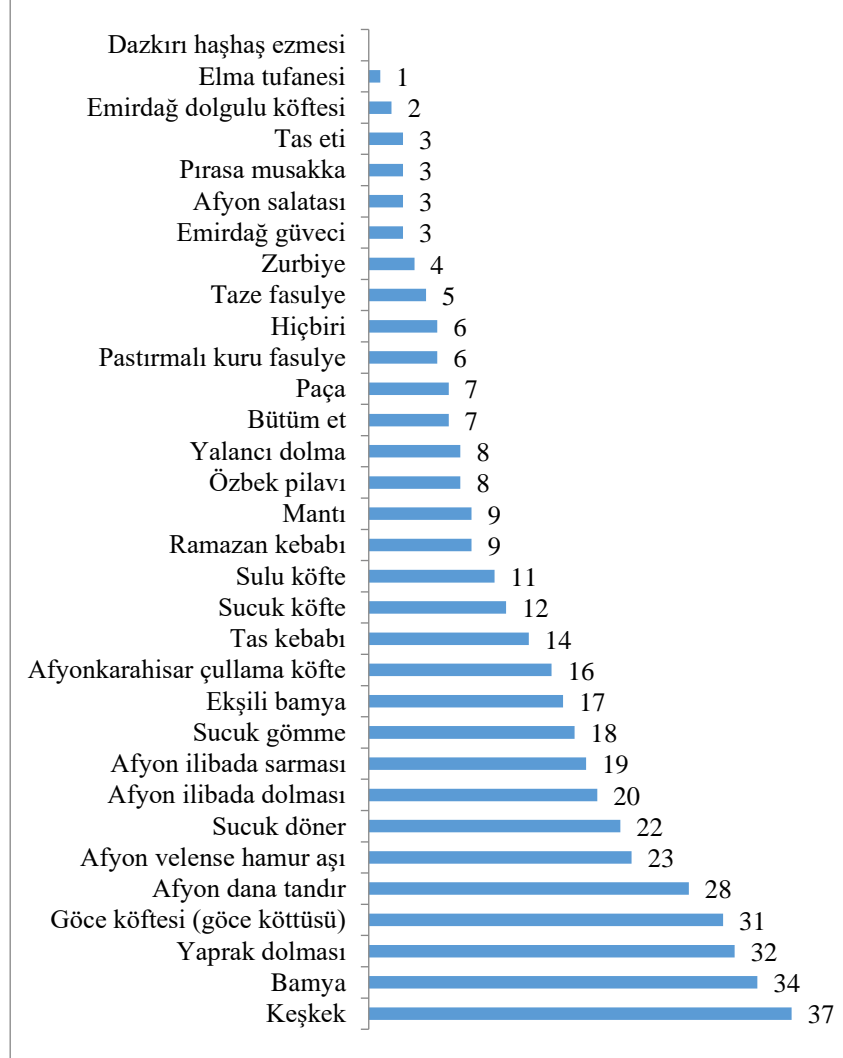
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen çorba yemeklerinin hangileri olduğu* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 14’de yer almaktadır.



Şekil 14: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Çorbalar

Şekil 14’de 53 katılımcı tandır çorbasını, 49 katılımcı göçe tarhana çorbasını ve 46 katılımcı ise düğün çorbasını misafire en çok ikram ettikleri çorbalar olduğu görülmektedir.

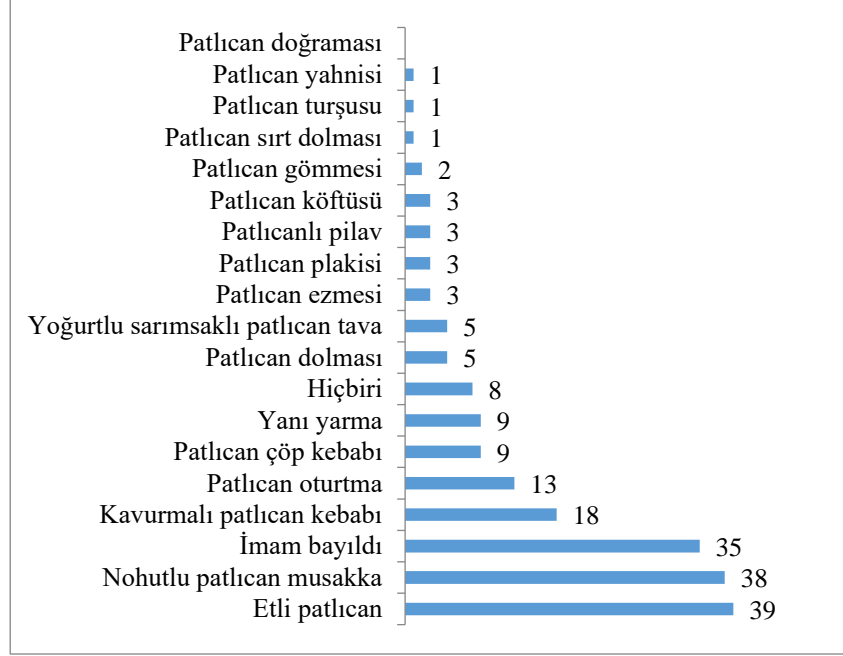
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram ettiğiniz et ve diğer yemekleri hangileridir?* sorusuna verilen cevaplar Şekil 15’te yer almaktadır.



Şekil 15: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Et ve Diğer Yemekleri

Şekil 15’te katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri et ve diğer yemekleri sıralaması gösterilmiştir. Bu sıralamaya göre 75 katılımcı Afyon kebabını, 37 katılımcı keşkek ve 34 katılımcı ise bamyayı tercih ettikleri görülmektedir.

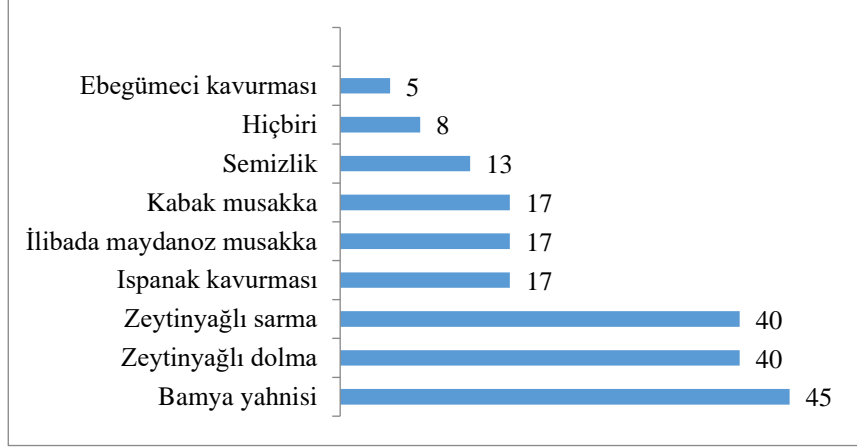
Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen patlıcan yemekleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 16’da gösterilmiştir.



Şekil 16: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Patlıcan Yemekleri

Şekil 16’da katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri patlıcan yemekleri ile ilgili olarak, 74 katılımcı Afyon patlıcan böreğini, 39 katılımcı etli patlıcan ve 38 katılımcı ise nohutlu patlıcan musakkeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Katılımcıların, *Afyonkarahisar’da misafirlere en çok ikram edilen sebze yemekleri hangileridir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 17’de gösterilmiştir.



Şekil 17: Afyonkarahisar’da Misafire En Çok İkram Edilen Sebze Yemekleri

Şekil 17’de katılımcıların misafire en çok ikram ettikleri sebze yemekleri ile ilgili cevapları yer almaktadır. 62 katılımcı etli dolma-sarma, 45 katılımcı bamyayaahnisi ve 40 katılımcı ise zeytinyağlı dolmayı tercih ettiği görülmüştür.

Katılımcılara, *gıda ürünlerinin hediye olarak vermenizin/göndermenizin nedeni nedir?* sorusuna verdikleri cevaplar Şekil 18’de yer verilmiştir.



Şekil 18: Gıda Ürünlerinin Hediye Olarak Verilmesinin Nedeni

Katılımcıların gıda ürünlerini hediye olarak vermenin nedenini sırasıyla şu şekilde cevaplamışlardır. 71 katılımcı yörenin en önemli ürünü olduğundan, 60 katılımcı gelenek ve görenek ile ilgili olduğunu, 54 katılımcı ise gurbette olanlar özlemiş olabilir şeklinde cevaplamıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmamızda elde edilen verilerin değerlendirmesinde öncelikle, katılımcıların hediye olarak gönderdiği veya misafire öncelikle ikram ettiği yemeklerin coğrafi işaretli ürün olup olmadığına bakılmıştır. Hediye olarak verilen gıda (tarım ürünleri) ürünlerden hiçbirinin coğrafi işaretli olmadığı görülmüştür. Hediye olarak verilen meyvelerden ilk üç sırada yer alan Sultandağı kirazı, vişne ve Sultandağı gıllı kirazının coğrafi işaretli ürün olduğu görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen hayvan ve hayvansal gıda ürünleri sırasıyla ve sıralamada il beşte yer alan Afyon kaymağı, Afyon sucuğu, Afyon manda yoğurdu, Afyon pastırması ve Emirdağ koyun yoğurdu ürünlerinin coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Gıda olarak tüketilen yabancı bitkilerin coğrafi işaretli ürün olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen hamur işlerinden ilk üçü olan Afyon ağzı açık (ağzıaçığı), Afyonkarahisar patatesli ekmeği ve Afyon bükmesi coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen konserve ürünleri coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da hediye olarak verilen/gönderilen tatlılardan ilk sırada yer alan ve sırasıyla Afyon kaymaklı ekme kadayıfı, Afyon lokumu ve Şuhut keşkeğinin coğrafi işaretli ürün olduğu görülmüştür. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen çorbalar coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen et ve diğer yemekleri arasında ilk sırada yer alan Afyon kebabı coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen patlıcan yemeklerinden ve ilk sırada yer alan Afyon patlıcan böreği coğrafi işaretli ürün olduğu görülmektedir. Afyonkarahisar’da misafire en çok ikram edilen sebze yemekleri coğrafi işarete sahip olmadığı görülmüştür. Gıda ürünlerinin hediye olarak verilmesinin nedeni arasında sırasıyla yörenin en önemli ürünü olması, gelenek ve görenek ile gurbette olanların bu ürünleri özlemiş olabileceği düşüncisi yer aldığı görülmektedir.

Söz konusu hediyeleşmede ve ikramda tercih edilen ürünlerin ekonomik değerinin artırılması için bu ürünlerin otel ve restoran menülerinde yer alması gerekmektedir. Ayrıca bu ürünlerin hediyeleşmede bilinir olması ve ekonomik bir değer kazanabilmesi için; öncelikle soğuk depo sektörü, ambalaj ve lojistik firmaları ile sıkı bir işbirliğine gidilmelidir. Söz konusu ürünlerin kamu ve özel sektörde yurt içinde ve yurt dışında hediyeleşme aracı

Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
olarak kullanılması için lobi faaliyetleri, halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri ile desteklenmelidir.

Hediyeleşmede en çok kullanılan ürünlerin satışı yapılırken coğrafi işaretli ürün ve hediyeleşmede en çok tercih edilen ürün sıfatının eklenmesi ile ekonomik değerinin yanında bilinirliğinin artacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte üreticilerin bu ürünlerin dış pazarlara açılarak ihracatının yapılabilmesi için, üreticilere gerekli olan bilgi, tecrübe ve pazar araştırmalarına destek verilmesi gastronomi şehri ürünlerinin pazar bulması açısından ülkenin ve şehrin tanıtımına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Teşekkür: Afyonkarahisar Belediye Başkan Yardımcısı Süleyman Karakuş, Afyonkarahisar Belediyesi Gastronomi Birim Sorumlusu Zakire Şahin, Afyonkarahisar Belediyesi Kent Konseyi Başkanı Şemseddin Yasan, Afyonkarahisar Muhtarlar Derneği Başkanı Suat Uygur ve Afyonkarahisar Profesyonel Aşçılar Derneği Başkanı Hamza Kalkan’a desteklerinden dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz Ünay, F. (2012). XVII. Yüzyılda Osmanlı Devleti’nde Hediye ve Hediyeleşme (Padişahlara Sunulan Ve Padişahların Verdiği Hediyeler Üzerine Bir Araştırma) *T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Açıkgöz, F. Ü. (2018). Osmanlı Devleti’nde Pişkeş (XVII. Yüzyıl). *TurkishStudies*. 13/24, 2018, s. 287-300 DOI: 10.7827/TurkishStudies.14515.
- Akdu, U. ve Akdu, S. (2018). Turizm Tanıtımında Gastronomik Değer Vurgusu: UNESCO Gastronomi Şehirleri Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), s. 933-952. DOI: 10.21325/jotags.2018.342.
- Akın, N. ve Bostancı, B. (2017). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Kapsamında Gaziantep: Mevcut Raporlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (19), s. 110-124. DOI: 10.21076/vizyoner.338323
- Atık, K. (2019). Osmanlı Bürokratlarının Padişaha Sunduğu Hediyeler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 12 Sayı: 65.
- Ayaz, B. (2014). Kan Bağı ve Evlilik Dışı Akrabalık İlişkilerinde Hediyeleşme: Balıkesir Örneği. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*. Cilt 3 Sayı 7 Bahar 2014, s.100-107.
- Başlar, G. ve Ateşalp, S.T. (2019). Dijital Hediyeleşme Kültürü Bağlamında Hayran Altyazıları: Puzzle Fansub Topluluğu. *İleğ Dergisi* 2019 6(1), Bahar: s. 147-177.
- Birekul, M. (2014). Armağan Kültürü, Dünden Bugüne Hediyeleşmenin Dönüşen Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Anlamları. *Açılım Kitap*. 2014.
- Doğan, V. (2017). Hediyeleşme Motivasyonları Üzerine Bir Ölçek Geliştirme: Kültürel ve Durumsal Karşılaştırma. *T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Esen, Ü. ve Atay, Ö. (2020). Türkiye’nin Yaratıcı Şehirleri. *Bilig* , (92) , 29-54 . DOI: 10.12995/bilig.9202.
- Eskin, Ü. (2018). Hz. Peygamber’in Devlet Başkanları Ve Yere Liderlerle Hediyeleşmesi. *Siyer Araştırmaları Dergisi* / 4 (Haziran 2018): s. 85-105.

- Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
- Godbout, J. T. (2003). Armağan Dünyası (The World of the Gift) (Çev. Dilek Hattatoğlu), İletişim Yayınları, Araştırma İnceleme Dizisi, 1. Baskı, İstanbul.
- Gökçen, A. ve Ulutaş, E. (2019). Toplumsal Bir Tip: Misafir, *Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), s. 111-136. DOI: 10.31679/adamakademi.544669.
- Gülduran, Ç. ve Arıkan Saltık, I. (2020). Sahnede Şehirler! Türkiye’nin UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı - Film Alanı Açısından Değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, Milli Mücadele'nin 100. Yılı Özel Sayısı*, s. 335-358 . DOI: 10.21733/ibad.797330.
- Kılıç, B. (2021). Türkiye’nin Pazarlanabilir, Turistik, Gastronomik, Ekonomik ve Kültürel Değeri Olan Yedigâr Lezzetleri. Ekin Basın Yayın Dağıtım. 2021.
- Köse, D. (2015). Tarihsel Boyutuyla Türkçe-Çince Deyim Ve Atasözlerinde Hediyelenmenin Kültürlerarası İlişkisi. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 14 s. 51-69.
- Machiavelli, (1994) Prens, (Çev. Nazım Güvenç) Anahtar Kitaplar Yayınevi, İkinci Baskı, İstanbul
- Mauss, M. (2016). Armağan Üzerine Deneme, Arkaik Toplumlarda Değiş Tokuşun Biçimi ve Nedeni. Alfa Basım Yayım.
- Önal, S. (2010). Edebi Metinlere Yansıyan Yönüyle Osmanlı Toplumunda Hediyelenme. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1) , s. 103-113.
- Özdemir, N. ve Özdemir, E. (2020). Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3 (4) , s. 2-23.
- Özünel, E. Ö. (2014). Halk Anlatılarında Armağan-Erginleme İlişkisi. *Gazi Türkiyat*, Bahar 2013/12: s. 59-65.
- Sahbaz, M. ve Taşkıran H. (2020).Timur Dönemi Hediyelen ve Hediyelenme. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Der, gisi*Yıl: 2020 Cilt:20 Sayı:1 e-ISSN 2564-6427.
- Schmid, W. (2017). Hediyelen Verme ve Hediyelen Almak Üzerine. (Çev. Tanıl Bora ve Turgut Demir). İletişim Yayınları. 1. Basım. İstanbul.
- Tekin, F. (2018). Hz. Peygamber’in Hediyelenmeye Verdiği Değeri. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), s. 61-86.

- Türkiye’de Gastronomik Hediyeleşme... The Meriç Journal Cilt:5 Sayı:14 Yıl:2021
- Tezcan, M. (2019). Folklorik ve Antropolojik Yönleriyle Hediye Geleneği ve Türk Kültüründeki Yeri. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 22 (1), s. 29-36.
- Tomak, A. ve Güney, E. (2014). Kültürel Bir Değer Olarak Hediye Geleneği ve Ekslibris, *Uluslararası Ekslibris Dergisi*, Cilt 1 / Bölüm 2.
- Türk Dil Kurumu, (2021). <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 06 Kasım 2021.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2021), <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=03&tur=&urunGrubu=&adi=> Erişim tarihi: 24.10.2021.
- Türkiye Kültür Portalı (2021), <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/nealinir/?ilId=0&keyword=&etiket=afyonkarahisar&hariciEtiket=&tur=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=100>, Erişim tarihi: 29.04.2021
- UNESCO Creative Cities Network (2021). <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>, Erişim tarihi: 23.01.2021.
- UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı, (2021). <https://www.unesco.org.tr> Erişim tarihi: 06 Kasım 2021.
- Yıldırım, E. ve Pirende, G. (2019). Hediye Satın Alma Davranışının A ve B Tipi Kişilik Özelliği Açısından İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 15, Sayı 1, 2019.
- Yücel, E., Yücel Şengün, İ. ve Çoban, Z. (2012). Afyonkarahisar çevresinde gıda olarak tüketilen yabancı otlar ve tüketim biçimleri. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*, 5 (2) , s. 95-105.