ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

BİLDİRİ KİTABI

30 YIL

23-24 HAZİRAN 2022

turek2022@pau.edu.tr

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

BİLDİRİ KİTABI

PROCEEDING BOOK

23-24 HAZİRAN 2022, DENİZLİ (ÇEVRİMİÇİ)

23-24 JUNE 2022, DENIZLI (ONLINE)

Editör

Prof. Dr. Nergis BİRAY

Yardımcı Editörler

Doç.Dr. Seher ARĞUN

Dr. Mehmet Tahir DURSUN

Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN

Öğr. Gör. Mehmet YALÇIN

Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU

İÇİNDEKİLER

SEMPOZYUM KURULLARI ***VI***

REKTÖRÜMÜZDEN ***IX***

AÇILIŞ KONUŞMALARI ***XI***

SEMPOZYUM PROGRAMI ***XVII***

Türkiye Turizmine Yönelik Yabancı Literatürde Yer Alan Akademik Yayınların Vosviewer İle Bibliyometrik Analizi
Övgü Açıksözlü – Mehmet Yalçın 1

Hava Sporları Deneyimlerinin Memnuniyete Etkileri: Pamukkale Örneği
Sena Akçakaya – Serkan Bertan 11

Türkmenistan'ın Yükseköğretim Kurumlarında Türkçe Öğretim Sürecinin Düzenlemesi
Sona Annayeva 15

Çalışanların Personel Güçlendirme Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma
Mutlu Arman 17

Türkmen Köroğlu Destanında Kültürel Miras Katmanları
Mustafa Arslan 23

Karay Türkçesi Söz Varlığının Azerbaycan Türkçesiyle Karşılaştırmalı İncelenmesi
Hayal Asgarli 35

Turistik Ürünün E-Ticaret Sitelerinde Satılmasına Yönelik Swot Analizi
Veli Ulaş Asmadili 45

Rusça-Türkçe Rehber Çevirmenliği ve Ulusal İletişim Davranışı
Leyla Babatürk 46

Fauna İle İlgili Türkmen Keçe Desenleri ve Anlamları
Ayna Baymuradova 47

Mahtumkulu'nun Eserlerindeki Deyimlerde Renk İfade Eden Sözcükler
Tagandurdy Bekjäyev 51

Gastronomi Şehirlerinin Web Sayfalarının Değerlendirilmesi
Serkan Bertan 52

Türkmen Çocuk Oyunlarında Kullanılan Oyun Araç Gereçleri Üzerine
Nergis Biray - Ulviye Topçu Öztürk 56

Geleneksel El Sanatları ve Turizm Konulu Çalışmaların İncelenmesi
Seher Arğun - Mehmet Tahir Dursun - Fatoş Neslihan Arğun 75

Turizm Öğrencilerinin Gıda Neofobisi Düzey ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma
Ahmet Çetin – Hasan Hüseyin Soybalı 85

Denetim Raporu Görüşü "Görüş Vermekten Kaçınma" Olan 2021 Yılı Borsa İşletmeleri Denetim Raporları İncelenmesi Ve Finansal Oranlarının Analizi
Mükrime Öksüz Demirgubuz 99

Türkmen Dil Biliminde Oğuz Dil Grubuna Ait Dillerin Karşılaştırma Yoluyla Araştırılması
Hezretgulı Durdıyev 111

Kuzey Makedonya Türklerince Söylenen Türkülerdeki Kültürel Değerler
Osman Emin 113

Türk Halklarının Edebiyatını Öğretme Yolları
Arif Esadov 114

Kültürel Miras Bağlamında Burun Üzerinden Gerçekleştirilen İkonoklazm Hareketi
Elvan Eser 115

Tıp ve Fizyonomi Çalışmalarında Burnun Yeri ve İstihdamındaki Değeri
Elvan Eser 117

Bilgisayar Teknolojileri ile Orfografiyi Öğretme
Yaylımdurdı Nazarovıç Garayew 119

Türkmence ve Farsça'da Benzetme Edatıyla Yapılan Deyimler
Gülşat Gundogdiyeva 123

About Some Personal Names of Turkmen
Ata Gylyjov 133

Türk ve Azerbaycan Edebiyatında Romantizm Eğilimi
Aydan Handan 140

Andalip'in Sanatında Fütüvvetnamecilik
Tacigözel Hocageldiyeva 147

Yusuf Has Hacip'in "Kutadgu Bilig" Eseri Türk Halkları Kültürel Mirası
Halide İmamova 151

Türk Devlet ve Topluluklarında Ortak Dil Sorunu
Elçin İbrahim 152

Vardar'ın İncisi, Üsküp'ün Simgesi "Burmalı Camii"
Seyhan Murtezan İbrahimi - Selçuk Kürşat Koca 154

Döviz Kuru ile Havayolu Taşımacılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama
Bahar İslamoğlu 156

Geleneksel Tören Keşkeğinin Denizli Yöresindeki Kültürel Gelişim ve Farklılıkları
Melike Karateke - Samet Önder 157

Lexical-Semantic Analysis of The National Kyrgyz Wall Carpet Ornaments
Nurgul Karybekova 166

Turizm Endüstrisinde Yeşil Enerji Kullanımı Üzerine Bir İnceleme
İbrahim Halil Kazoğlu – Elif Hilal Nazlıoğlu 167

Shakarim Kudaıberdyuly'nin Şiirinde Metafors Kompozisyonu
Шынар Сакенқызы Кеңесбаева 176

Translation of Culture Specific Vocabulary from Kyrgyz into English
Meerim Kinalieva 181

Rusça Metnindeki Ata, Baba, Sultan, Şa, Han, Bek, Hanym Türkmen Kelimelerinin Yazılımı Üzerine
Гульнар Коматова 194

Turizm Endeksleri ve Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye için Ampirik Analiz
Elif Hilal Nazlıoğlu 200

Bayram Han Ve Zahırüddin Babür'ün Şiirlerinde Çoğul İsimlerin Kullanım Özellikleri
Ogulsapar Atayevna Nuriyeva 212

Termal Turizm Araştırmaları: Bir Literatür Analizi

Nuray Selma Özdipçiner – Seher Arğun 216

The Architecture of Hammam Baths in Albania Critical Examinations of Current Conditions and Potential Reuse Strategies
Dorina Papa - Daniela Kavaja 224

Out Text Information in The Poems of Magtymguly
Yazmuradov Agamammet Pashakulyyevich 243

Türkiye'de Turizm Geliri ile Karayolu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi
Aydın Sarı - Gülşah Usta 244

Mirasımız Türkmen Milli Bayrağı
Berdi Sarıyev 246

Osmanlı'nın Balkanlardaki Kültürel Mirası: Hamidi (Hamidiye) Selanik Hastanesi
Metin Seyyar 260

The Tradition of Respect for The Elders in The Turkmen National Culture
Narbibish Shammayeva 261

The New Development Strategy of Uzbekistan is The Basis for Ensuring Macroeconomic Stability
Khurshida Khodjayeva Sharafitdinovna - Merzaitova Khilola Nabi qizi 265

Konaklama Sektöründe Gelir Yönetimi Uygulamaları Ve Hizmet Kalitesi: Denizli Örneği
Muhammet Emin Soydaş - Şule Demirbaş 270

Turizm Ekonomisi Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (1988-2021)
Burcu Yaman Selçi 290

Özbek Seramiklerinde Somut Olmayan Kültürel Mirasa Yansıyan Hayvan Motifleri
Süveyda Şahin 307

"Asli-Kerem" Destanında "Ağlamak" Fiilinin Kullanılışı
Maral Annayevna Taganova 340

Ruhlar, Eýeler, Perişdeler, Sanawaçly Yrymlar
Gurbanjemal Ylýasowa 344

Attracting Tourists with Online Sensory Marketing: A Case of Pamukkale
Nisan Yozukmaz 348

ULUSLARARASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

23-24 Haziran 2022-Denizli, TÜRKİYE

SEMPOZYUM KURULLARI

ONUR KURULU

Prof. Dr. Ahmet KUTLUHAN	Pamukkale Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Nergis BİRAY	Pamukkale Üniversitesi DSBMYO Müdürü
Prof. Dr. Öcal OĞUZ	UNSECO, Türkiye Milli Komisyonu Başkanı
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanı

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Nergis BİRAY	Pamukkale Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Serkan BERTAN	Pamukkale Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Meryem Akoğlan KOZAK	Anadolu Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Elbeyi PELİT	Afyon Kocatepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI	Afyon Kocatepe Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, TÜRKİYE
Prof. Dr. Kamil BEŞİROV	Azerbaycan Devlet Pedogoji Üniversitesi, AZERBAYCAN
Prof. Dr. Alpaslan CEYLAN	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Anvarbek MOKEEV	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Ahmet BEŞE	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Ekrem ARIKOĞLU	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Burul SAGINBAEVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Kubatbek TABALDIEV	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Serhat BURMAOĞLU	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN

Prof. Dr. Yasin BOYLU	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Anarkül URDALETOVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Burul SAGINBAEVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Layli UKUBAEVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Prof. Dr. Lindita Xhanari LATIFI	Tiran University, ARNAVUTLUK
Doç. Dr. Konul SEMEDOV	Azerbaycan Devlet Pedogoji Üniversitesi, AZERBAYCAN
Doç. Dr. Şamil SADIG	HEDEF Lisesi Müdürü, AZERBAYCAN
Doç. Dr. Ayhan HANDAN	Bakü Devlet Üniversitesi, AZERBAYCAN
Doç. Dr. Cepbarmehmet GOKLENOV	Dövletmammet Azadi Türkmen Milli Dünya Dilleri Enstitüsü, TÜRKMENİSTAN
Doç. Dr. Kakacan CANBEKOV	Türkmenistan Bilimler Akademisi, TÜRKMENİSTAN
Doç. Dr. Maral Annayevna TAGANOVA	Türkmenistan Bilimler Akademisi, TÜRKMENİSTAN
Doç. Dr. Seher ARĞUN	Pamukkale Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Berdi SARIYEV	Ankara Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Murat BAYRAM	Pamukkale Üniversitesi, TÜRKİYE
Doç. Dr. Mirela BOGDANI	New York University, USA
Dr. Urtis HARRI	Tiran University, ARNAVUTLUK
Dr. Daniela KAVAJA	New York University, USA
Dr. Ulan ALIMOV	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Dr. Kaliya KULALIEVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Dr. Seyil NAJIMUDINOVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN
Dr. Nurgül KARIBEKOVA	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, KIRGIZİSTAN

DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Nergis BİRAY

Doç. Dr. Seher ARĞUN

Doç. Dr. Berdi SARIYEV

Dr. Öğr. Üyesi Seyhan M. İBRAHİMİ

Dr. Mehmet Tahir DURSUN

Dr. Nurgül KARIBEKOVA

Dr. Bahar İSLAMOĞLU

Dr. Mükrime ÖKSÜZ DEMİRGUBUZ

Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN

Öğr. Gör. Mehmet YALÇIN

Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU

Öğr. Gör. Elif Hilal NAZLIOĞLU

Öğr. Gör. Burcu YAMAN SELÇİ

SEKRETERYA

Doç. Dr. Seher ARĞUN

Dr. Mehmet Tahir DURSUN

Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU

REKTÖRÜMÜZDEN

Sayın Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkan'ım, UNESCO Türkiye Milli Komisyon Başkanı'm, değerli katılımcılar, kıymetli misafirlerimiz, sizleri şahsım ve Pamukkale Üniversitesi adına saygıyla ve muhabbetle selamlıyorum.

Bilgi üreten ve bu bilgiyi teknolojiye dönüştüren milletler, bilgi üretemeyen milletleri idare etmiş ve onların emekleriyle ürettikleri değerlere el koymuştur. Ortak akıl her zaman tek bir akıldan üstündür. Bizler, Türk dünyasının bilgi üreten ve ürettiği bilgiyi ürüne dönüştüren önemli bir aktör olması için bugün, bu sempozyum özelinde bir adım daha atıyoruz.

Dünyadaki ekonomik ve stratejik merkez bilindiği üzere hızla Asya'ya kaymaktadır. Türk topluluklarının yaşadığı coğrafya bu merkezin ta kendisidir. Ulaşım ve ticaret yollarının kesiştiği, kültürel mirasın birleştiği, enerji hatlarının buluştuğu, yer altı kaynaklarının işlendiği bu coğrafya, niçin bilginin üretildiği ve karşılıklı aktarıldığı yer olmasın! Üzerinde yaşadığımız coğrafya paha biçilemeyecek kadar kıymetlidir. Bütün dünya gözünü Türklerin yaşadığı coğrafyaya dikmiş durumdadır. Bu coğrafyada yaşayabilmek, bağımsız devletler olarak var olabilmek için bugünün dünyasıyla rekabet etme zorunluluğu doğmuştur. İşte tam olarak bunun için Türk Dünyası'nın birliğe ihtiyacı vardır. Birleşirsek büyük oluruz, bölünürsek yok oluruz.

Türk Dünyası denilince akla gelen tarihi, coğrafi, kültürel, dinsel, sosyal ve ekonomik ortaklıklar birlikte hareket etmek için kolaylaştırıcı faktörlerdir. Bununla birlikte esas üzerinde durulması gereken, ortak meselelerin tespit edilmesi ve çözümlerinin üretilmesidir. 21. yüzyılın ilk çeyreği tamamlanmak üzereyken, küreselleşmenin doğası gereği tüm dünyanın yüz yüze olduğu meseleler, Türk Dünyası'nın da üzerinde durması gereken konulardır.

Bu sempozyumun asli amaçlarından biri sosyal bilimler alanında bilimsel üretime katkı olduğu gibi, diğer bir amacı da Türk Dünyası'nın bilim insanlarını bir araya getirerek ortak meseleler hakkında görüş alışverişinde bulunmaları, kaynaşmaları ve geleceğe yönelik ortak projelerin temellerinin atılmasına ön ayak olmaktır. Bu anlamda bugün, turizm, ekonomi ve kültürel miras konuları üzerinde siz değerli katılımcılarla birlikte ortak bir akıl yürüteceğiz.

Küreselleşmenin bir sonucu olarak insan ihtiyaçları çeşitlenmiş ve yeni arayışlar hız kazanmıştır. Bunun sonucunda turizm faaliyetlerine verilen önem giderek artmaya başlamış ve turizm dikkat çeken sektörlerden biri olmuştur. İhtiyaç ve beklentileri değişen insanlar, kitle turizmi hareketlerinden alternatif turizm türlerine doğru eğilim göstermeye başlamıştır. Bu alternatif turizm türlerinden biri de kültürel miras turizmidir.

1972 tarihindeki "Dünya Kültür ve Doğal Mirası Koruma Hakkındaki UNESCO meclisinde korumaya değer görülen alanlarla birlikte kültürel miras kavramı konu olmuştur. UNESCO "Miras" kavramını geçmişten gelerek, bugün birlikte yaşanılan ve gelecek nesillere aktarılacak olan kalıt-eser şeklinde tanımlamaktadır. Ülkelerin Dünya Miras Listesine giren varlıklarının sayısı ile kültür ve turizm alanındaki itibarları ve dolayısıyla ekonomik anlamda döviz girdisi sağlamaları arasında paralellik söz konusudur. Bu sebeple ülkeler Dünya Mirası Listesi'ne girebilmek için neredeyse yarışır durumdadırlar. Bu denli önem arz eden turizm,

ekonomi ve kültürel miras ve bunların sürdürülebilirliği üzerinde yoğun çalışmalar gerektiren konular haline gelmiştir.

Değerli katılımcılar, kıymetli misafirlerimiz;

Bizler Pamukkale Üniversitesi olarak misyonumuzu üretmeye adamış ve bu hedefe kilitlenmiş durumdayız. Hem turizm vasıtasıyla hem de bilimsel bağlamda kopmayacak köprüler inşa etmekteyiz. Üniversitemiz Türk Cumhuriyetleri ile de ciddi bir iletişim halindedir ve karşılıklı ziyaretlerimiz de bunun bir göstergesidir. Yaptığımız anlaşmalardan bilimsel üretim sürecimiz devam edecektir. Üniversitemizi turizm ve tarih alanında ortaya koyduğu çalışmalar ülke sınırlarını aşmış, dünyada takdir edilir ve konuşulur hale gelmiştir. Bu çıktılar bizlerin doğru yolda olduğunun da bir göstergesidir.

Her ne kadar online platformda gerçekleştirilse de böylesi bir bilimsel etkinlik yapmış olmanın ve birbirinden değerli siz bilim insanlarını ağırlamanın mutluluğunu yaşadığımızı bir kez daha ifade etmek istiyorum. Katılımınız sayesinde ekranlarımızın başında, Orta Avrupa'dan Çin Seddi'ne uzanan çok geniş bir coğrafyanın manevi atmosferini soluyoruz. Bu havayı solumamızı sağlayan sempozyum düzenleme kuruluna ve emeği geçen arkadaşlarımıza ve siz değerli katılımcılara teşekkür ediyor, Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Araştırmaları Sempozyumu'nun hedeflenen amaca hizmet edecek, Türk Dünyası'na katkı sağlayacak şekilde gerçekleşmesini diliyorum.

Sevgi ve Saygılarımla

Prof. Dr. Ahmet KUTLUHAN

PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ REKTÖRÜ

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

AÇILIŞ KONUŞMALARI

23-24 HAZİRAN 2022, DENİZLİ (ÇEVRİMİÇİ)

23-24 JUNE 2022, DENIZLI (ONLINE)

DENİZLİ SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU MÜDÜRÜ VE SEMPOZYUM BAŞKANI

Prof. Dr. Nergis BİRAY

Sayın Rektörüm, sayın Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanım, sayın UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Başkanım, sayın yetkililer ve değerli katılımcılar;

Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'nun ev sahipliğinde ve UNESCO Türkiye Milli Komisyonu'nun logo desteğiyle düzenlenen Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu'na hoş geldiniz.

Günümüzde küresel sistemdeki değişimin yansımaları ile Türk Dünyasını oluşturan ülkeler arasında birlik ve beraberliğin güçlendirilmesi her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Asya'nın ekonomik gücünün artmaya başlaması Türk dünyasının jeopolitik önemini de artırmıştır. Bu önemin bir yansıması olarak küresel sistemde farklı aktörlerin Türk devletleri ile daha fazla iş birliği yapmak istemeleri tesadüf değildir.

Türk dünyasında özellikle son 30 yılda ekonomik ve kültürel uyumun büyük ilerleme gösterdiğini söyleyebiliriz. Ticaret yollarının kesiştiği, zengin yer altı ve yer üstü kaynaklara sahip bir coğrafya üzerinde yer alan ve özellikle ekonomik potansiyeli ile öne çıkan Türk dünyası mevcut potansiyelden daha fazla fayda sağlamak arzusundadır. Nitekim Türk dünyasının sahip olduğu dil, din, tarih, örf, adet, gelenek ve görenekler gibi ortak değerler aralarındaki uyumu daha da güçlendirmekte ve farklı alanlarda iş birliği yapmaya yönelik adımlar atılmasını kolaylaştırmaktadır. Şüphesiz ki ortak tarihi geçmişe ve ortak kültürel mirasa sahip olan Türk devletleri kendi aralarında iş birliğini geliştirerek yeniçağın dönüşümüne öncülük edeceklerdir.

Türk dünyasından ve bu dünyanın çeşitli alanlarından bilim insanlarının bir araya geldiği bu sempozyumun amacı, Türk dünyasına ilişkin turizm, ekonomi ve kültürel miras alanlarında bilimsel araştırmalara ortak bir paylaşım zemini oluşturmaktır. Bu bağlamda siz değerli bilim insanlarının sempozyumumuza katkıları önemlidir. Birbiri ile iç içe geçmiş bu disiplinlerde görüş alışverişimizi sağlamak temel amaçlarımızdandır. Türk dünyasının dünü, bugünü ve geleceğine ilişkin meselelere dikkat çekerek; turizm, ekonomi ve kültürel miras konularında iş birliğini geliştirici adımların atılmasına katkı sağlamak arzusu içerisindeyiz.

Siz değerli bilim insanlarını çevrimiçi platformda dahi olsa ağırlamaktan duyduğumuz mutluluğu ifade ediyor, katılımlarınız için teşekkür ediyorum.

Daha sonraki senelerde bu sempozyumları yüz yüze yapabilmek dileklerimle hepinizi saygıyla selamlıyorum.

HERAKLES TERMAL OTEL GENEL MÜDÜRÜ

Levent ALTUNTAŞ

Değerli Hocalarım ve değerli katılımcılar hem içeriği bakımından hem de katılımcılar bakımından çok kıymetli bulduğum böyle bir sempozyumda turizm sektörünün bir temsilcisi olarak yer almaktan gurur duyuyorum. Sektörün bir temsilcisi olarak turizm sektörü içerisinde yer alan bütün paydaşlar adına başta rektörümüz Sn. Prof. Dr Ahmet Kutluhan olmak üzere, Yüksekokul müdürü Prof. Dr. Nergis Biray'a, Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Serkan Bertan'a özellikle teşekkür ediyorum. Sempozyuma emek veren ve bilimsel çalışmalarıyla katkı sağlayan siz değerli katılımcılarla bir arada olmaktan dolayı çok mutlu olduğumu belirtmek isterim.

Sempozyumu düzenleyen üniversitemiz hepinizin bildiği üzere ismini Pamukkale'den almakta, Pamukkale ülkemizde, Türk dünyasında ve hatta dünyadaki en çok bilinen doğal oluşumlardan birisi ve bu oluşum hepinizin bildiği üzere, tarih boyunca burayı bir yerleşim yeri, sağlık ve kültür merkezi olarak kullanan uygarlıkların geride bıraktığı eserler ve kültürel birikim sayesinde şu anda UNESCO'nun hem doğal kültür miras listesinde hem de kültür miras listesinde olan yani ikisinde de bulunan nadir yerlerden bir tanesidir. Bembeyaz travertenlerin görsel güzelliği yanında üzerinde yer aldığı termal suların sahip olduğu şifa verici özellikler MÖ. 3. Yy'dan beri bu bölgenin bir şifa merkezi olarak popüler olmasını sağlamıştır. Frig vadisi ve Bergama'ya yakınlığı uygun iklim koşulları ve verimli toprakları tarih boyunca çok sayıda insanın burayı ziyaret etmesine ve yerleşmesine neden olmuştur. Ayrıca bölge kültür turizmi için önemli olduğu kadar din turizmi açısından da önem arz etmektedir. Çünkü Hierapolis hem Pagan dönemlerinde hem de Hristiyanlık döneminde kutsal kent sayılmıştır. Bunun nedeni de
M.S. 80 yıllarında Hierapolis'e Hristiyanlığı yaymaya gelen ve Hz. İsa'nın 12 havarisinden biri olan Aziz Philippus'un burada çarmıha gerilerek öldürülmesidir. MS. 4. Yy'da Hristiyanlık resmi din olduktan sonra Aziz Plilippus adına öldürüldüğü yerde bir şehitlik yapılmıştır.

Denizli hepimizin bildiği üzere sadece Pamukkale'den ibaret değildir daha pek çok kültür turizmi çekiciliğine de ev sahipliği yapmaktadır. Bunlardan biri de üniversitemizin 20 yıldır verdiği katkılarla ortaya çıkarılan ve birçok eseri ayağa kaldırılan Laodikya Antik Kenti dir. Burası da her geçen gün artan ziyaretçi sayısıyla Denizli turizminde önemli bir yere sahiptir.

Yılda iki buçuk milyona yakın turistin ziyaret ettiği bir destinasyon olan Pamukkale'de, bölgenin turizmcileri olarak hem kültür turizmine hem de gelen ziyaretçilerimize hizmet vermenin gururu ve mutluluğunu yaşıyoruz. Ayrıca üniversitemizin turizm alanına verdiği destek ve akademi sektör birlikteliğinin oluşturulması yönünde göstermiş olduğu çaba bizleri bölge turizminin geleceği açısından umutlandırmakta ve mutlu etmektedir. Sektör olarak bu tür bilimsel çalışmalar içerisinde yer almaktan duyduğumuz heyecan ve mutluluğu belirterek, Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulumuza ve sempozyumda emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunuyorum.

YÜKSEK ÖĞRETİM KALİTE KURULU BAŞKANI

Prof. Dr. Muhsin KAR

Sayın Yüksekokul Müdürüm, Sayın Rektörüm, Değerli İş İnsanları ve Değerli Meslektaşlarım ve katılımcılar,

Sizleri şahsım ve (başkanlığını yapmakta olduğum) Yükseköğretim Kalite Kurulu adına saygı ve muhabbetle selamlıyorum.

Öncelikle Denizli Sosyal Bilimler MYO ailesine Uluslararası Türk Dünyası, Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu'na açılış konuşmacısı olarak davet ettikleri için teşekkürlerimi sunarım.

Yükseköğretim Kalite Kurulu; 23 Temmuz 2015 tarihinde "Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği" kapsamında oluşturulmuş bir kamu tüzel kişiliğidir. Kurulumuzun vizyonu, yükseköğretimde kalite güvencesi alanında etkin ve uluslararası düzeyde tanınan bir kurum olmaktır. Vizyonumuza ulaşabilmek doğrultusunda misyonumuz "Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarının sürekli gelişimine ve bireylerin evrensel yeterliliklere ulaşmasına katkı sağlamak üzere yükseköğretim alanında kalite güvencesi sistemini güçlendirmektir." Vizyonumuzun ışığında ve misyonumuzun bilincinde Yükseköğretim kurumlarının dış değerlendirmesini yapmak, Akreditasyon kuruluşlarının yetkilendirilmesi ve tanınması süreçlerini yürütmek ve Yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi kültürünün içselleştirilmesi ve yaygınlaştırılmasını sağlamak görevleri en doğru biçimde yapılmaya çalışılmaktadır.

Vizyonumuzun bize yüklediği sorumluluk doğrultusunda dünyanın farklı yerlerinde aktif olarak yer almaya çalışmaktayız. Özellikle de Türk dünyası için ekonomik, kültürel, coğrafi ve sosyal alanlarda ortakların atıldığı bu dönemde YÖKAK olarak eğitim alanında atılımlar gerçekleştirmekteyiz. Bu doğrultuda Azerbaycan Kalite Güvencesi Ajansı (TKTA) tarafından 5-6 Mayıs 2022 tarihinde Azerbaycan'ın Başkenti Bakü'de düzenlenen Uluslararası Yükseköğretimde Kalite Güvencesi Forumu'na katılmış olup sempozyumunuzun da ana teması olan Türk Dünyası birliğine YÖKAK olarak bir katkı yapmaya çalıştık. Forumda Türk Dünyası devletlerinden Azerbaycan ve Kazakistan ve gibi birçok ülkenin temsilcisi katılmış olup yükseköğretimde kalite güvencesi ve diğer konularda görüş alışverişinde bulunarak, iş birliği imkanları değerlendirilmiştir. Özellikle kardeş Azerbaycan ile tecrübe paylaşımı ve birlikte öğrenme noktasında her türlü iş birliğine ve dayanışmaya açık olunduğu belirtilmiştir. Yine UNESCO tarafından düzenlenen ve İspanya'nın Barcelona kentinde 18-20 Mayıs 2022 tarihlerinde gerçekleştirilen UNESCO Dünya Yükseköğretim Konferansı'na katılarak dünya ve insanlık için sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak, bu çerçevede yükseköğretimdeki fikir ve uygulamaları yeniden şekillendirmek amacıyla yükseköğretim için yeni bir öğrenme ortamı olması hedeflemiştir.

Uluslararası rekabetin her alanda zorlu bir mücadeleye dönüştüğü günümüz dünyasında Türk dünyasının her alanda birlik içerisinde olması gerektiği, her türlü bilgiyi üretilebilmesi ve ürüne dönüştürülebilmesi adına çalışmalar yapması gerektiği üzerinde durulması gereken başlıca önemli konulardandır. Sempozyumun başlığında da yer alan

ekonomi, turizm ve

kültürel alanda atılması gereken adımların Türk dünyası birliğince belirlenerek güçlendirilmesi gerektiği ve ayrıca sempozyumun bir farkındalık oluşturulmasına katkı yapacağı düşünülmektedir. Bu vesileyle düzenlenmiş bulunan bu Sempozyumun sosyal bilimler alanında bilimsel alana katkı sağlaması yanında, Türk Dünyası'nın bilim insanlarının aynı platformda buluşmasını sağlayarak fikir alışverişi yapılması ve gelecek için bir yapı inşa edilmesi adına öncü olmaktadır.

Değerli katılımcılar,

Bizler YÖKAK olarak günümüz dünyasında her alanda olduğu gibi eğitim alanında da sorumluluklarımızın farkındayız. Gelecek nesillere güzel bir dünya miras bırakmak mesuliyeti önceliğindeyiz. Türk dünyasının öneminin anlaşıldığı ve özellikle de ülkemizin birlikteliğe öncü olduğu bir süreçte bu sempozyuma bildirileri ile destek veren akademisyenlerimize, sempozyum düzenleme kuruluna ve siz değerli katılımcılara teşekkür ediyor ve Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Araştırmaları Sempozyumu'nun güzel bir şekilde gerçekleşmesini temenni ediyorum.

UNESCO TÜRKİYE MİLLÎ KOMİSYONU BAŞKANI

Prof. Dr. M. Öcal OĞUZ

Pamukkale Üniversitesinin saygıdeğer rektörü, değerli katılımcılar, sizleri UNESCO Türkiye Millî komisyonu adına saygıyla selamlıyorum.

Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu tarafından düzenlenen bu anlamlı toplantı Uluslararası Türk Dünyası Turizm, Ekonomi ve Kültürel Miras Sempozyumu, UNESCO Türkiye Millî Komisyonu ve UNESCO açısından son derece değerli, anlamlı bir toplantı. Bu toplantı vesilesiyle sizlere hitap ediyor olmaktan da büyük bir mutluluk duyuyorum. Zira UNESCO Türkiye Millî Komisyonu olarak bizim hem kültürel mirasın Türkiye içerisinde korunması hem uluslararası toplumla buluşturulması hem de Türk dünyası ile somut veya somut olmayan miras alanlarında ortak olan değerlerimizin birlikte araştırılması, birlikte çalışılması, birlikte uluslararası topluma sunulması konusunda çok önemli çalışmalarımız var.

2008 Yılından bugüne biz, Türk dünyası millî komisyonlarıyla birlikte çalışarak miraslarımızı birlikte koruma yönünde önemli çabalar gösteriyoruz. Sizlerin de bildiği üzere dünyada sürdürülebilir kalkınma için kültürün, kültürel mirasın bir tetikleyici olduğu artık kabul ediliyor. Özellikle inovasyon, tasarım, yaratıcılık gibi kültür endüstrisi dediğimiz alandaki pek çok konu esin kaynağını kültürel mirastan alıyor. Bu bakımdan kültürel mirasın ekonomiye önemli girdilerinin olduğunu ifade etmek lazım. Bunun yanında "kültürel miras" adından da anlaşılacağı gibi bize "miras". Yani bizden önceki nesillerin bize emaneti. Dolayısıyla biz bu emaneti gelecek nesiller için tutmak zorundayız. O yüzden tüketilen, yok edilen bir kültürel miras değil sürdürülebilir koruma içerisinde yaşatılan ve gelecek kuşaklara aktarılan bir kültürel miras hedefimiz var. Bunun için de turizmi biz sadece bir tüketim ve var olan bir şeyi kullanma ve miadını doldurmasını sağlama gibi bir yaklaşım içerisinde değil tam tersine turizmin de sürdürülebilir turizm olarak anlaşıldığı ve onu da neyi merak edip neyi turizmin aracı yapıyorsa bugün kullandığımız gibi gelecek kuşakların da kullanacağı, yararlanacağı, var edeceği ve onların da kendinden sonraki kuşaklara devredeceği bir miras olarak da düşünüyoruz. Bu bakımdan biz UNESCO olarak sürdürülebilir turizm ilkesini benimsiyoruz. Sürdürülebilir turizmde en temel konu olarak turizmi ziyaret, turisti de ziyaretçi olarak görüyoruz ve onların bilgi edinmesi, deneyim kazanması, tasarım, inovasyon, yaratıcılık, sanat için onlardan esinlenmesi, ilimin temeline bu miraslardan edindiği bilgilerden koyması gibi çok amaçlı değerlendiriyoruz. Bu bakımdan da turizm, ekonomi ve kültürel miras aslında çok ahenkli bir beraberlik oluşturuyor. Yeter ki her şeyin temeline sürdürülebilirlik ilkesini koyalım. Yok edici davranmayalım. Bize miras olarak kalan bu kültür değerlerinin gelecek kuşaklar açısından emanetçisi olduğumuzun da farkında olalım. İşte değerli meslektaşım Prof. Dr. Nergis BİRAY başkanlığında düzenlenen bu toplantının en anlamlı yönü turizmi, ekonomiyi ve kültürel mirası bu vizyonda bir araya getirmiş olması. Bu tarz toplantılar, bu tarz birlikte çalışmalar, kültürel mirasın kültürel endüstri alanında olduğu gibi ziyaretler boyutuyla da turizm alanında aslında ahenkli bir koruma statüsü ile gelecek kuşaklar için de bizim için de daha sonraki yüzyıllardaki insanlık için de önemli bir kaynak olduğunun farkına varmamızı sağlayacaktır. Tekrar Pamukkale Üniversitemizi ve Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulumuzu bu çalışmaları için tebrik ediyorum. Katılanlara

da başarılı bir toplantı diliyorum.

UNESCO Türkiye Milli Komisyonu adına hepinizi saygıyla selamlıyorum.

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

SEMPOZYUM PROGRAMI

23-24 HAZİRAN 2022, DENİZLİ (ÇEVRİMİÇİ)

23-24 JUNE 2022, DENIZLI (ONLINE)

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

23 Haziran 2022, Perşembe

Açılış Oturumu

Açılış Oturumu Bağlantısı: Hierapolis Salonu

TÜRKİYE **10:00-11:00** *(Türkmenistan, Özbekistan) 12:00-13:00* *(Azerbaycan) 11:00-12:00* *(Kazakistan, Kırgızistan) 13:00-14:00* *(Arnavutluk) 09:00-10:00*	**Prof. Dr. Nergis BİRAY** ***Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Müdürü***
	Prof. Dr. Ahmet KUTLUHAN ***Pamukkale Üniversitesi Rektörü***
	Levent ALTUNTAŞ ***Herakles Termal Otel Genel Müdürü***
	Prof. Dr. Muhsin KAR ***Yüksek Öğretim Kalite Kurulu Başkanı***
	Prof. Dr. Öcal OĞUZ ***UNESCO Türkiye Milli Komisyon Başkanı***

Panel Oturumu

Panel Oturum Bağlantısı: Laodikya Salonu

Moderatör: Prof. Dr. Serkan BERTAN

TÜRKİYE **11:00-12:30** *(Türkmenistan, Özbekistan) 13:00-14:30* *(Azerbaycan) 12:00-13:30* *(Kazakistan, Kırgızistan) 14:00-15:30* *(Arnavutluk) 10:00-11:00*	**Prof Dr. Şaban NAZLIOĞLU** **Enflasyon, Faiz ve Kur İlişkisi: Fiyat İstikrarı Açısından Yeni Perspektifler**
	Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU **Turizm Çalışanlarının Mesleki Gelecek Beklentileri**
	Prof. Dr. Engin Deniz ERİŞ **Turizm İşletmelerinde Kuşakların Yönetimi**
	Doç. Dr. Berdi SARIYEV **Mirasımız Türkmen Milli Bayrağı**
	Ebru BAYBARA DEMİR **Turizmde Kadın Girişimciliği: Gastronomi ve Kültür**

Sergi Açılışı: 13:00

"SALIK"
Öğr. Gör. Neslihan Fatoş ARĞUN

1. OTURUM

1. Oturum Bağlantısı: Ergiri Salonu

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Eylin AKTAŞ- Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN

TÜRKİYE **13:30-14:45** *(Türkmenistan, Özbekistan) 15:30-16:45* *(Azerbaycan) 14:30-15:45* *(Kazakistan, Kırgızistan) 16:30-17:45* *(Arnavutluk) 12:30-13:45*	**Traces of "Futuvvetnama" In Andalip's Creativity** *Tajigozel HOJAGELDIYEVA*
	Rusça-Türkçe Rehber Çevirmenliği ve Ulusal İletişim Davranışı *Dr. Leyla BABATÜRK*
	The Architecture of Hamam Baths In Albania: Critical Examinations Of Current Conditions And Potential Reuse Strategies *Dr. Dorina PAPA, Dr. Daniela KAVAJA*
	Gastronomi Şehirlerinin Web Sayfalarının Değerlendirilmesi *Prof. Dr. Serkan BERTAN*
	Attracting Tourists with Sensory Marketing: A Case of Pamukkale *Dr. Nisan YOZUKMAZ*

2. Oturum

2. Oturum Bağ lantısı: Anau Salonu

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Berdi SARIYEV- Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU

TÜRKİYE **13:30-14:45**	**Türkmen Köroğlu Destanında Kültürel Miras Katmanları** *Prof. Dr. Mustafa ARSLAN*
(Türkmenistan, Özbekistan) 15:30-16:45	**"Aslı-Kerem" Destanında "*Ağlamak*" Fiilinin Kullanılışı** *Doç. Dr. Maral Annayevna TAGANOVA*
(Azerbaycan) 14:30-15:45	**Bayram Han ve Zahırüddin Babür'ün Şiirlerinde Çoğul İsimlerin Kullanım Özellikleri** *Doç. Dr. Ogulsapar Atayevna NURIYEVA*
(Kazakistan, Kırgızistan) 16:30-17:45	**Türkmen Dil Biliminde Oğuz Dil Grubuna Ait Dillerin Karşılaştırma Yoluyla Araştırılması** *Dr. Hezretgulı DURDIYEV*
(Arnavutluk) 12:30-13:45	**Türkmenistan'ın Yükseköğretim Kurumlarında Türkçe Öğretim Sürecinin Düzenlemesi** *Dr. Sona ANNAYEVA*

3. Oturum

3. Oturum Bağ lantısı: Tripolis Salonu

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Seher CEYLAN- Öğr. Gör. Burcu YAMAN SELÇİ

TÜRKİYE **15:00-16:15**	**Konaklama Sektöründe Gelir Yönetimi Uygulamaları ve Hizmet Kalitesi: Denizli Örneği** *Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Emin SOYDAŞ, Şule DEMİRBAŞ*
(Türkmenistan, Özbekistan) 17:00-18:15	**Türkiye'de Turizm Geliri ile Karayolu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi** *Gülşah USTA, Prof. Dr. Aydın SARI*
(Azerbaycan) 16:00-17:15	**Turizm Endeksi ve Döviz Kuru İlişkisi: Türkiye için Ampirik Analiz** *Öğr. Gör. Elif Hilal NAZLIOĞLU*
(Kazakistan, Kırgızistan) 18:00-19:15	**Turizm Öğrencilerinin Yiyecek Neofili ve Neofobi Düzey ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma** *Öğr. Gör. Ahmet ÇETİN, Prof. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI*
(Arnavutluk) 14:00-15:15	**Otel/Konaklama İşletmelerinde Yeşil Enerji Kullanımı Üzerine Bir İnceleme** *Öğr. Gör. Elif Hilal NAZLIOĞLU, Öğr. Gör. İbrahim Halil KAZOĞLU*

4. Oturum

4. Oturum Bağ lantısı: Colossae Salonu

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Nergis BİRAY- Doç. Dr. Seher CEYLAN

TÜRKİYE **15:00-16:15**	**Vardar'ın İncisi, Üsküp'ün Simgesi "Burmalı Camii"** *Dr. Öğr. Üyesi Seyhan Murtezan İBRAHİMİ, Doç. Dr. Selçuk Kürşat KOCA*
(Türkmenistan, Özbekistan) 17:00-18:15	**Türkmen Çocuk Oyunlarında Kullanılan Oyuncaklar ve Araç Gereçler Üzerine** *Ulviye TOPÇU ÖZTÜRK, Prof. Dr. Nergis BİRAY*
(Azerbaycan) 16:00-17:15	**El Sanatları ve Turizm Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi** *Doç. Dr. Seher* **ARĞUN**, *Dr. Mehmet Tahir DURSUN, Neslihan Fatoş ARĞUN*
(Kazakistan, Kırgızistan) 18:00-19:15	**Özbek Seramiklerinde Somut Olmayan Kültürel Mirasa Yansıyan Hayvan Motifleri** *Arş. Gör. Süveyda ŞAHİN*
(Arnavutluk) 14:00-15:15	**Geleneksel Tören Keşkeğinin Denizli Yöresindeki Kültürel Gelişim ve Farklılıkları** *Melike KARATEKE, Samet ÖNDER*

5. Oturum

5. Oturum Bağ lantısı: Burana Salonu

Oturum Başkanı: Dr. Bahar İSLAMOĞLU- Dr. Mükrime ÖKSÜZ DEMİRGUBUZ

TÜRKİYE **16:30-18:00** *(Türkmenistan, Özbekistan) 18:30-20:00* *(Azerbaycan) 17:30-19:00* *(Kazakistan, Kırgızistan) 19:30-21:00* *(Arnavutluk) 15:30-17:00*	**Hava Sporları Deneyimlerinin Memnuniyete Etkileri: Pamukkale Örneği** *Sena AKÇAKAYA, Prof. Dr. Serkan BERTAN*
	Termal Turizm Araştırmaları: Bir Literatür Analizi *Prof. Dr. Nuray Selma ÖZDİPÇİNER, Doç. Dr. Seher* **ARĞUN**
	Döviz Kuru ile Havayolu Taşımacılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama *Dr. Bahar İSLAMOĞLU*
	Türkiye'ye Yönelik Yabancı Literatürde Yer Alan Akademik Yayınların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi *Övgü AÇIKSÖZLÜ, Mehmet YALÇIN*
	Denetim Görüşü 'Görüş Bildirmekten Kaçınma' Olan, Borsa Şirketlerinin 2021 Yılı Denetim Raporlarının İncelenmesi ve Finansal Oranlarının Analizi *Dr. Mükrime ÖKSÜZ DEMİRGUBUZ*
	Tıp ve Fizyonomi Çalışmalarında Burnun Yeri ve İstihdamındaki Değeri *Elvan ESER*
	Çalışanların Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma *Dr. Mutlu ARMAN*

24 Haziran 2022, Cuma

6. Oturum

6. Oturum Bağ lantısı: Heraklia Salbace Salonu

Oturum Başkanı: Prof. Dr. Mustafa ARSLAN- Dr. Mükrime ÖKSÜZ DEMİRGUBUZ

TÜRKİYE **10:00-11:15** *(Türkmenistan, Özbekistan) 12:00-13:15* *(Azerbaycan) 11:00-12:15* *(Kazakistan, Kırgızistan) 13:00-14:15* *(Arnavutluk) 09:00-10:15*	**Comparative Phraseological Units in The Turkmen and Persian Languages** *Gulshat GUNDOGDYYEVA*
	On pragmatic aspects of translation of culture-specific words from Kyrgyz into English *Meerim KINALIEVA*
	Türk ve Azerbaycan Edebiyatında Romantizm Eğilimi *Doç. Dr. Aydan HANDAN*
	Osmanlı'nın Balkanlardaki Kültürel Mirası: Hamidi (Hamidiye) Selanik Hastanesi *Metin SEYYAR*
	Türk halklarının edebiyatını öğretme yolları *Dr. Arif ESADOV*

7. Oturum

7. Oturum Bağ lantısı: Sebastopolis Salonu

Oturum Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Burcu KOÇ- Öğr. Gör. Mehmet YALÇIN

TÜRKİYE **10:00-11:15** *(Türkmenistan, Özbekistan) 12:00-13:15* *(Azerbaycan) 11:00-12:15* *(Kazakistan, Kırgızistan) 13:00-14:15* *(Arnavutluk) 09:00-10:15*	**COVID-19: The impact of the pandemic on the development of the transport and logistics system of Kazakhstan** *Gabdullina L.B.*
	The new development strategy of Uzbekistan is the basis for ensuring macroeconomic stability *Doç. Dr. Khurshida Khodjayeva SHARAFITDINOVNA, Merzaitova Khilola Nabi QIZI*
	Personnel motivation: innovative approaches and methods *Orynkanova J.M., Gotman L. A., Turusbekova A.S., Sayranbekova M., Beisen T.*
	Event - Management as a modern management technology *Sagynbekova A.M., Koichubaev A.S.*
	The Tradition of Respect for The Elders in The Turkmen National Culture *Dr. Narbibish* **SHAMMAYEVA**

8. Oturum

8. Oturum Bağ lantısı: Dionysopolis Salonu

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Murat BAYRAM

TÜRKİYE **11:30-12:45** *(Türkmenistan, Özbekistan) 13:30-14:45* *(Azerbaycan) 12:30-13:145* *(Kazakistan, Kırgızistan) 14:30-15:45* *(Arnavutluk) 10:30-11:45*	**Karay Türkçesi Söz Varlığının Azerbaycan Türkçesiyle Karşılaştırmalı İncelemesi** *Hayal ASGARLI*
	Out Text Information in The Poems of Magtymguly *Yazmuradov Agamammet PASHAKULYYEVICH*
	Kuzey Makedonya Türklerince Söylenen Türkülerdeki Kültürel Değerler *Doç. Dr. Osman EMİN*
	Turizm Ekonomisi Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (1988-2021) *Burcu YAMAN SELÇİ*
	Kültürel Miras Bağlamında Burun Üzerinden Gerçekleştirilen İkonoklazm Hareketi *Elvan ESER*
	Turistik Ürünün E-Ticaret Sitelerinde Satılmasına Yönelik Swot Analizi *Veli Ulaş ASMADİLİ*

9. Oturum

9. Oturum Bağ lantısı: Butrint Salonu

Oturum Başkanı: Doç. Dr. Soner SAĞLAM- Dr. Mehmet Tahir DURSUN

TÜRKİYE **11:30-12:45** *(Türkmenistan, Özbekistan) 13:30-14:45* *(Azerbaycan) 12:30-13:145* *(Kazakistan, Kırgızistan) 14:30-15:45* *(Arnavutluk) 10:30-11:45*	**Turkmen Felt Patterns Related with Animal Images and Their Meaning** *Ayna BAYMURADOVA*
	Lexical-Semantic Analysis of The National Kyrgyz Wall Carpet Ornaments *Dr. Nurgül KARYBEKOVA*
	Türk Devlet ve Topluluklarında Ortak Dil Sorunu *Doç. Dr. Elçin İBRAHİM*
	Yusuf Has Hacip'in "Kutadgu Bilig" Eseri Türk Halkları Kültürel Mirası *Doç. Dr. Halide İMAMOVA*
	Combination Of Metaphors In The Poetry Of Shakarim Kudaiberdiuly *Doç. Dr. Kenesbayeva Shynar SAKENOVNA*

10. Oturum

10. Oturum Bağ lantısı: Charyn Salonu

Oturum Başkanı: Dr. Semih ARICI- Öğr. Gör. Elif Hilal NAZLIOĞLU

TÜRKİYE **13:00-14:15** *(Türkmenistan, Özbekistan) 15:00-16:15* *(Azerbaycan) 14:00-15:15* *(Kazakistan, Kırgızistan) 16:00-17:15* *(Arnavutluk) 14:00-15:15*	**Ruhlar, Melekler, Ev Hayaletleri İle İlgili İnançlar** *Doç. Dr. Gurbanjemel ILYASOVA*
	Rusça Metinindeki Ata, Baba, Sultan, Şa, Han, Bek, Hanym Türkmen Kelimelerinin Yazılımı Üzerine *Doç. Dr. Gulnara Aykeşovna KOLATOVA*
	Türkmen Dilinde Kişisel İsimlerin Anlamsal Grupları *Doç. Dr. Ata Annamıradoviç GILIJOV*
	Bilgisayar Teknolojileri ile Orfografiyi Öğretme *Dr. Yaylımdurdı Nazaroviç GARAYEW*
	Options for studying American English by students using modern teaching methods *Fatima Hajizada ELSHAN*

11. Oturum		
11. Oturum Bağlantısı: Gobustan Salonu- KAPANIŞ OTURUMU		
Oturum Başkanı: Prof. Dr. Nergis BİRAY		
TÜRKİYE **15:00-16:15** *(Türkmenistan, Özbekistan) 17:00-18:15* *(Azerbaycan) 16:00-17:15* *(Kazakistan, Kırgızistan) 18:00-19:15* *(Arnavutluk) 14:00-15:15*	*Prof. Dr. Mustafa ARSLAN*	
	Prof. Dr. Serkan BERTAN	
	Prof. Dr. Aydın SARI	
	Doç. Dr. Berdi SARIYEV	
	Doç. Dr. Maral Annayevna TAGANOVA	
	Doç. Dr. Elçin İBRAHİM	
	Doç. Dr. Kenesbayeva Shynar SAKENOVNA	
	Dr. Nurgül KARYBEKOVA	
	Dr. Khurshida Khodjayeva SHARAFITDINOVNA	

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

BİLDİRİLER

23-24 HAZİRAN 2022, DENİZLİ (ÇEVRİMİÇİ)

23-24 JUNE 2022, DENIZLI (ONLINE)

TÜRKİYE TURİZMİNE YÖNELİK YABANCI LİTERATÜRDE YER ALAN AKADEMİK YAYINLARIN VOSVIEWER İLE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Öğr. Gör. Övgü Açıksözlü
Yalova Üniversitesi, Armutlu MYO
E-mail: ovgu.aciksozlu@yalova.edu.tr

Öğr. Gör. Mehmet Yalçın
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: mehmetyalcin@pau.edu.tr

Özet

Turizm sosyal bilimler temel alanı içinde yer almaktadır. Sosyal bilimler alanın içinde yer alan bir çok bilim dalı ile ilişkisi bulunması sebebiyle multidisipliner özellik taşıyan turizm, akademik alanda da üzerinde oldukça fazla çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı literatürde bir çok farklı konu ile bağlantılı olarak ortaya konulan turizm konulu birçok bilimsel çalışma bulunmaktadır. Yerli literatürde yer alan turizm çalışmalarının büyük bir çoğunluğu Türkiye ile ilgili olmakla birlikte; Türkiye'nin ve Türk akademisinin küresel olarak tanıtılması için yabancı literatürde Türkiye ile ilgili yapılan bilimsel ve nitelikli çalışmaların çokluğu ile doğru orantılı olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple çalışmanın amacı alan yazında yer alan akademik araştırmaların Türkiye kapsamında hangi anahtar kelimelerle bağlantılı olduğunu incelemek ve son yıllarda hangi anahtar kelimelerde yoğunlaştığını ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşabilmek için çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden *"bibliyometrik analiz yöntemi"* kullanılmıştır. Araştırmada Web of Sicience'da taranan "Tourism Management" dergisinde yayınlanmış toplam 37 yayın, bibliyometrik göstergeler açısından incelenerek bibliyometrik analiz araçlarından biri olan VOSviewer programı tarafından analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda; geçmişten günümüze kadar devam eden süreçte isminde, özetinde ve anahtar kelimelerinde Türkiye geçen çalışma sayısının çok az olduğu görülmektedir. Az sayıda olan bu çalışmalarda Türkiye ile bağlantılı diğer anahtar kelimelere bakıldığında beach management (plaj yönetimi), education (eğitim), challenges (zorluklar), sustainable development (sürdürülebilir gelişmeler), developing countries (gelişmekte olan ülkeler), tourism development (turizm gelişimi) kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: *Turizm, literatür, bibliyometri, Vosviewer.*

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ACADEMIC PUBLICATIONS ON TURKISH TOURISM IN FOREIGN LITERATURE WITH VOSVIEWER

Abstract

Tourism is included in the basic field of social sciences. Due to its connections to several scientific fields in the area of social sciences, tourism has a multidisciplinary characteristic and seems to have been studied quite a bit in the academic world. Many scientific studies on tourism have been put forward in connection with many different subjects in domestic and foreign literature. Despite the fact that studies on tourism predominate in the domestic literature, it is believed that these studies are strongly correlated with the wealth of scholarly research on Turkey in the international literature, which serves to promote Turkey and the Turkish academy internationally. Because of this, the study's objective is to determine which terms academic studies in the literature have focused on most recently as well as how those keywords connect to Turkey. One of the qualitative research techniques, the "bibliometric analysis approach," was utilized in the study to accomplish this goal. The VOSviewer software, one of the bibliometric analysis tools, was used in the study to examine a total of 37 articles from the "Tourism Management" journal that had been scanned in the Web of Science in terms of bibliometric indicators. According to the study, there aren't many articles from the past or present that mention Turkey in their title, abstract, or keywords. Beach management , education, challenges, sustainable development, developing countries, and tourism development words all seem to be used when searching at the other, infrequently used, keywords related to Turkey in these studies.

Keywords: *Tourism, literature, bibliometrics, Vosviewer.*

GİRİŞ

Turizm dünya ekonomisinde oldukça önemli bir rol oynayan büyük bir endüstridür. Ancak turizm sadece ekonomik katıkısı ile öne çıkmamaktadır. Küreselleşmeye etkisi, ülkelerin uluslararası tanınırlığının artması, destinasyonların gelişmesi, kültürlerin kaynaşması, dünya barışına etkisi, ülkeler arası politik ilişkilerin gelişmesi gibi bir çok konuya katkı sağlayan turizm hem hükümetler hem insanlar hem de araştırmacılar için oldukça önemli olarak kabul edilen bir kavram olarak görülmektedir. Multidisipliner olan turizm üzerine çok fazla akademik çalışma yapılmaktadır. Türkiye, uygun iklim özellikleri ve coğrafi konumunun yanı sıra sahip olduğu tarihi ve kültürel kaynaklarla turizm alanında ön plana çıkan bir ülke konumundadır. Dolayısıyla alan yazın incelendiğinde Türkiye turizmi üzerine sayısız çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Fakat bu çalışmaların çok büyük bir kısmı ulusal alan yazında ya da uluslararası olmasına rağmen Türkçe dili ile yayınlandığı görülmektedir. Türkiye'nin turizm akademisinde adını duyurması ve tanınırlığının artırılması için uluslararası ve bilinirliği yüksek dergilerde yer almasının oldukça önemli olduğu bilinmektedir.

Buradan hareketle alan yazında yer alan akademik araştırmaların Türkiye kapsamında hangi anahtar kelimelerle bağlantılı olduğunu incelemek ve son yıllarda hangi anahtar kelimelerde yoğunlaştığını ortaya koymak, çalışmanın amacı niteliğindedir. Bu amaca ulaşabilmek için nitel araştırma yöntemlerinden *"bibliyometrik analiz yöntemi"* kullanılmıştır.

1. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometrik analiz tekniği, matematik ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim araçlarına uygulanması olarak değerlendirilmektedir (Pritchard, 1969). Dolayısıyla bibliyometrik analiz bilimsel çıktı ve bilim ile ilgili eserlere ve süreçlere uygulanmaktadır (Cronin, 2000). Bibliyometrik analiz yöntemi ile alan yazında yer alan veriler tamamen ya da sadece belirli dönemleri ele alarak ilgili disipline ilişkin somut veriler sağlamaktadır (İnceoğlu, 2014, s.34). Bu yöntem çerçevesinde öncelikle belirlenen akademik yayınlar bir araya getirilmektedir. Daha sonra yayınlara ilişkin veriler standartlaştırılıp, sınıflandırılmaktadır. En son analizler yapılarak çıkan sonuçlar yorumlanmaktadır (Baker vd.,2020).

Dolayısıyla bibliyometrik analiz ile bilimsel çalışma yayını yapılan aktif dergiler ve bu dergilerde toplam yayın sayısı, aktif araştırma yapılan ülkeler, yazarlar, yayın dili, çalışmadaki kaynak türleri, çalışmaların aldığı atıflar ve anahtar kelime ağları bibliyometrik

değişken olarak analiz edilebilmektedir (Gürdün, 2020). Beş farklı türü bulunan bibliyometrik analiz alıntı analizi, ortak alıntı analizi ve bibliyografik eşleştirme, ortak yazar analizi ve ortak kelime

analizi olarak sınıflandırılmaktadır (Zupic ve Cater, 2015, s.431). Bu çalışmada çalışma başlıklarında ve anahtar kelimelerde ortaya çıkan kavramlar arasındaki bağlantıları bulmaya yarayan ortak kelime analizi kullanılmaktadır. Bilimsel yayınlarda yer alan anahtar kelimelerin incelendiği ortak kelime analizi ile yazarlar tarafından özenle seçilen anahtar kelimelerin bilimsel araştırmanın içeriğine dair genel bilgiler sağlaması varsayılmaktadır (Romo-Fernández vd.,2013; Feng vd.,2017). Böylece sık kullanılan ve birbiri arasında ilişki bulunan anahtar kelimeler ile kavramsal bir alanı temsil eden ana temalar ağı oluşturmaktadır (Börner vd.,2003). Böylece farklı zaman aralıklarında sınıflandırılmış yayın grupları arasındaki değişim ve dönüşüm ortak kelime analizi yoluyla gözlemlenebilmektedir (Coulter vd.,1998).

2. Yöntem

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden bibliyometrik araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Turizm alanında yer alan bilimsel araştırmalarda birçok farklı kavram birlikte ele alınmaktadır. Dolayısıyla çalışmada turizm ile alakalı akademik araştırmalar bibliyometrik parametreler ile incelenerek mevcut durumun belirlenmesi istenmektedir. Araştırmalarda en yaygın kullanılan bibliyometrik veri tabanları Scopus, Web of Science, ve Google Scholar olduğu ifade edilmektedir (Karagöz ve Seref, 2019). Daha önce yapılmış çalışmalarda Web of Science (WoS)'ın bibliyometrik araştırmalar için güvenilir bir veritabanı olarak belirtilmesi sebebiyle bu çalışmada veri toplamada Web of Science veri tabanı kullanılmaktadır (Zupic ve Čater, 2015; Köseoğlu vd.,2019; Uyar vd.,2020). Web of Science; Fen Bilimleri, Sosyal Bilimler, Sanat ve İnsani Bilimleri alanlarında 12.000'den fazla dergi ve 148.000 konferans bildirisini düzenli bir şekilde tarayarak araştırma alanlarıyla en ilgili ve prestijli olan yayınlara ulaşılma imkânı sağlayan veri tabanıdır (Thomson Reuters, 2011).

Bu kapsamda 2022 Haziran ayı içerisinde Web of Science'ta çevrimiçi yapılan taramalar ile yayın bilgilerine ulaşılmıştır. Araştırmada ilk önce turizm temalı dergilere ulaşabilmek için dergi isminde tourism kelimesi geçen dergilere ulaşılmıştır. Bu dergilere ulaşabilmek için Web of Science arama sayfasındaki "Search (Arama)" seçeneğine "tourism (turizm)" yazılarak dergiler taranmıştır. Tarama sonucunda bu dergilerde isminde, özetinde ya da anahtar kelimelerinde "Turkey (Türkiye)" kelimesinin yer aldığı çalışma sayısı aynı şekilde aranmıştır. Arama sonucunda; isminde, özetinde ya da anahtar kelimelerinde "Turkey" kelimesinin yer alan çalışmanın en çok "Tourism Management" dergisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yıl kısıtlaması konulmamasına rağmen, sadece 37 olan bu çalışma sayısı oldukça azdır.

Araştırmada "Tourism Management" (TM) dergisinde yayınlanmış toplam 37 yayın, bibliyometrik göstergeler açısından incelenerek bibliyometrik analiz araçlarından biri olan VOSviewer programı tarafından analiz edilmiştir. VosViewer yazılımı ağ verilerine dayanarak haritalar oluşturmak ve bu haritaları görselleştirmek amacıyla kullanılan analitik bir araçtır. VOSviewer, bilimsel dergiler, araştırmacılar, bilimsel yayın ağları, araştırma kuruluşları, ülkeler, anahtar kelimeler veya terimler ağı oluşturmak için kullanılabilmektedir (Van Eck ve Waltman, 2018, s.3). Toplam ulaşılan anahtar kelime sayısı 133'tür. Bu anahtar kelimeler bir Excel elektronik tablosuna kaydedilerek aynı anlamı taşıyan kelimeler birleştirilmiştir. Çalışmada ilgili akademik yayınlardaki anahtar kelime ayıklama aşamasının sonucunda ulaşılan toplam 87 kayıt VOSviewer (Version 1.6.9) paket programı kullanılarak görselleştirilmiştir. Yayınlardaki anahtar kelimeler üzerinden çalışma alanındaki araştırma konularını ve yönelimleri görsel olarak haritalandırılmıştır. Bu doğrultuda araştırma soruları şu şekildedir:

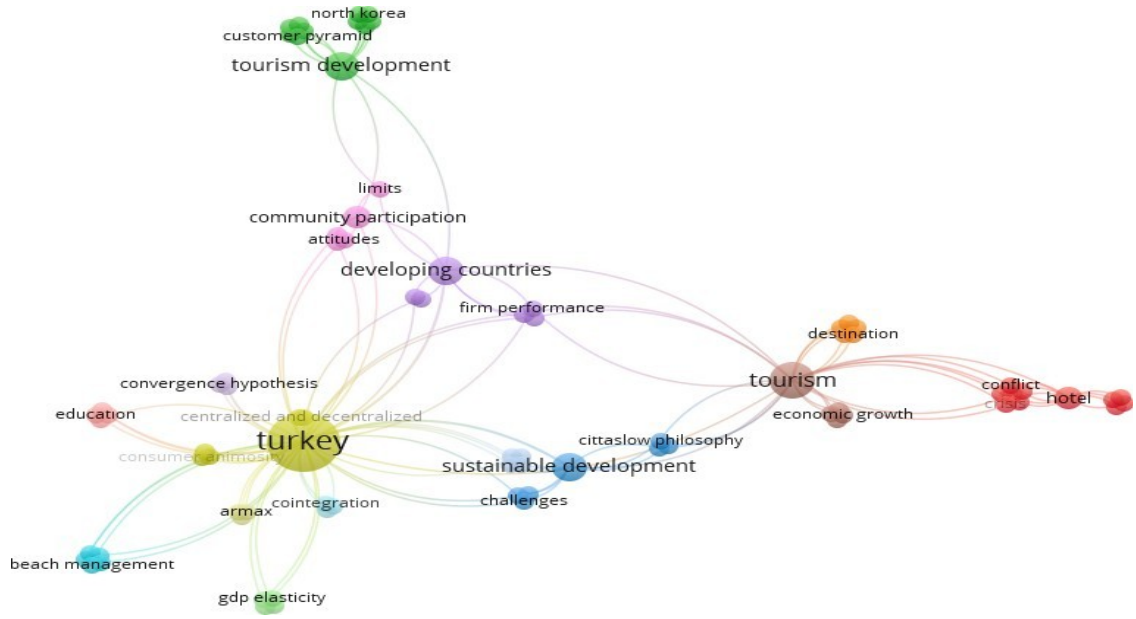
Araştırma Sorusu 1: "Tourism Management" dergisinde yayımlanan çalışmalar hangi konular üzerinde şekillenmiştir?

Araştırma Sorusu 1: "Tourism Management" dergisinde yayımlanan çalışmalarda halen popülaritesini koruyan ve ortaya yeni çıkan kavramlar nelerdir?

2. Bulgular

Bibliyometrik yöntemlerden biri olan ortak kelime analizi bulguları bilimsel haritalama yöntemiyle görsel bir çıktıya dönüştürülebilmektedir. Bu görsel çıktı içerisinde bir anahtar kelimenin sahip olduğu daha küçük boyut, daha düşük birlikte oluşum sıklığına işaret etmekteyken, daha büyük boyut ise çok daha yüksek birlikte oluşum sıklığına delil olarak gösterilmektedir. Anahtar kelimeler arasında yer alan çizgiler, aynı araştırmada yer alan iki anahtar kelime arasındaki bağlantıyı göstermektedir. İki anahtar kelime arasındaki bu çizgilerin kalınlığının artması bağlantının o kadar güçlü olduğu ifade etmektedir (Chen, Chen, Wu, Xi ve Li, 2016). Dolayısıyla turizm temalı olarak seçilen "Tourism Management" dergisinde yer alan 87 kelime VOSviewer analiz programı ile görselleştirilmiştir. Ortak anahtar kelime ağı analiz bulguları Şekil 1'de görselleştirilmiştir.

Şekil 1: *Tourism Management dergisinde yayınlanan Türkiye konulu çalışmalarda yer alan ortak anahtar kelime ağı görselleştirme haritaları*



Şekil 1'e göre; TM dergisinde Türkiye konulu çalışmalarda tahmin edileceği gibi anahtar kelime olarak en fazla "Turkey" kelimesi kullanılmıştır. Türkiye ile bağlantılı diğer anahtar kelimelere bakıldığında beach management (plaj yönetimi), education (eğitim), challenges (zorluklar), sustainable development (sürdürülebilir gelişmeler), developing countries (gelişmekte olan ülkeler), tourism development (turizm gelişimi) kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir.

Bu çalışmalar için birkaç örnek incelendiğinde; Türkiye sahillerinin Türk turizminde önemli yere sahip olması araştırmacıları bu konuda çalışmaya itmiştir. Akdeniz'e sahili bulunan Mersin plajları, çöp ve insanların yarattığı tahribattan kurtulmak, plaj kapasitesini artırmak ve buralarda sosyal aktivite sağlamak amacıyla verimli plaj yönetimi ele alınan konulardandır (Birdir, Ünal ve Williams, 2013). Türkçe çevirisi zorluklar olarak ifade edilen challenges ve sürdürülebilir gelişmeler anahtar kelimesi ise, sürdürülebilir turizmin zorlukları (Tosun, 2001), turizm çalışanlarının sürdürülebilirliği (Yıldırım, 2021) ve Cittaslow (yavaş şehir) felsefesi ile sürdürülebilir turizmin gelişimi açısından ele alınmıştır (Ekinci, 2014). Dünya'da ve Türkiye'de oldukça gelişim gösteren Cittaslow ağının Türkiye'de 21 üyesi bulunmaktadır (Cittaslow, 20222). Destination (destinasyon) kelimesi ile bağlantılı kullanıldığı görülen çalışmada Türkiye'de yer alan cittaslow'a aday şehirler ele alınmış ve potansiyel aday olabilecek şehirler değerlendirilmiştir (Ekinci, 2014). Aynı şekilde destinasyon anahtar kelimesi ile hazırlanan çalışmalar içerisinde Türkiye'deki

destinasyonların daha fazla turist

segmentine hitap edecek şekilde yeniden konumlandırılması (Kozak ve Martin, 2012) ve çalışmanın yapıldığı yıl Dünyada'ki ilk on turistik destinasyonda (Çin, Fransa, Almanya, İtalya, Meksika, Rusya, İspanya, Türkiye, Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri) turizme dayalı büyüme incelenmiştir.

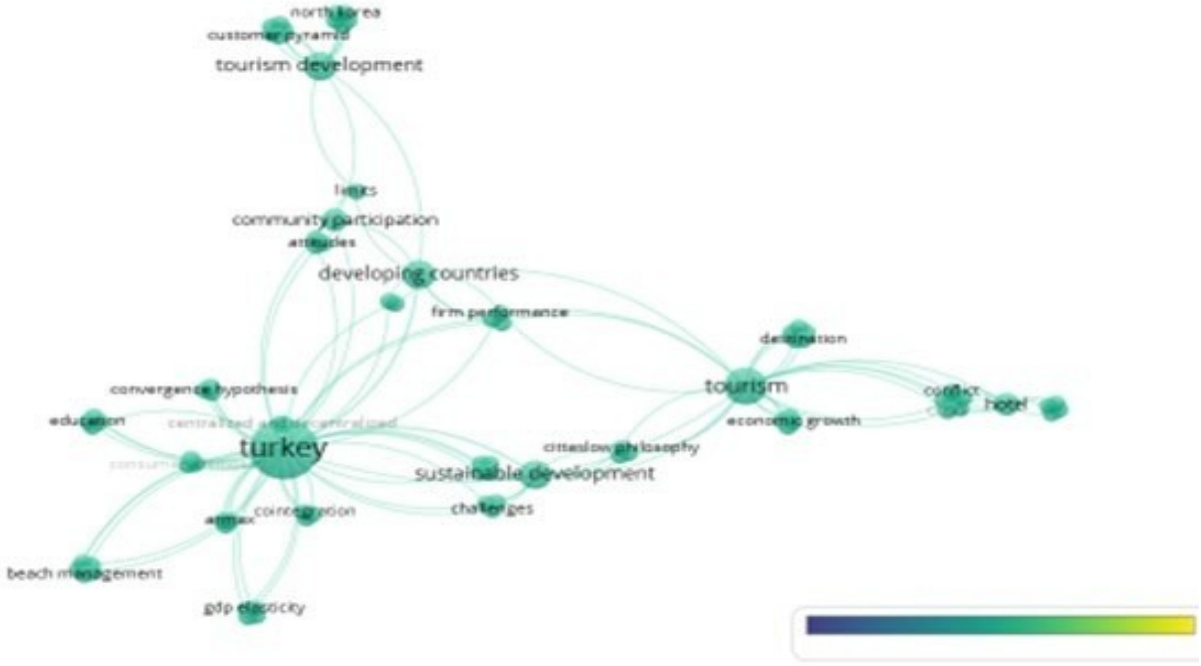
TM dergisinde Türkiye konulu çalışmalarda ön plana çıkan diğer anahtar kelime ise economic growth (ekonomik büyüme) kelimeleridir. Uluslararası turizmin Türkiye ekonomisi için öneminin değerlendirilmesi (Akkemik, 2012) üzerine çalışma yapılmıştır. Dünyadaki ilk on turistik destinasyonun turizme dayalı büyümesinin incelendiği çalışmada ise Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir (Shahzad, vd., 2017). Diğer bir çalışmada ise Turizmin uzun vadeli gelişmenin Türkiye ekonomik büyümesine katkısının olacağı ifade edilmiştir (Katırcıoğlu, 2009).

TM dergisinde Türk turizm endüstrisinin daha da gelişmesinin önündeki en önemli sorunlardan biri olarak değerlendirilen diğer bir anahtar kelime ise eğitimdir. Dergide eğitim, yerli eğitimli personel arzı (Brotherton, Woolfenden, Himmetoglu, 1994) ve küreselleşmek için otelleri öğrenen organizasyonlara dönüştürmek (Bayraktaroğlu ve Kutanis, 2003) ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır.

"Toursim Management" dergisinde geçmişten günümüze yayınlanan çalışmaların kapsamını oluşturan anahtar kelimelerin hangi zaman dilimlerinde yer aldığı, ilk çalışılan anahtar hangileri olduğu, hangi kelimelerin ilk çalışıldığı günden bu yana popülerliğini korudukları, en güncel araştırma konularını temsil eden kelimelerin hangileri olduğu ve merkezilik açısından hangi anahtar kelimelerin baskın olduğuna dair bulgular Şekil 2'de gösterilmiştir.

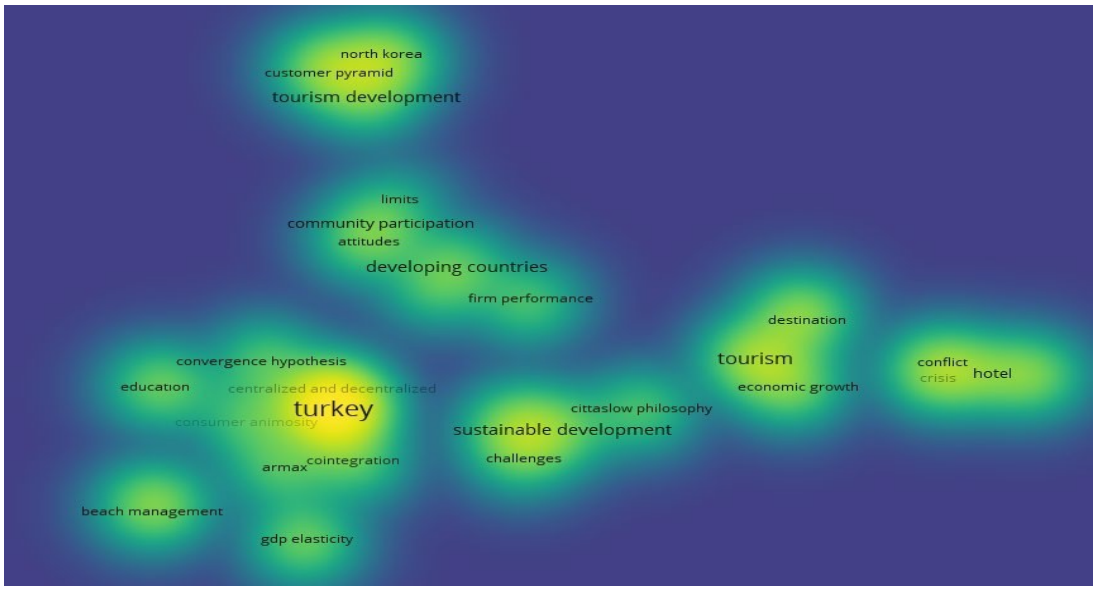
Şekil 2'de görüldüğü üzere, renk skalasındaki en soğuk renk olan mor renk ile temsil edilmeleri ve düğüm boyutlarının büyüklüğü bakımından incelendiğinde çalışmaların geçmişten günümüze aynı anahtar kelimeler ile devam ettiği görülmektedir. Anahtar kelimeler incelendiğinde literatürde hep çalışılacak ve güncelliğini kaybetmeyecek temek niteliğe sahip kelimelerin yer aldığı görülmektedir. Dünya'da ve Türkiye'de ortaya çıkan yeni ve popüler kavramlar (covid-19, teknoloji, endüstri 4.0 vb.) üzerine güncel çalışmaların olmadığı görülmektedir.

Şekil 2. *Tourism Management dergisinde yayınlanan Türkiye konulu çalışmalarda yer alan ortak anahtar kelimelerin yıllara göre dağılım haritaları*



Şekil 3'te Tourism Management dergisinde yayınlanan Türkiye konulu çalışmalarda yer alan ortak anahtar kelimelerin yoğunluk haritaları verilmektedir. Yoğunlaştırılmış görsel ağ analizine göre sarı rengin yoğunlaştığı yerlerdeki anahtar kelimeler Turkey, tourism, customer pyramid (müşteri piramiti), sustainable development (sürdürülebilir gelişmeler) TM dergisinde yer alan makalelerde daha fazla kullanılmıştır.

Şekil 3. *Tourism Management dergisinde yayınlanan Türkiye konulu çalışmalarda yer alan ortak anahtar kelimelerin yoğunluk haritaları*



SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm ülkelerin milli gelirleri içerisinde yer alan önemli gelir kalemlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmadaki önemli etkisi turizmi dünya için vazgeçilmez bir sektör haline getirmektedir. Ülkelerin tanıtımında da oldukça önemli olan turizm birçok disiplin ile ele alınmaktadır. Bu sebeple akademik çalışmalara da çokça konu olmaktadır. Ulusal ve uluslararası alan yazınında turizm temel alanında yer alan dergiler bulunmaktadır. Ancak uluslararası alan yazınında Türkiye'ye yönelik yapılan çalışmaların oldukça az olduğu görülmektedir. Türkiye'nin turizm anlamında gelişmiş bir ülke olması ve hemen her turizm türüne yönelik faaliyetleri bünyesinde bulundurması sebebiyle sosyal ve ekonomik faydası oldukça yüksektir. Dolayısıyla uluslararası nitelikli yapılan sayıların daha fazla olması beklenmektedir. Türkiye ile ilgili yapılan çalışmalarının çok büyük çoğunluğunun yayın dilinin Türkçe olduğu görülmektedir.

Az sayıda da olsa uluslararası indexlerde taranan önemli dergilerde yayın dili İngilizce olarak yayınlanan akademik çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmada turizm alanında popülerliği yüksek olan "Tourism Management" dergisi ele alınmıştır. Dergide yayınlanan Türkiye konulu çalışmaların destinasyon, sürdürülebilirlik, ekonomik büyüme ve eğitim gibi temel konular üzerine olduğu görülmektedir. Turizmin temel unsuru olan destinasyon geçmişten günümüze birçok farklı anahtar kelime ile bağlantılı olarak kullanılmaktadır. Aynı şekilde sürdürülebilirlik kavramı turizmin ve dünyanın gelecek kuşaklara bozulmadan aktarılabilmesi için önem taşımaktadır. Bu sebeple çalışmalarda kullanılan temel kelimelerdendir. Turizmin gelişmesi ve sürdürülebilir olması için hem personelin hem tüketicilerin hem de yöneticilerin eğitilmesi gerekmektedir. Eğitim turizm kapsamında da birçok alanda karşımıza çıkan temel bir kavram olma özelliği göstermektedir. Son olarak ekonomik kalkınma ülkeler var oldukça önemini koruyacak bir kavramdır. Turizmin ekonomik kalkınmadaki önemi düşünüldüğünde turizme yönelik akademik çalışmalarında çok olması beklenmektedir. Bu sebeple ekonomik kalkınma da temel kelimeler arasında yer almaktadır. TM dergisinde az sayıda bulunan Türkiye temalı çalışmalarda geçen anahtar kelimelerin yıllara göre değişimi incelendiğinde geçmişten günümüze bu temel konuların çalışıldığı görülmektedir. Yıllara göre turizm ile bağlantılı kullanılacak birçok yeni kelime popüler olmaktadır. Ancak bu güncel kelimeler TM dergisinde Türkiye kelimesi ile bağlantılı olarak kullanılmamıştır. 2019 yılından bu yana en çok kullanılan kelimelerden biri dünyayı ve turizmi sarsan covid-19 salgınıdır. Covid-19 konulu yerli ve yabancı turizm alan yazınında çok fazla çalışmaya rastlanmaktadır. Fakat yabancı alan yazın niteliğinde yer alan TM

dergisinden bu

güncel kelime Türkiye ile bağlantılı kullanılmamıştır. Güncel ve yaygın kullanılan diğer konulara örnek olarak Endüstri 4.0 ile hayatın vazgeçilmezi konumuna gelen teknoloji kelimesidir. Akademik araştırmalara bu kadar konu olan bu güncel kelimeler daha çoğaltılabilir. Bu bağlamda sonuç olarak Türkiye ile ilgili önemli turizm dergisi olan TM'de yeterli çalışma bulunmamaktadır. Az sayıda bulunan bu çalışmalarda bağlantılı olan anahtar kelimelerde geçmişten günümüze değişmemiş ve temel kabul edilen destinasyon, eğitim, ekonomik büyüme, sürdürülebilirlik gibi kelimeler olmaktadır.

Türkiye'nin tanıtımda en önemli yere sahip sektörlerden bir turizmdir. Türkiye turizminin tanıtılması ve yayılması için birçok yer insanların karşısına çıkması gerekmektedir. Turizm araştırmacıları bu anlamda Türkiye'ye yönelik uluslararası alan yazında taranan prestijli turizm dergilerine nitelikli çalışmalar hazırlayarak Türkiye'nin tanınmasına destek olabilir. Bu sayede Türkiye hem turistik olarak hem de akademik olarak bilinilirliği artacaktır. Yapılan çalışmaların içeriği doğrultusunda Türkiye destinasyonları, otel yönetimleri, kullanılan teknolojiler, mevcut turizm türleri, ülkeye gelen turist tipleri vb. birçok konuda bilgi alışverişi sağlanmış olacaktır. Ayrıca akademik alan yazın taramasında güncel ve popüler konular her zaman dikkat çekmektedir. Türk akademisyenler bu konular üzerine nitelikli çalışmalarla yabancı alan yazında yer alması daha çok kişiye ulaşılabilmek için önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Akkemik, K. A. (2012). Assessing the importance of international tourism for the Turkish economy: A social accounting matrix analysis. *Tourism Management*, *33*(4), 790-801.

Baker, H.K., Kumar, S. ve Pattnaik, D. (2020), Twenty-five years of the journal of corporate finance: A scientometric analysis. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101572.

Bayraktaroglu, S., ve Kutanis, R. O. (2003). Transforming hotels into learning organisations: A new strategy for going global. *Tourism Management*, *24*(2), 149-154.

Birdir, S., Ünal, Ö., Birdir, K., & Williams, A. T. (2013). Willingness to pay as an economic instrument for coastal tourism management: Cases from Mersin, Turkey. *Tourism Management*, *36*, 279-283.

Brotherton, B., Woolfenden, G., ve Himmetoğlu, B. (1994). Developing human resources for Turkey's tourism industry in the 1990s. *Tourism Management*, *15*(2), 109-116.

Chen, X., Chen, J., Wu, D., Xie, Y., ve Li, J. (2016). Mapping the research trends by co-word analysis based on keywords from funded project. *Procedia Computer Science*, 91, 547–555.

Cittaslow, (2022). https://cittaslowturkiye.org/ (E.T: 10.06.2022).

Coulter, N., Monarch, I., ve Konda, S. (1998). Software engineering as seen through its research literature: A study in co-word analysis. *Journal of the American Society for*

Information Science, *49*(13), 1206-1223.

Cronin, B. (2001). Bibliometrics and beyond: Some thoughts on web-based citation analysis. *Journal of Information science, 27*(1), 1-7.

Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey. *Tourism Management*, *41*, 178-189.

Feng, J., Zhang, Y. Q., ve Zhang, H. (2017). Improving the co-word analysis method based on semantic distance. Scientometrics, 111(3), 1521–1531.

Gürdin, B. (2020). Yeşil pazarlamanın bilimsel haritaların görselleştirilmesi tekniğiyle bibliyometrik analizi. *Econder International Academic Journal*, *4*(1), 203-231.

İnceoğlu, Ç. (2014). Türkiye'de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 21, 31-50.

Karagoz, B. ve Seref, I. (2019). Yunus Emre ile ilgili araştırmaların bibliyometrik analizi. *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi, 13*(27), 123-141.

Katircioglu, S. T. (2009). Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, *30*(1), 17-20.

Kozak, M., ve Martin, D. (2012). Tourism life cycle and sustainability analysis: Profit-focused strategies for mature destinations. *Tourism Management*, *33*(1), 188-194.

Köseoğlu, M. A., Okumuş, F., Putra, E. D., Yıldız, M., ve Doğan, I. C. (2019). Conceptual structure of lodging-context studies: 1990–2016. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, *43*(4), 573–594.

Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, *25*(4), 348–349.

Romo-Fernández, L. M., Guerrero-Bote, V. P., ve Moya-Anegón, F. (2013). Co-word based thematic analysis of renewable energy (1990–2010). Scientometrics, 97(3), 743–765.

Shahzad, S. J. H., Shahbaz, M., Ferrer, R., ve Kumar, R. R. (2017). Tourism-led growth hypothesis in the top ten tourist destinations: New evidence using the quantile-on-quantile approach. *Tourism Management*, *60*, 223-232.

Thomson Reuters. (2011). Web of Science SM. Thomson Reuters Quick Refrence Guide, 1-8.

Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism management*, *22*(3), 289-303.

Uyar, A., Kılıç, M., ve Köseoğlu, M. A. (2020). Exploring the conceptual structure of the auditing discipline through co-word analysis: An international perspective. *International Journal of Auditing, 24*(1), 53-72.

Yıldırım, M. (2021). Tracing the consent, adaptation and resistance practices of an 'unsustainable'workforce: the governmentality of workplaces in tourism industry. *Tourism Management*, *84*, 104260.

Zupic, I., ve Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

HAVA SPORLARI DENEYİMLERİNİN MEMNUNİYETE ETKİLERİ: PAMUKKALE ÖRNEĞİ*

Sena Akçakaya
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-mail: sakcakaya@yahoo.com

Prof. Dr. Serkan Bertan
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-mail: serkanbertan@yahoo.com

Özet
Günümüzde deniz, kum, güneş üçlemesinin yanı sıra turizm çeşitlerine olan yönelim ve kişilerin tatil anlayışının değişmesi spor turizmine verilen değeri artırmıştır. Bu çalışmada Pamukkale bölgesinde hafif hava araçları ile yaşanan deneyimlerden yola çıkılarak, bu deneyimlerin memnuniyet üzerindeki etkileri incelenmiştir. Pamukkale'de turistik hafif hava aracı ile deneyim yaşayan turistlere anket uygulanmıştır. 313 turistten veriler toplanmış ve istatistik program vasıtasıyla veriler analiz edilmiştir. Veriler analiz edildiğinde hava araçları deneyiminin memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bilişsel, sosyal ve kişisel deneyimlerin memnuniyet üzerinde anlamlı etkisi, faydacı deneyimin ise memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Spor Turizmi, Hava Sporları, Deneyim, Memnuniyet, Pamukkale, Denizli.*

THE EFFECTS OF AIR SPORTS EXPERIENCES ON SATISFACTION: THE EXAMPLE OF PAMUKKALE

Abstract
Today, besides the sea, sand and sun trilogy, the value of tourism and holiday understanding to tourism has been increased. In this study, based on the experiences with light aircraft in Pamukkale, choose to meet these experiences. A questionnaire was applied to the tourists who had experience with a touristic light aircraft in Pamukkale. Data were collected from 313 tourists and the data were analyzed by means of a statistical program. When the data were analyzed, it was seen that the aircraft experience had a significant effect on satisfaction. Cognitive, social and personal experiences have no significant effect on satisfaction, while utilitarian experience has no significant effect on satisfaction.

Keywords: *Sports Tourism, Air Sports, Experience, Satisfaction, Pamukkale, Denizli.*

Son yıllarda turizm çeşitlendirilmesi kapsamında spor ve doğaya dayalı alternatif turizm türlerine talep giderek artmakta, özellikle turizm ve spor endüstrisi ile ilişkili olan, insanların ve mekânların faaliyetlerle etkileşimini sağlayan spor turizmi kültürel aktarımlarla fayda sağlamaktadır (Hong, 1997; Weed ve Bull, 2009; Çelik, 2018; Kurtzman ve Zauhar, 2003). Mega, ayırt edici, uluslararası, ulusal, bölgesel ve yerel olaylar sınıflara ayrılan spor deneyimleri, duygusal gelişimi zenginleştirmekte ve sosyal alanda iyi bir etkileşim sağlamaktadır (Gammon ve Robinson, 1997; Sofield, 2003). Spor turizmi, istihdama ve ekonomik büyüme, sosyo-kültürel değişim ve ziyaretçi hareketliliğine katkı sağlamakta, seyahat niyeti oluşturmakta, altyapıyı geliştirmekte, her bölge ve ülke için aynı etkiler

* Bu çalışma Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

oluşmamakta ve farklılıklar göstermektedir (Daniels, 2007; Sasi, 1995; Kim vd., 2015; Kurtzman, 2005; Freeman, 2015).

Hava sporları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; potansiyelinin belirlenmesi, yatırımcıların fikirleri, deneyim boyutları ve deneyimsel yönler, çekici unsur olarak kullanılıp kullanılmadığı, avantaj ve dezavantajları, bölge için önemi ve uygunluğu, kırsal alanlara katkısı, davranışsal niyetler üzerinde etkisi, tarihçesi, gelişimi, memnuniyete ve deneyim değerinin etkisi incelenmiştir (Acar ve Aktaş, 2017; Güzel ve Şahin, 2020; Dağdeviren vd., 2020; Costa ve Chalip, 2005; Diker vd., 2016; Özen, 2017; Özen, 2019; Özen ve Özdemir, 2019; Batman ve Demirel, 2015; Ammar, 2017). Manzaranın hava sporları için avantaj sağladığı, yatırımcıların isteksiz olduğu, stratejik planın, altyapı ve üstyapının önemli olduğu, eğitsel, eğlence, estetik, kaçış olmak üzere deneyimsel boyutların oluştuğu, paket turlar içine dahil edilmesi gerektiği, davranışsal niyetler üzerinde etkili olduğu, ekonomik ve çevresel yönden etkilerinin bulunduğu, mevsimlik sorununu azalttığı, memnuniyeti artırdığı, unutulmaz deneyim ve tekrar ziyaret niyeti oluşturduğu ve deneyim değerinin imaj üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Acar ve Aktaş, 2017; Güzel ve Şahin, 2019; Diker vd., 2016; Özen ve Özdemir, 2019; Koday vd., 2018; Can vd., 2017; Özen, 2017).

Hava sporları deneyimlerin memnuniyet üzerindeki etkileri incelemek amacıyla hava sporları faaliyetlerine katılan ziyaretçilere anket uygulanmıştır. Anketin birinci bölümünde hava sporları deneyiminin memnuniyet üzerindeki etkisi ile ilgili beşli likert şeklinde sorular, ikinci bölümde ise katılımcıların demografik özellikleri için sorular bulunmaktadır. Elde edilen veriler paket program ile analiz edilmiştir.

11 ifade 3 faktör altında toplanmış, faktörler sosyal deneyim, bilişsel deneyim ve faydacı deneyim olarak adlandırılmıştır. Faktör yükleri ele alındığında, 0,568 ile 0,964 arasında değişmektedir. Birinci faktör olan sosyal deneyimin öz değeri 2,583, açıklanan varyans değeri 23,480, ikinci faktör olan bilişsel deneyimin öz değeri 2,254, açıklanan varyans değeri 20,492, üçüncü faktör olan faydacı deneyimin öz değeri 2,142, açıklanan varyans değeri ise 19,470'dir.

Sosyal, bilişsel ve faydacı deneyimin memnuniyet üzerinde etkisi incelendiğinde Durbin-Watson testi değeri 1,937'dir. Memnuniyeti en iyi açıklayan değişkenler sırasıyla bilişsel deneyim ve sosyal deneyim olarak tespit edilmiştir. Faydacı deneyim memnuniyeti açıklamamaktadır.

Tablo 1. Faktör Yükleri, Öz değerler ve Açıklanan Varyans Değerleri

	Faktör Yükleri	Öz değerler	Açıklanan Varyans
Sosyal		2, 583	23, 480
SKD1	0,568		
SKD2	0,688		
SKD3	0,650		
SKD4	0,708		
Bilişsel		2, 254	20, 492
BD1	0,617		
BD2	0,851		
BD3	0,804		
BD4	0,684		
BD5	0,452		
Faydacı		2, 142	19, 470
FD1	0,961		
FD2	0,961		

Hava sporları deneyimlerinin yılın büyük bir kısmında gerçekleştirildiği Pamukkale destinasyonunda yapılan çalışmada ziyaretçiler iletişimden oldukça memnun, katılımcılar üzerinde olumlu bir izlenim bırakıldığı ve eğlenceli olduğu belirlenmiştir. Pamukkale'nin doğal ve kültürel değerlerinin hava sporları deneyimleri ile gökyüzünden farklı bir bakış açısıyla tanıtılması ziyaretçilerde unutulmaz bir deneyim oluşturduğundan hava sporları faaliyetlerinin tanıtımı için etkili çalışmaların yapılmalıdır. Özellikle sosyal ve bilişsel deneyimlere öncelik vermek gerekmektedir. Pamukkale destinasyonda hava sporları ile ilgili festivallerin düzenlenmesi oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

Acar, Y., ve Altas, A. (2017). New Solution Suggestions for the Development of Aksaray Tourism: Hot Air Balloon Tourism. J. Acad. Soc. Sci, 63, 134-138.

Ammar, S. (2017). Studying Balloon Activity in Luxor. International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality, 11(2), 28-34.

Batman, Z. P., ve Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi Güzergâhında Doğa Temelli Turizm Etkinliği: Yamaç Paraşütü. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 5(11), 13-26.

Can, M., ve Üst Can, Ç. (2019). Kapadokya'da Balon Turizmi Deneyimi ve Kabul Edilebilir Risk Durumu. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(3), 188-198.

Costa, C. A., ve Chalip, L. (2005). Adventure Sport Tourism in Rural Revitalisation—An Ethnographic Evaluation. European Sport Management Quarterly, 5(3), 257-279.

Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. Journal of International Social Research, 11(56).

Dağdeviren, A., Saral, C., Çoşkun, N. ve Yılmaz, Z. (2020). Bayramören İlçesinde Yamaç Paraşütü Turizmi, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2): 881-892

Daniels, M. J. (2007). Central Place Theory and Sport Tourism Impacts. Annals of Tourism Research, 34(2),

Diker, O., Çetinkaya, A., ve Cinkara, A. (2016). Hava Sporları Turizmi ve Safranbolu'nun Hava Sporları Potansiyelinin Belirlenmesi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 84-100. 332–347.

Freeman, K. M. (2015). Inexpensively Estimating The Economic Impact of Sports Tourism Programs in Small American Cities. Indiana Business Review, 90(1), 1.

Gammon, S., ve Robinson, T. (1997). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. Journal of Sport Tourism, 4(3), 11-18.

Güzel, Ö., ve Şahin, İ. (2020). Experiential Aspects Of Balloon Tourism Within The Context Of Destination Marketing. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14(3), 793-810.

Hong, F. (1997). Commercialism and Sport in China: Present Situation And Future Expectations. Journal of Sport Management, 11(4), 343-354.

Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating The Perceived Social Impacts of Hosting Large-Scale Sport Tourism Events: Scale Development And Validation. Tourism Management, 48, 21-32.

Koday, S., Koday, Z., & Kızılkan, Y. (2018). Alternatif Turizm Açısından Siirt İlinde Yamaç Paraşütü Faaliyetleri. TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, 3-6.

Kurtzman, J. (2005). Sports Tourism Categories. Journal of Sport Tourism, 10(1), 15-20.

Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A Wave in Time-The Sports Tourism Phenomena. Journal of Sport Tourism, 8(1), 35-47.

Özen, İ. A. (2017). Deneyimsel Tüketim, Destinasyon İmaj Algısı ve Davranışsal Sonuçları İlişkisi: Kapadokya Sıcak Hava Balon Deneyimi, (Basılmamış Doktora Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Özen, A. (2019). Kapadokya Bölgesinde Yaşanan Sıcak Hava Balon Deneyiminin Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Verimlilik Dergisi, 1(1), 165-198.

Özen, İ. A., & Özdemir, E. G. (2019). Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 9(2), 579- 595.

Sasi, V. K. (1995). Sports Tourism in India. Journal of Sport Tourism, 2(2), 5-8.

Sofield, T. H. B. (2003). Sports Tourism: From Binary Division to Quadripartite Construct. Journal of Sport & Tourism, 8(3), 144–165

Weed, M., Bull, C. (2009). Sports Tourism, Routledge, Londra.

TÜRKMENİSTAN'IN YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA TÜRKÇE ÖĞRETİM SÜRECİNİN DÜZENLEMESİ

Dr. Sona Annayeva
Mahtumkulu Türkmen Devlet Üniversitesi Doğu Dilleri Bölümü
E-mail: sonannayeva2678@gmail.com

Özet

Türk dili Türkmenistan'ın yükseköğretim kurumlarında ana bilim dalı olarak öğretilmektedir. Türkmenistan'ın ileri gelen yükseköğretim kurumlarından biri de Mahtumkulu Türkmen Devlet Üniversitesidir. Mahtumkulu Türkmen Devlet Üniversitesi, 1931 yılında Aşkabat'ta kurulmuş olan Pedagoji Enstüsünün temelinde 1950 senesinde üniversite olarak faaliyete devam etmiştir. Bu süreç içerisinde üniversitemizin temelinde birçok yüksek öğretim kuruluşu kurulmuştur. Türkmen Devlet Mimari ve İnşaat Enstitüsü, Türkmen Devlet Ekonomi ve İşletme Enstitüsü, Uluslararası İlişkiler Enstitüsü ve diğerleri. Halihazırda üniversitemizde 6500 küsür öğrenci eğitim görmektedir. Türkmenistan Bağımsızlığını kazandığı ilk yıllarından, daha doğrusu Eylül 1992 tarihinden itibaren Mahtumkulu Türkmen Devlet Üniversitesinde Türk dili ana bilim dalı olarak Doğu dilleri bölümü nezdinde öğretilmeye başlamıştır. Türk dili ve edebiyatı bölümünün ilk öğrencileri 1995-1996 eğitim ve öğretim yılında mezun olmuşlardır. Halihazırda üniversitemizin Türk dili ve edebiyatı bölümünde 50 öğrenci burslu eğitim görmektedir. Türk dili ve edebiyatı bölümünde «Uygulamalı Türk Dili» dersinin yanısıra «Türk dilinin kuramsal ses bilgisi», «Ülke Bilgisi», «Türk dilinin leksikolojisi», «Türk dilinin tarihi», «Türk dilinin üslupbilimi», «Türkçe öğretmenin kuramı ve metodolojisi», «Çeviri kuramı ve uygulaması», «Türk edebiyatının tarihi» dersleri verilmektedir. Yukarıda adı geçen derslerin yanı sıra Türk dili eğitimi çeşitli etkinliklerle desteklenmektedir. 22 Aralık 2017 tarihinden bu yana uygulanmakta olan "Türkmenistan'da yabancı dillerin öğretimini geliştirme Konsepti" dahilinde Türkçe'nin öğretim kalitelisini arttırmaya yönelik kapsamlı çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Buna Türk dili haftalarını, üniversitemizin öğretim üyeleri ve öğrencileri tarafından Türkçe'ye tercüme edilmiş olan Türkmen halk masallarını, Türkmence ve Türkce'yi bilimsel anlamda araştırmaya yönelik bilimsel çalışmalarını, Türkçe zümresi faaliyetlerini örnek verebiliriz. Ayrıca, edebiyat akşamları düzenlenmekte ve öğrenciler arasında çeşitli yarışmalar yapılmaktadır. Öğrencilerin diksiyon ve telaffuzlarını geliştirmeye yönelik çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda öğrencilere haber spikerlerinin konuşmaları dinletilerek bazı nefes egzersizleri yaptırılmaktadır. Ayrıca, edebi sanatlarının en çok kullanıldığı alan olarak tiyatro sahnelerinin oyunları üslup açısından değerlendirilmekte, dolayısıyla öğrencilerin Türkçelerini kültürel bağlamda geliştirmeleri ve Türk kültürünü daha da yakından tanımaları için olanak sağlanmaktadır. Türkmenistan'ın yüksek eğitim kuruluşlarında ana bilim dalı olarak Türk dilinin öğretilmesi Türkoloji alanında da kapsamlı çalışmaların yapılmasına yönelik geniş imkanlar oluşturmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Türk dili, yükseköğretim, uygulamalı, kuramsal, konsept.*

REGULATION OF THE TURKISH TEACHING PROCESS IN TURKMENISTAN'S HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Abstract

Turkish language is taught as a major in higher education institutions of Turkmenistan. One of the leading higher education institutions of Turkmenistan is Mahtumkulu Turkmen State University.
Mahtumkulu Turkmen State University continued its activities as a university in 1950 on the basis of the Pedagogical Institute, which was established in Ashgabat in 1931. In this process, many higher education institutions were established on the basis of our university. Turkmen State Institute of Architecture and Construction, Turkmen State Institute of Economy and Management, Institute of International Relations and others. Currently, more than 6500 students are studying at our university.
From the first years of Turkmenistan gaining its independence, more precisely, since September 1992, Turkish language has started to be taught as a department at Mahtumkulu Turkmen State University in the Department of Oriental Languages. The first students of the Turkish language and literature department graduated in the 1995-1996 academic year. Currently, 50 students receive scholarships in

the Turkish language and literature department of our university. In addition to the "Applied Turkish Language" course in the Turkish language and literature department, "Theoretical phonetics of the Turkish language", "Country Studies", "The lexicology of the Turkish language", "History of the Turkish language", "The stylistics of the Turkish language", "The theory and methodology of the Turkish teacher", "Translation theory and practice", "History of Turkish literature" courses are given. In addition to the courses mentioned above, Turkish language education is supported by various activities. Comprehensive studies are carried out to increase the quality of teaching in Turkish within the scope of the "Concept of improving the teaching of foreign languages in Turkmenistan", which has been implemented since December 22, 2017. We can give examples of this: Turkish language weeks, Turkmen folk tales translated into Turkish by our university faculty members and students, scientific studies aimed at scientific research on Turkmen and Turkish, and Turkish group activities. In addition, literature evenings are organized, and various competitions are held among students. Studies are carried out to improve the diction and pronunciation of students. In this context, students are given some breathing exercises by listening to the speeches of news presenters. In addition, the plays of the theatre stages are evaluated in terms of style, which is the area where the literary arts are most used, so students are provided with an opportunity to improve their Turkish in a cultural context and to get to know Turkish culture more closely. Teaching the Turkish language as a major in higher education institutions in Turkmenistan creates ample opportunities for comprehensive studies in the field of Turcology.

Keywords: *Turkish language, higher education, applied, theoretical, concept.*

ÇALIŞANLARIN PERSONEL GÜÇLENDİRME VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Mutlu Arman
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: marman@pau.edu.tr

Özet

Araştırmanın amacı tekstil işletmelerinde personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda bu araştırma Denizli ilinde yer alan tekstil firmalarında çalışan toplam 125 işgören ile anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada, personel güçlendirmeyi ölçmek için, Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen Personel Güçlendirme Ölçeği kullanılmıştır. Örgütsel vatandaşlık davranışını ölçmek için ise Basım ve Şeşen (2006) tarafından geliştirilen ölçekten faydalanılmıştır. Elde edilen verilere göre çalışanların demografik özellikleri incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Personel Güçlendirme, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Tekstil Çalışanları.*

A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONNEL EMPOWERMENT AND ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR

Abstract

The aim of the research is to determine the relationship between personnel empowerment and organizational citizenship behavior in textile enterprises. For this purpose, this research was conducted with a total of 125 employees working in textile companies in Denizli, using the questionnaire technique. In the study, the Personnel Empowerment Scale developed by Spreitzer (1995) was used to measure personnel empowerment. The scale developed by Basım and Şenen (2006) was used to measure organizational citizenship behavior. According to the data obtained, the demographic characteristics of the employees were examined. Correlation and regression analyzes were performed to determine the relationship between the variables. According to the results of the analysis, it was determined that there was a statistically significant low level positive relationship between personnel empowerment and organizational citizenship behavior.

Keywords: *Personnel empowerment, Organizational Citizenship Behavior, Textile Employees*

GİRİŞ

Kurumlar arası rekabetin yoğun olduğu iş koşullarında çalışanlar, kurumlar için bir üretim aracı olarak düşünülmeyip, daha çok verimliliği arttırarak üretime değer katan kurumun değerli bir unsuru olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda kurumların etkinlik ve verimliliğine katkı sağlayabilecek bütün pozitif örgütsel davranışlar kurumların ilgi odağı haline gelmiştir (Smith vd., 1983: 654). Bu anlamda, kurumların temel gereksinimi güçlendirilmiş ve örgütsel vatandaşlık davranışı sergileyebilen kişilerdir. Bu kişiler kendi yetenek ve becerilerine inanan, kararlara katılan, inisiyatif kullanabilen, kurum faydasına gönüllü olarak fazladan rol davranışında bulunabilen çalışanlardır. Bu çalışanlar ile kurumlar sürekli gelişen ve değişen iş ortamlarında rekabet üstünlüğü sağlayarak başarılı bir şekilde varlıklarını devam ettirebilirler (Camgöz ve Bağcı, 2019: 363).

Bu çalışma kapsamında personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiler tekstil çalışanları üzerinde ampirik olarak incelenmektedir. Çalışmanın literatür kısmında personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı kavramları açıklanmıştır. Çalışmanın araştırma kısmında da anket yöntemi ile elde edilen verilere gerekli analizler yapılarak elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Personel Güçlendirme

Personel güçlendirme son yıllarda önem kazanan ve örgütsel iyileştirme faaliyetleri için yararlı görülen bir kavramdır (Biçer, 2021: 333). Personel güçlendirme, yardımlaşma, paylaşma, yetiştirme ve ekip araştırması yöntemleri ile bireylerin karar alma yetkilerini artırma ve bireyleri geliştirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Koçel, 2005: 414).

Personel güçlendirme, karar verme gücüne sahip tepe yönetiminden, bu güce sahip olmayan astlara devredilmesidir (Çuhadar, 2005: 2). Çalışkan (2013:94)'e göre personel güçlendirme, kurumda yer alan çalışanların öz yeterlilik seviyelerinin artırılmasına yönelik çabalar olarak tanımlanmıştır.

Personel güçlendirme personele güç vermek olarak düşünülebilir. Bireyler sahip olunan güç ile kararlara katılabilir, sorumluluk alabilir ve rahat bir şekilde çalışma alanları ile alakalı fikirlerini beyan edebilirler. Böylece personel güçlendirme ile çalışanların daha güçlü hale gelmeleri mümkün olacaktır. Personel güçlendirmenin amacı çalışanların bilgi ve deneyimlerini artırmak, kendilerine daha çok güvenmelerini sağlamak ve diğer çalışanlarla daha güçlü iletişim kurmalarını mümkün kılmaktır (Camgöz ve Bağcı, 2019: 363).

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgütsel vatandaşlık davranışı, bireylerin iş tanımı veya rol gereklerinin dışında kendi bireysel tercihleri ile örgütsel etkinliği artıracak bazı tutum ve davranışlar sergilemesi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre, örgütsel vatandaşlık davranışı; bireylerin örgüt tarafından belirlenen rollerin ötesinde, talep edilenden daha fazlasını yapmasıdır (Taşlıyan vd., 2015: 316). Böylece çalışan kendi iş tanımının ötesinde yeni işe başlayan bireyin uyum sürecine gönüllü olarak destek olmakta, çalışma arkadaşının sosyalleşmesine, diğer çalışanlarla iletişiminin gelişmesine destek olmaktadır. Bu anlamda örgütsel vatandaşlık davranışı, fazladan rol davranışı ya da prososyal davranış olarak da ifade edilmektedir (Camgöz ve Bağcı, 2019: 364).

Örgütsel vatandaşlık davranışları, kurumdaki diğer çalışanlara işleri konusunda destek olma, hafta sonları da iş yerinde çalışmaya devam etme ya da geç saatlere kadar mesaiye kalma, standartların ötesinde performansla çalışma, iş akışı sırasında görülen aksaklık ve dayatmalar karşısında tolere etmeye gönüllü olma, kuruma has işlerin gerçekleştirilmesinde aktif olarak hareket etme yönündeki işgören davranışlarını ifade etmektedir (Bektaş ve Karagöz, 2018: 36).

Örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkilerin iyi olduğu, sevgi, saygı ve hoşgörü ortamının hâkim olduğu, iyi davranışların takdir edildiği, zor durumda olanların desteklendiği, birlik ve beraberlik ortamının sağlanabildiği kurumlarda daha yoğun bir şekilde görülmektedir (Dinçer ve Öksüz, 2011: 13).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı ve Hipotezi

Bu araştırmanın amacı, tekstil işletmelerinde personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Literatürde, personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki konusunda hizmet sektöründe bazı araştırmaların yapıldığı görülmekle birlikte her iki konunun birlikte incelendiği imalat sektöründe çok az sayıda çalışmanın yapıldığı tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmada bağımsız değişken olarak ele alınan personel güçlendirme ile bağımlı değişken olarak ele alınan örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için oluşturulan araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir:

H1: Çalışanların personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Örneklem ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın örneklemini Denizli'de faaliyet gösteren tekstil işletmelerinin 125 çalışanı oluşturmaktadır. Veriler, kolayda örnekleme yolu ile dağıtılan anketlerin doldurulması ile elde edilmiştir. Dağıtılan 200 anketin 129 tanesi geri dönmüştür. Elde edilen 129 anketten 4'ü değişik sebeplerle değerlendirmeye uygun bulunmayarak veri setinden çıkarılmıştır. Verilerin analizi 125 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmada, personel güçlendirmeyi ölçmek için, Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen 6 maddelik Personel Güçlendirme Ölçeği kullanılmıştır. Tek boyutlu olan ölçeğin hesaplanan Cronbach

Alfa değeri ise 0,67'dir. Ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. . Ayrıca, Personel

güçlendirme ölçeğine ilişkin yapılan faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği değeri 0,71 (p<,01), Barlett Küresellik Test değeri ise p<,01 olarak tespit edilmiştir. Söz konusu ölçeğin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür.

Örgütsel vatandaşlık davranışını ölçmek için ise Basım ve Şeşen (2006) tarafından geliştirilen ve 19 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçek için hesaplanan Cronbach Alfa değeri 0,85 olarak hesaplanmıştır. Bu değer ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğine ilişkin yapılan faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği değeri 0,73 (p<,01), Barlett Küresellik Test değeri ise p<,01 olarak tespit edilmiştir. Söz konusu ölçeğin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın Analiz ve Bulguları

Katılımcıların demografik özellikleri: Araştırma, Denizli ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarının 125 çalışanını kapsamaktadır. Katılımcıların 54'ü (%43,20) kadın, 71'i (%56,80) erkeklerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların 12'si (%9,6) 22-26, 15'i (%12) 27-31 yaş,
20'si (%16) 32-36 yaş, 27'si (%21,60) 37-41 yaş, 27'si (%21,60) 42-46 yaş ve 24'ü (%19,20) 47 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların 98'i (%78,40) evli, 27'si (%21,60) bekardır. Katılımcıların 2'si (%1,60) ilköğretim, 5'i (%4) ortaokul, 38'i (%30,40) lise, 31'i (%24,80) ön lisans, 44'ü (%35,20) lisans ve 5'i (%4) yüksek lisans mezunu olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların 31'i (%24,80) 1-5 yıl, 32'si (%25,60) 6-10 yıl, 23'ü (%18,40) 11-15 yıl, 14'ü (%11,20) 16-20 yıl, 9'u (%7,20) 21-25 yıl ve 16'sı (%12,80) 26 yıl ve üzeri iş deneyimine sahiptir.

Personel Güçlendirmenin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Olan İlişkisini Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analizi

Personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik korelasyon katsayıları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Korelasyon Tablosu

	1	**2**
1.Personel Güçlendirme	**-**	**.32****
2.Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	**.32****	**-**

*** p < .05, ** p < .01**

Personel güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre pearson korelasyon katsayısının 0,32 olması değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca anlamlılık değerinin 0,05 değerinden düşük olması da değişkenler arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu ifade etmektedir.

Personel Güçlendirme ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımlı değişken olan örgütsel vatandaşlık davranışı ile bağımsız değişken personel güçlendirme arasındaki ilişki doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Tablo 2'de personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki regresyon analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2. Personel Güçlendirme ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki Regresyon Analiz Tablosu

Bağımsız Değişkenler	B Değ.	Stand. Hata	Beta Değ.	t Değ.	p Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	**3,928**	**,399**		**9,849**	**,000**
Personel Güçlendirme	**0,357**	**,097**	**,316**	**3,692**	**,000**

Bağımlı Değişken: **Örgütsel Vatandaşlık Davranışı r^2 = 0.10**

Personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki incelendiğinde R^2=,10 sonucu elde edilmiştir. Analize göre, belirlilik katsayısı R^2=,10 olup, örgütsel vatandaşlık davranışının %10'u bağımsız değişken tarafından açıklanmaktadır. Regresyon analizi sonucuna göre, araştırmaya katılan çalışanların personel güçlendirme düzeylerindeki bir birimlik artış, örgütsel vatandaşlık davranışı düzeylerinde 0,357 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Buna göre; H1 hipotezi desteklenmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada, tekstil çalışanlarının personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkileri incelemek üzere yapılan analizler sonucunda, çalışanların personel güçlendirme ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönde düşük düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu değişkenlere ilişkin hipotez doğrulanmıştır.

Elde edilen bulguların yanında çalışma bazı sınırlılıklar da içermektedir. Çalışma, kolayda örnekleme yöntemi ile Denizli'de faaliyet gösteren tekstil işletmelerinin çalışanları ile gerçekleştirilmiştir. Farklı örneklem grupları üzerinde ya da farklı sektörlerde, farklı araştırma

modelleri kullanılarak yapılacak çalışmaların değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklığa kavuşturma bakımından anlamlı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Bektaş, M., Karagöz, Ş. (2018). "Algılanan Güçlendirmenin Çalışanların Performans ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerine Etkisi". *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4/5, 31-46.

Biçer, M. (2021). "Lider-üye etkileşimi ve yenilikçi davranış ilişkisinde personel güçlendirmenin aracılık etkisi", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 330-342.

Camgöz, Ö., Bağcı, Z. (2019). "Personel Güçlendirme ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki ilişki: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22/2, 362-373.

Çalışkan, A. (2013). "İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışa Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü". *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 15/ 1, 88-112.

Çuhadar, M.T. (2005). "Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme: Sorunlar Ve Çözüm Önerileri". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25, 1-25.

Dinçer, K.M., Öksüz, B. (2011). "Hizmetkar Liderlik Anlayışı İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Geliştirmek". *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia"*, 2(2), 2-18.

Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Smith, A.C., Organ, D.W., Near, J.P. (1983). "Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 68, 653- 663.

Taşlıyan, M., Harbalıoğlu, M., Hırlak, B. (2015). "Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Akademisyenler Üzerine Bir Araştırma". *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6/1, 313-334.

TÜRKMEN KÖROĞLU DESTANINDA KÜLTÜREL MİRAS KATMANLARI*

Prof. Dr. Mustafa Arslan

Pamukkale Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü,
E-mail: marslan@pau.edu.tr

Özet

Köroğlu Destanı Türk dünyasında ayrıcalıklı bir yere ve öneme sahip ortak değerlerden biridir. Orta Asya'dan Balkanlar'a kadar sadece Türkler arasında değil farklı toplumlar tarafından da bilinir. Sovyetler Birliği zamanında siyasal baskılarla kesintiye uğramış olmakla birlikte, konuyla ilgili metin yayınları ve incelemeleri, sözlü gelenekten derlemeler, hatırı sayılır bir bilgi birikimi oluşturulmuş durumdadır. Özellikle bağımsızlık sonrası "Göroğlu", Türkmenistan'da kültürel belleğin özel bir anlam alanı ve hatırlama figürü olarak toplumsal kimliğin inşasında temel bir kodlama indeksi olarak görülmeye başlamıştır. Salt bir anlatı formu olmanın ötesinde sanatsal yaratıcılığı geliştirdiği, insanlara güçlü bir sosyal ve kültürel aidiyet duygusu kazandırdığı gerekçesiyle de Köroğlu Destanı ve geleneği, Türkmenistan'ın başvurusu üzerine 2015 yılında Unesco'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesine alındı. Ancak bugüne kadar bu destan ve anlatı geleneğiyle ilgili çalışmaların henüz yeterli bir seviyede olmadığı, kültürel bilgi bağlamında stratejik ve işletilebilir sonuçların ortaya konulamadığı görülmektedir. Özellikle küreselleşmeyle beraber yeniden anlam ve önem kazanan geleneksel kültür unsurlarının tespiti, korunması ve geleceğe aktarılması bağlamında, dikkate sunulan problem daha da öncelikli ve önemli bir hal almaktadır. Bu bağlamda bilgi, düşünce ve sanat alanlarında henüz yakalanamayan kültürel yeniden üretimin, çok yönlü yorumlamalarla yapılması bir gereklilik arz etmektedir. Bildiride Türkmenistan Köroğlu Destanı'ndaki kültürel miras katmanlarına dikkat çekilerek, bu miras unsurlarının tarihsel süreklilik, toplumsal kimlik, sanatsal bildirim boyutlarını, sosyal bağlamlarında turizm ve ekonomi alanlarına taşıma yönünde düşünceler paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Türkmenistan, köroğlu destanı, kültürel miras, koruma, süreklilik.*

LAYERS OF CULTURAL HERITAGE IN THE "TÜRKMEN KÖROĞLU" EPIC

Abstract

Köroğlu Epic is one of the common values that has a privileged place and importance in the Turkish world. It is known not only among Turks but also by different societies from Central Asia to the Balkans. Even though it was interrupted by political pressures during the Soviet Union, a considerable amount of knowledge has been created with the publications and reviews of texts and compilations from the oral tradition. Especially after independence, "Göroğlu" started to be seen as a basic coding in the construction of social identity as a special meaning area of cultural memory and a figure of remembering in Turkmenistan. The Epic of Köroğlu and its tradition were included in the Intangible Cultural Heritage list of Unesco in 2015, upon the application of Turkmenistan, on the grounds that, beyond being a narrative form, it develops artistic creativity and gives people a strong sense of socio-cultural belonging. However, it is seen that the studies on the epic and narrative tradition in question have not been at a sufficient level yet, and strategic and operable results have not been revealed in the context of cultural knowledge. Especially in the context of identifying, protecting and transferring the traditional cultural elements, which have gained importance with globalization, the problem brought into consideration becomes even more prioritized. In this context, cultural reproduction, which has not yet been captured in the fields of knowledge, thought and art, needs to be done with multidimensional interpretations. In the paper, the cultural heritage layers in the Turkmenistan Köroğlu Epic will be drawn attention, and ideas will be shared about transferring the historical continuity, social identity and artistic declaration dimensions of these elements from their social contexts to the fields of tourism and economy.

Keywords: *Turkmenistan, köroğlu epic, cultural heritage, conservation, continuity*

[*] *Bu çalışmada örnek olarak verilen metinler, 1997 yılında tamamlanmış olan doktora tezinde kullanılan 20 koldan alınmıştır. Bkz. Mustafa Arslan, Köroğlu Destanı'nın Türkmen Versiyonu Üzerine Mukayeseli Bir İnceleme, EÜ. SBE. İzmir.*

Giriş

Köroğlu Destanı, Türk kahramanlık anlatıları arasında hem yayıldığı geniş coğrafya hem de tarihi süreçte güncellenen icralar vasıtasıyla sürekli canlı kalan sözlü anlatılardan biridir. Doğudan Batıya bütün Türk boyları arasında olduğu gibi komşu toplumlar tarafından da bilinmekte ve anlatılmakta, Türklerin ortak-kültürel hafızasına ilişkin önemli bir anlam alanı ve hatırlama figürü oluşturmaktadır. Özellikle Türkmenistan Türkleri arasında Göroğlu anlatmaları ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Türkmenler arasında bu anlam alanını oluşturan temel bilgiler ve kodlamalar, esasen toplumun yaşadığı hayat tarzı içinde bilinmekte ve yaşanmakta, ayrıca uzman anlatıcılar tarafından "Türkmen Kahramanlık Destanı Göroğlu" adıyla bir anlatı formuna bürünerek toplumsal dolaşımı ve tarihsel sürekliliği sağlayan, bir kimliğin ve varoluşun da ifadesi olarak yaşatılmaktadır. Göroğlu Destanı ve anlatı geleneğinin Türkmenler arasındaki bu önemi, UNESCO tarafından da fark edilmiş ve destan, anlatı formu olmanın ötesinde sanatsal yaratıcılığı geliştirdiği, insanlara güçlü bir sosyal ve kültürel aidiyet duygusu kazandırdığı gerekçesiyle 2015 yılında Unesco'nun Somut Olmayan Kültürel Miras envanter listesine alınmıştır. Bu durum özelde Türkmen Göroğlu Destanı, genelde Köroğlu anlatmalarının bütün çeşitlemeleri üzerinde daha fazla ve farklı çalışmaların yapılması ve bunların yayınlanması gerekliliğini ortaya çıkarmış, araştırıcılara kültürel bilgi bağlamında stratejik ve işletilebilir sonuçlar ortaya koyma misyonu yüklemiştir. Özellikle küreselleşmeyle beraber dikkate sunulan problem daha da öncelikli ve önemli bir hal almaktadır. Bilindiği üzere küreselleşme, geçen yüzyılın sonlarından itibaren özellikle siyasi, iktisadi ve kültürel alanlarda çok tartışılan kavramlardan biridir ve bu tartışmalar temelde iki nokta üzerinde yoğunlaşmaktadır. Birincisi küreselleşmenin, küresel medya kültürünün ve ekonomisinin bütün dünyaya yayılma ve egemenlik kurma eğilimi şeklinde emperyalizmin yeni boyutu olduğu; ikincisi de, yerel ve bölgesel unsurların kendilerini belirtme, farkındalık yaratma, yaşama ve yayılma amaçlı harekete geçmesi sonucuna odaklanmaktadır. Bu ikinci tartışma noktasında UNESCO'nun 17 Ekim 2003 tarihinde toplanan 32. Genel Konferansı'nda kabul edilen "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" ile yeniden anlam ve önem kazanan geleneksel kültür unsurlarının tespiti, korunması ve geleceğe aktarılması bağlamında, Köroğlu Destanı'na ilişkin bilgi, düşünce ve sanat alanlarında henüz yakalanamayan kültürel yeniden üretime zemin oluşturmak maksadıyla, çok yönlü yorumlamaların yapılması bir gereklilik arz etmektedir. Bu sebeple bildiride Türkmenistan Göroğlu Destanı'ndaki Somut Olmayan kültürel miras katmanlarına dikkat çekilerek, bu miras unsurlarının tarihsel

süreklilik, toplumsal kimlik,

sanatsal bildirim boyutlarını, sosyal bağlamlarında turizm ve ekonomi alanlarına taşıma yönünde düşünceler paylaşılacaktır.

Sözlü Anlatımlar-Sözlü Gelenekler:

Türkmen Göroğlu Destanı elbette kendi özelinde dilin Somut Olamayan Kültürel Mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gördüğü bir sözlü anlatım ve sözlü gelenektir. Bahşı adı verilen uzman anlatıcıların, yazılı olmayan kurallar çerçevesinde dilin sözeldoku özelliğiyle bir edebi anlatı formu halinde her defasında yeniden ürettiği ve aktardığı bu ürün, başlı başına kültürel miras unsurudur. Manzum-mensur şekilde düzenlenen anlatı kurgusu, kahramanlık ana temasına ilişkin tipoloji ve motif yapısı, manzum kısımları oluşturan geleneksel nazım biçimleri, ifade ve üslup özellikleri destanı kültürel miras unsuru olarak tanımlamaya yeterlidir. Bu özellikleriyle de zaten envanter listesine kaydedilmiştir. Ancak destan dikkatlice ele alındığında, dilin bir vasıta olarak kullanıldığı kültürel miras nitelikli farklı sözlü üretim ve gelenekleri de içinde barındırdığı görülür. Destanın bütüncül yapısı içinde Türkmen sözlü geleneğinin kültür katmanlarını oluşturan bu unsurların başında atasözü ve deyim şeklindeki kalıplaşmış veya yarı-kalıplaşmış dil birlikleri gelmektedir. Ele alınan metinde tespit edilen yüzden fazla atasözü ve deyim bulunmakta, bunların yinelenen kullanımları da dikkate alındığında önemli bir kültürel boyut oluşturmaktadır. Birey ve toplum hayatının farklı yönlerine ilişkin değerleri yansıtan bu kalıp ifadelerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz:

"*Huday berse guluna, getirip goyar yoluna*" (Allah verirse kuluna, getirir koyar yoluna) "*At ürken yerinden er gorkan yerinden*" (At ürken yerinden, er korkan yerinden)

"*Baş bolmasa gövre leş*" (Baş olmazsa gövde leş)

"*Gün güyçlüniñki, govurga dişlininki*" (Gün güçlününki kavurga dişlininki)

"*Keseli gutulcak bolsa, tebibi garşı geler*" (Hastalığı geçecekse, doktoru karşısına gelir) "*İl oñlasa atıñı soy*" (Halk onaylarsa atını kes)

"*Bir yazıkdan är ölmez, hiç yazıksız är bolmaz*" (Bir günahtan er ölmez, hiç günahsız er olmaz)

"*Türkmeni dürtmeseñ duymaz*" (Türkmeni dürtmesen duymaz)

Bu kalıp sözler destan metninde "*diyenleri ekeni, diyipdirler, Atañ ... diyip aydandır, ... diyen bir nakıl bardır*" ifadeleriyle kullanılarak geçmişle içinde bulunulan zaman arasında bir ilişkinin kurulmasına, toplumsal-kültürel kimliğin kökenlerine ve tarihsel sürekliliğe de işaret etmektedir.

Destanda dilin bir vasıta olarak kullanıldığı bir başka kültürel üretim örneği ise masal

türüyle ilgilidir. Türk masal geleneği içinde aile sosyal kurumuna ve "çocuk-çocuksuzluk" değerine destek işleviyle öne çıkan anlatılardan "Altın Top" masalı, destan metninde de aynı işleve yönelik olarak yer almaktadır. Anlatı şöyledir:

"*Birbirine komşu iki aile varmış. Onların biri, zevk safa içinde, her gün eğlence, her gün toy, günün nasıl doğup nasıl battığını fark etmiyormuş. Öteki ailede ise ne ses, ne eğlence, ne gürültü var, sanki bir mezarlık gibi, ıpıssızmış, gün batınca yatarlarmış. Bir gün komşusu öteki mutlu aileye; "Sizin her gününüz toy, bayram gibi geçiyor, nasıl sohbet edip böyle gülüşüyorsunuz" diye soruyor. O zaman mutlu aile ona; "Bizim bir altın aşığımız var, şunu oynayıp gülüşüyoruz" demiş. Üzüntülü komşu varını yoğunu paraya çevirip, bir altın aşık ediniyor. Birinci gün karı koca birlikte geç akşam kadar oynuyorlar, ertesi aşığı oynayıp durmaktan usanıp da fırlatıp atıyorlar. Komşularına dönüp; "Biz bir günde aşıktan usandık, siz niye bıkmıyorsunuz" diye soruyor. O zaman mutlu komşu; "Bizim aşığımız bıkılacak aşık değil, onun her kımıltısı, her peltek söylediği sözü, bütün yorgunluğu, üzüntüyü aklından çıkarıyor" diye cevap veriyor. Ondan sonra öteki komşu; çocuktan bahsedildiğini anlayıp, "çocuklu ev pazar çocuksuz ev mezar" atasözünü aklına getiriyor ve evlerinde kâkülüne altın suyu verilen çocuğun yokluğunu anlıyor.*"

Destan metninde metinlerarası-söylemlerarası bir gösterge yönüyle de dikkate değer olan bu örneğin, Türk kültürel bütünlüğünü, farklı bağlamlarda biçimlenen kültürel normların tarihsel süreklilik, ortak kimlik ve sanat boyutlarına yönelik yansımalarını göstermesi açısından da önemli olduğunu düşünmek mümkündür.

Gösteri Sanatları:

Türkmen Göroğlu Destanı'nın somut olmayan kültürel mirasa yönelik bir başka katmanı ise özellikle müzik unsur ile yansıyan gösteri sanatlarıdır. Bilindiği gibi gerek Köroğlu Destanı'nın gerekse diğer halk edebiyatı ürünlerinin Türkmenler arasında yayılmasında, sevilmesinde ve aynı zamanda bu ürünlerin günümüze taşınmasında, "bahşı" olarak adlandırılan anlatıcıların çok önemli bir yeri ve işlevi bulunmaktadır. Türkmen halkı arasında yaygın olan, "*Her işiñ vagtı yagşıdır, toyun gelişigi bagşıdır*" veya "*Yurda bela geler bolsa, töre bilen tozan geler; Yurda dövlet gonar bolsa, bagşı bilen ozan geler*" atasözleri, "Toy- tomaşa"larda en büyük saygının bahşılara gösterildiğini, onların iyilik habercisi, sevinç ve mutluluk timsali olduklarını ortaya koymaktadır (Arslan, 1997: 4-5). Müziğin bahşılık sanatı bağlamında icraya dönüştüğü ve Türkmenlerin gündelik hayatında önemli bir yere sahip olan bu kültürel katmana ilişkin unsurlar, aşağıda verilen bazı örneklerde olduğu gibi

destan

metninde de kendini gösterir:

"*Toya gelenler, Göroğlu Bey'e, kendi toyunda coşup bir nağme söylemesini istediler. Göroğlu Bey:*

- Çoğunluğun kalbini kırmak olmaz; diyerek, dutarını eline alıp, coşup bir nağme söyledi:"

"*Bir delikanlı Kırat'ı gezdirdi. Göroğlu'nun atını tutan önceki yiğit Göroğlu'nu yeni bir evin kapısına getirdi, içerde oturanlara;*

-Hey yiğitler, mihman bahşı geldi, ona başköşeden yer verin; dedi.

Göroğlu'na başköşeden yer verdiler. Çay, çilim getirip;

-Misafir bahşı, saz çalıp oturun, senden öncekiler sıralarını savdılar; dediler.

Göroğlu, eline sazını alıp önce 'novayı'dan tuttu, onun arkasından 'damana', en sonunda da 'cenk havası' çalıp söyledi. Göroğlu'nun üstüne her yandan para yağdı, alkış yağdı, bahşılar için konulan bayrağın hepsini Göroğlu aldı."

"*Âşık Aydın pir bahşıcılık ile saz ile söz ile her şey bitecek olsa kimsede hakkını bırakacak adam değildi. O, her ne dese olacağını biliyordu, Göroğlu gibi çırağı olduğuna güvenip, altın desenli oyma sazını eline aldı, yenini toplayıp sazını ayarladı, dutarın kapağına vurup ipek tellerinden kederli sesler çıkarıp, görene göz duyana kulak edip bir nağme söyledi*."

"*Nağme söyleyecek bahşılar, dutarlarının tellerini değiştirip, köprüsünü ayarlıyorlar, tellerin akordunu kontrol ediyorlardı.*"

Örneklerde de görüldüğü üzere destan bahşılık sanatı ve icrası yanında, bahşıların kullandıkları musiki aleti ve makamları hakkında da bilgiler vermektedir. "*Dutar, saz, altın desenli oyma saz*" gibi musiki aletini tasvir ve tanımlamalar, icraya hazırlık faaliyetleri, "*novayi, damana, cenk havası*" şeklinde ifade edilen makam adları veya icra ortamlarının şartlarına ilişkin bilgiler, geleneğin korunması ve aktarılması bağlamında önemli işleve sahiptir.

Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler:

Somut Olmayan Kültürel Miras alanlarının tamamıyla ilişkili olan, en yoğun ve karışık konularından birini oluşturan ritüel, şölen, kutlama şeklindeki toplumsal uygulamalar (Oğuz, 2009: 131-132), Türkmenlerin sosyal ve kültürel hayatında da çeşitli ve önemli bir boyuta sahiptir. Bu kültürel miras unsurlarının pek çok örneği, Göroğlu Destanı'nı vasıtasıyla da yeni nesillere aktarılmaktadır. Doğum, düğün, ölüm gibi insan hayatına bağlı geçiş törenleri zaten destan türünün yapısına uygun olarak anlatı içinde ayrı epizotlar olarak yer alır. Araştırıcılar geleneksel kahraman tipin inşa edilmesinde "kahramanın doğumu, evlenmesi ve başarıları, sonu-ölümü" ile ilgili üç temel noktanın önemli olduğunu ve bunların insan hayatının üç önemli devresine ilişkin ritüellerin ana prensiplerine karşılık geldiğini belirtirler (Raglan;

2003: 288).

Bu bağlamda Türkmen bahşıları tarafından anlatılan "Göroğlu'nun Zuhuru", "Göroğlu'nun Evlenmesi" ve "Göroğlu'nun Ölümü" kolları, insan hayatına bağlı geçiş törenlerine ilişkin izleri yansıtsa bile tabii olarak geleneksel kahraman Göroğlu tipini inşa eden bölümler olarak değerlendirilebilir. Ancak geçiş törenlerine ilişkin uygulamaların farklı bölümler ve kahramanlar üzerinden de yansıtılması, destan bütünlüğünde "toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler" alanına ilişkin bir kültürel katmanın oluşumuna da imkân vermektedir. Mesela "doğum" uygulamalarıyla ilgili olarak "çocuksuzluk ve çözüm uygulamaları" (Oğuz, 2009: 136) alt başlığı çerçevesinde "evlatlık edinme" uygulaması ve töreni bunlardan biridir. Araştırıcılar, eski boy teşkilatlarının neslini devam ettirmek maksadıyla, hatta evlât sahibi olanların bile yabancı birini evlatlık aldığını ve bu uygulamaların ocak ve ailenin kurumlarının olgunlaştığı dönemlerde belirginleştiğini ifade ederler. "Evlâtlığın, analığının veya evlâtlık edinenin soyundan bir kadının göğsüne dokunması ya da memesini emmesi" uygulamasının da anaerkil topluluğun hatırası olduğunu belirtirler (İnan, 1987: 310-311). Anadolu'nun bazı bölgelerinde, analığın, evlâtlık edindiği çocuğu yanına alarak, sanki doğum yapmış gibi üç gün yatakta yattığı ve ziyaretleri kabul ettiği bilinmektedir. Dolayısıyla Türk kültüründe yaygın olan ve çeşitli metinlerde tavsif edilen "evlâtlık edinme" adetleri, benzer özelliklerle Göroğlu Destanı'nda da karşımıza çıkar ve uygulama özetle şöyledir:

"*Göroğlu, Veyennem şehrinden Buldur kasabın oğlu Ayvaz'ı alıp Çandıbil'e getirir, Çandıbil halkı toplanarak onları karşılar. Ağayunus, herkesin önünde yakasını yırtıp, 'kıyametlik oğlum ol' diyerek Ayvaz'ı üç defa yakasından bırakıp, eteğinden çıkarır. Göroğlu da, Ayvaz ile kıyametlik ata-oğul andı içer.*"

Destandaki "Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler" kültürel katmanında düğün, ölüm, sihir-büyü ve bazı gelenek-görenek uygulamalarına ilişkin bilgiler de yer almaktadır. Mesela evliliğe yönelik olarak "eş seçiminde otoriteye saygı" (Oğuz, 2009:137) Türkmenler arasında yaygın bir gelenektir ve bu destan metnine de yansımıştır. Göroğlu ve Ağayunus, Ayvaz'ı evlendirmek için istişare ederler ve münasip kızın Gürcistan Şahı'nın ortanca kızı Gülruh olduğuna karar verirler ve onunla evlendirirler. Ancak düğün toyu öncesi gençlerin rızasını da alırlar. Düğünlere Çandıbil halkının yanında başka ülkelerden de insanlar davet edilir. Başka memleketlerden gelenleri geleneğe göre durumu uygun olanlar evlerine konuk alır. Düğünlere gelenler "at, deve, sığır, koyun, keçi, halı" gibi çeşitli hediyeler getirirler. Düğün toyu, Türkmen örf adetlerine göre hazırlanır. "*At yarıştıracak yarışçılar, atlarını tımar edip dolaştırıyor, güreş tutacak pehlivanlar kendilerini hazırlıyorlardı. Nağme söyleyecek*

bahşılar,

dutarlarının tellerini değiştirip, köprüsünü ayarlıyorlar, tellerin akordunu kontrol ediyorlardı. İran'dan, Turan'dan ve daha başka memleketlerden misafirler geldiler. Geleneğe göre, uzaktan toya gelen misafirleri, Çandıbil'in misafir almaya gücü yetenleri evlerine alıp gidiyorlardı."

Türkmen gelenek ve görenekleriyle ilgili uygulamalar ölüm konusunda da destan metninde kendini gösterir. Bezirgân'ın ölümünde usulünce defnedilmesi, mezarının üstüne "altın nakışlı kubbe" yaptırılması ve belirli zamanlarda ziyaret edilmesi, aynı kültürel katmanla ilişkilidir. Diğer taraftan Türkmenler arasında hala yaygın olan Taşhavuz bölgesinde bulunan Âşık Aydın'ın türbesini ziyaret etmek ve muratlarına erişecekleri düşüncesiyle kurban keserek etini dağıtmak geleneği, destanda Göroğlu'nun Âşık Aydın'ın yanına giderek ondan icazet ve yardım alması epizotuyla verilmiştir. Bunlara çeşitli vesilelerle başvurulan sihir-büyü uygulamalarını da ilave etmek mümkündür. Göroğlu'nun veya rakiplerinin yanında bulunan ve "dogagöy, cadıgöy, gurrandaz" gibi adlarla anılan büyücü, sihirbaz, falcı özellikli kişilerin olumlu-olumsuz amaçlı uygulamaları, destan metninde aşağıdaki örneklerde görüleceği üzere geniş yer bulur.

"*Ayvaz, bir gün Kırat'ı ve Göroğlu'nun Esen pehlivan adlı yiğidini alarak ava gider. Yolda mola verirler, Esen pehlivan uykuya yatar, Ayvaz, Kırat'a binip dolaşmaya çıkar. Adil Şah'ın Gövdürgül adlı cadısı Ayvaz'ı görür, büyü ile onu yakalar, Kırat'ı ve Ayvaz'ı hapseder. Göroğlu, büyücüsü Sakı vasıtasıyla durumu öğrenir. Pirlerinin ve kendisinin hayırduaları ile Sakı'yı güçlendirir. Sakı, kırlangıç şekline bürünerek Ayvaz'ın yanına gider, oradan nasıl kurtulacağı hakkında bilgiler verir. Perişan haldeki Ayvaz, Gövdürgül Cadı'yı aldatarak hapisten kurtulur*."

"*Yerin altında yılan kımıldasa duyan Zeynep cadı, bir yabancı ayağın bahçeye girdiğini anladı, koşup eyvana çıktı. Onun gözleri şah kâsesi gibi, burnu kepçe gibiydi. Aceleyle etrafına göz gezdirdi, Göroğlu'nu görür görmez tanıdı. Elinden gelen bütün büyüleri yapmaya başladı. Servican, bir ara Zeynep cadının bağın içinde bir adama büyü yapmaya çalıştığını gördü. Dikkatlice bakınca o adamın Göroğlu olduğunu anladı. Hemen Zeynep cadının büyüsüne karşı büyü yapmaya başladı. O sırada Zeynep cadı ateş olup Göroğlu'nun üstüne doğru savruluyordu. Göroğlu; "bir belaya düştüm herhalde" diyerek kılıcını sıyırdı; etrafına sallamaya başladı. Kılıcı yumuşak bir şeylere değer gibi oldu, baksa ki, bütün etrafı kıpkırmızı gül, onların üzerine de gül yağıp duruyor. Servican, Zeynep cadının ateşini güle çevirmişti. Zeynep cadı, birden derya olup Göroğlu'nun üstüne indi. Göroğlu; "herhalde*

boğuldum" deyip, çırpınmaya başladı. O anda bir dağ parçası gelip deryanın önüne set oldu. Zeynep cadı

bu defa bozdoğan olup Göroğlu'nun üstüne geldi, gözünü oymak istiyordu. Göroğlu yine kılıcını salladı. Bozdoğan arkasından, önünden gelip kanadı ile vurup Göroğlu'nu şaşırtıyordu. O sırada bir yerden bir kartal süzüldü, gelip bozdoğana öyle bir vurdu ki, boz doğan neredeyse yerin dibine girecekti. Kartal yere indi, bir yuvarlandı kıza dönüştü. Göroğlu, bir baktı ki, bu kız, o bahçede kızların ortasında oturan peri kızı Servican, bozdoğan da Zeynep cadı. Yere serilmiş, ağzından kan gelip durur, canı geçen yıl çıkmış gibi kaskatı yatıyor."

"*Veli Hırtman ile Sultanlı misafir Hasan Bey, çadırın arka tarafından gelip, onların nikâhlarını bağlamak istediler. Nikâhı bağlayabilirlerse Aysultan'ı Taymaz Bey'den ayırarak Veli Hırtman'a alıp vermek istiyorlardı. Molla Maşrık da, bu işten habersiz değildi. Molla Maşrık bile bile yüksek sesle, "Bismillahirrahmanirrahim" dedikten sonra, kendi getirdiği şahitlerin yakınına oturup; "Filân adamın kızı, siz, filân adamın oğluna kendi vekâletinizi verdiniz mi?" deyince, Veli Hırtman, elindeki deve yününden eğrilmiş bir metrelik kadar ipin ortasından, "Hayır, vermedik" deyip, bir düğüm attı. Hasan Bey de, elindeki makası açıp kapatarak, "vermedik" sözünü tekrarladı. Molla Maşrık yine, Taymaz Bey'e dönüp; "Filân adamın oğlu, siz, filân adamın kızıyla nikâhlanmaya razı mısın?" deyince, Veli Hırtman, "Razı değil" deyip ipini düğümleyemeden, Merem ile Kamber bunların yanına geldi.*"

"Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler" kültürel katmanına at ve atçılıkla ilgili bilgi ve uygulamaları da ilave etmek mümkündür. At en eski dönemlerden beri Türkler arasında önemli bir yere sahip olmuş, kültürel yapının biçimlenmesinde merkezi rol oynamıştır. Kurban ritüelleri ve at yarışları bu kültürel uygulamaların başında gelir (Çelepi, 2017: 197-198). Bilindiği gibi Türkmenistan'da "güzel ve zarif olan Akhal Teke Atları, at ırkları içinde hızı, rahat yürüyüşü, akıllılığı, dayanıklılığı sayesinde tüm dünyada tanınır hâle gelmiştir. Akhal Teke Atları; dik bir duruşa, uzun ince bir boyuna, dik omuzlara, uzun bir sırta ve uzun bacaklara sahiptir. Her yıl kutlanan "At Bayramı" (Bedev Bayramı)'nda çeşitli at gösterilerinin yanı sıra farklı kategorilerde at yarışları da düzenlenmektedir (Yılmaz, 2015: 101). At ve atçılıkla ilgili bilgi ve uygulamalar Göroğlu Destanı'nda geniş yer bulur. Kırat'ın karanlık bir yerde özenle yetiştirilmesi yanında farklı türlerdeki atların farklı coğrafya şartlarındaki özellikleri bu konudaki yansımalardır: "*Rengi al ise, o çakandır, ışığa hiç gelemez. Atını güneşe doru sür. Kara doru ise, atını ağaçlıktan ağaçlığa, ormanda ormana doğru sür. Böyle renkli atlar genelde eskiden uyuz geçirmiş atlardır. Önceleri uyuz geçirmiş olan kaşıntısı üç dört yıl geçmezmiş. Doru atın toynağı taşlık yere uygun olmaz. Gelen at*

demir kır ise sen atını çöle, kumluğa doğru sür, onun toynağı bizimkiyle denk değildir. Toza dumana bulaşıp kumun içinde

sürünüp kalır."

Doğa ve Evrenle İlgili Bilgi ve Uygulamalar:

Kahramanlık ana temalı destanların, mitolojik dönemden itibaren doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamaları bünyesinde barındırdığı bilinen bir gerçektir. Türk sözlü geleneği içinde, "kam, şaman, baksı, oyun, bögü" şeklinde adlandırılan, "sihirbazlık, rakkaslık, musikişinaslık, hekimlik, şairlik" görevlerini de yerine getiren anlatıcılar, mitik zamana uygun olarak kalıplaşan gökyüzü ve yeryüzündeki varlıklara yönelik unsur ve motiflerin epik dönem anlatılarına taşınmasını da üstlenen (Ekici, 2004, s. 45) bir işleve sahiptirler. Anlatıcıların tasarımladığı ve farklı zamanlara ilişkin kodlamaları bünyesinde toplayan destanlar, güncellenip katmanlaşarak kültür tarihi içinde bir süreklilik kazanmıştır (Arslan, 2021:6). Türkmen Göroğlu anlatıları da, bu bağlamdaki olgusal durumun en açık verilerine sahiptirler. Başta kahraman Göroğlu ve Kırat olmak üzere bir bütün olarak destan metni, özelde Türkmenlerin genel olarak da Türklerin, doğa ve evrenle ilgili bilgi, inanç ve tasarımlarını açık ya da örtük biçimde aktara gelmiştir. Kozmolojik-mitolojik bilinç bağlamındaki "aydınlık- karanlık" anlamları, Türkmen Göroğlu anlatmalarında "kahramanın mezarda doğması, bir hayvan tarafından beslenmesi, Kırat'ın karanlıkta gelişip olağanüstü özellikler kazanması" gibi motiflerle yansıtılır. Aynı şekilde "kahramanın olağanüstü bir ata ve silahlara sahip olması, olağanüstü özelliklere sahip bir eşle evlenmesi, yaraların yıldız görünce iyileşmesi, devler, don/biçim değiştiren cadılar ve periler" aynı bilinç durumuyla ilgilidir (Arslan, 2021:7). Bunların dışında destan metninde sıkça tekrar edilen "*Ülker yıldızı gibi toplanmak*" (*Barı yıgnanıp, ülker yalı toplanıp durlar; kırk yigidem galanıñ kıblasından ülker yalı bolup göründi; ülker yalı toplanışıp, dag başına çıkdılar*) deyimi ve bu deyimin anlamsal arkaplanına ilişkin kodlamalarla biçimlenen bazı macera bölümlerinin kurgusu üzerinden de doğa ve evrenle ilgili bilgiler aktarılır. Ülker yıldız topluluğunun başlangıçta tek bir yıldız veya tek bir yaratık olduğu, daha sonra parçalandığı tasarımı Türk mitolojisinde de çeşitli anlatılarla yer alır. Altay Türklerinin "Mecin" adı verdikleri bir hayvan, bir at veya öküzün toynağı altında parçalara bölünüp göğe yükselir ve "Ülker" yıldız kümesini oluşturur (Harva, 2014: 159-160). Dolayısıyla "*Ülker yıldızı gibi toplanmak*" deyimi, aynı bütüne ait parçaların bir araya gelmesi anlamında mitik düşünceye ilişkin bir hatırlama figürüdür. Benzer şekildeki bir başka örtük hatırlama figürü ise "Büyük Ayı" yıldız kümesiyle ilgilidir. "*Bir Han, kızını evlendirmek için üç zor görevi yerine getirme şartı koyar. Kahraman, arkadaşlarıyla birlikte şartları yerine getirir Han'ın kızını alıp yola çıkarlar. Ancak Han'ın*

adamları peşlerine düşer, kahraman ve

arkadaşlarının samimiyetini ve cesaretini gören Gök Tanrı, onları gökyüzüne alır ve Büyük Ayı yıldız kümesi böyle oluşur. Büyük Ayı yıldız kümesinin yanındaki küçük yıldız da Han'ın kızıdır" (Harva, 2014: 156). Kozmolojik bilgiyle ilişkili bu anlatı kurgusu, "Gülayım ve Erhasan" kolunda benzer, fakat dünyevi özellikteki bir kurguyla karşımıza çıkar: "*Göroğlu, Erhasan'ı evlendirmek için yiğitlerinden Erzurum'a gidip Gülayım'ı getirmelerini ister, fakat hiçbir gönüllü çıkmaz, Erhasan bu görevi kendisi yüklenir. Göroğlu, ona Kırat'ı ve silahlarını verir, Erzurum'a gönderir. Erhasan Erzurum'a varır, kendini at satmaya gelen bir seyis olarak tanıtır, şehre girer, Gülayım'ı bulur ve birlikte kaçarlar. Onların kaçtığını gören bahçıvan, gidip Şah'a haber verir. Şah, önce Karahan komutasındaki ordusunu onların peşinden gönderir, sonra da kendi oğullarıyla birlikte büyük bir ordu hazırlayıp yola çıkar. Erhasan, gelen ilk orduyu yener, dağıtır. Hasan Şah, onların peşinden yetişir, büyük bir savaş olur, Erhasan yaralanır. Gülayım, dağ çiçeklerinden melhem yapar, Erhasan'n yaralarına sürer, sonra onun zırhını giyip babasının ordusuyla savaşmaya devam eder. Hasan Şah'ın falcıları, savaşan kişinin kendi kızı Gülayım olduğunu haber verirler. Şah, kızını ikna edemez, savaş devam eder. Göroğlu, yiğitleriyle yardıma gelir, birlikte Hasan Şah'ın ordusunu yenerler. Çandıbil'e dönerler, Erhasan ile Gülayımı'ın toyu, düğünü yapılır*."

El Sanatları Geleneği:

Türkmenler arasında gündelik hayatın çeşitli alanlarında kullanılan eşya, alet-edevat ve giyim-kuşam ile ilgili geleneksel meslekler yaygın bir şekilde yaşamaktadır. Bunlardan özellikle Türkmen kadınlarının yün, ipek, keten, pamuk kullanarak ürettikleri kumaş, halı, kilim, keçe gibi dokuma örnekleri, nakış ve örgüler yanında mücevher ustalarının kendine has süslemelerle ürettikleri takılar, eşyalar somut olmayan kültürel miras bağlamında önemli bir yere sahiptir. Demircilik, semer-eyer yapımı, dericilik-saraçlık, ağaç işleri gibi meslekler de toplumun sosyo-kültürel hayatına bağlı olarak canlılığını korumaktadır. El sanatları ile ilgili bütün bu alanlara dair örnekler Göroğlu Destanı içinde de kendini gösterir:

"*Allı karalı halıları, kilimleri, güllü keçeleri uzunluğuna yazıp, dokuz kat minderleri etrafına döşedi.*" *"Usta Badam taş yontucuydu, gerekli olduğu zaman demirci ustalığı da yapardı. Göroğlu'nun altın kayışlı eyerini, zerefşan saçaklı gömleğini, kuştüyü yastığını, büyük hilalli düğmesini, makasını, at başlığından, kamçısına kadar getirip verdi."* "*Ayvaz, sevinçle Kırat'ın başını yelelerini okşadı, altın eyeri üstüne atıp altın işlemeli koşumlarını taktı, giydirip kuşatıp eyerlemeye başladı. Kadife ter örtüsü, gül renkli örtü, altın kayışlı eyer, altın saçaklı köynekçe, güderi başlığını takıp, eksiksiz süsledi. Ayvaz'ın kendi de altın*

işlemeli elbiseler

giyinip süslendi, üstüne de savaş elbiselerini, zırhlarını giydi. Altın yakalı zırhının üstüne altın kınlı bıçağını beline kıstırıp, değirmi kılıcı beline taktı, elmas suyu verilen dört parça mızrağını eline alıp atlandı. Kırat'ın ala kayışının parlayışı, altın işlemeli mızrağın parlayışı güneş ile çakışıp ışıldadı." "*Nurali can, sekiz örüm kâkülünü toplayıp, ipek bir mendille bağladı. Yeşil çuhadan yapılmış güzel elbiselerini giydi, altın işlemeli kemerini beline taktı, eteklerinin iki ucunu beline kıstırdı, deri çizmelerini giydi.*" "*Ağayunus ile Sapar Köse, bunların ikisini de yapma bebek gibi süsleyip, güzel elbiseler giydirdiler. Aysultan'ın başına otağa, Taymaz'ın başına cıga oturttular*."

Destan metninde geçen benzeri ifadeler, Türkmenler arasında yaşayan geleneksel mesleklerin ve el sanatlarına dair ürünlerin adları ve kullanım alanlarına yönelik bilgileri aktarma işlevini yerine getirmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak Köroğlu ve Destanı, Türk kültürel belleğinin dış dünyaya yansıyan anlam alanlarından biridir ve bu anlam alanı Somut Olmayan Kültürel Miras unsurları hakkında da önemli bilgileri sunmaktadır. Konuyla ilgili yukarıda kısaca temas edilen noktaların dışında pek çok örnek vermek de mümkündür. Farklı kültürel üretimlerin içiçe geçtiği ve katmanlaştığı bu alan, kişi ve grup kimliğinin, tarihsel ve zihinsel varoluşun kökensel dayanaklarını göstermesi, geçmişle ilişki kurma ve bir hatırlama biçimi olma yanında Türk kültürel bütünlüğünü anlama ve anlamlandırma yönünden de önem taşımaktadır. Bu bağlamda Türkmen Göroğlu anlatmaları başta olmak üzere bütün Köroğlu anlatmalarının ve diğer Türk destanlarının, Somut Olmayan Kültürel Miras çerçevesinde analitik incelemelerle stratejik ve işletilebilir bilgi haline getirilmesi bir gereklilik arz etmektedir. Sahip olunan kültürel bilginin tespiti, güncellenmesi ve yeniden üretimi yoluyla başta eğitim, sanat, turizm ve ekonomi olmak üzere toplumsal hayatın bütün alanlarında kullanılabilmesi ilgili kurum ve kuruluşlarca planlanmalıdır. Bu durum hem bazı temel problemlerin çözümüne hem de küreselleşen dünyada kimlikli bir ulus olarak yer alabilmemize katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Arslan. M. (1997). *Köroğlu Destanı'nın Türkmen Versiyonu Üzerine Mukayeseli Bir İnceleme* (Basılmamış Doktora Tezi), EÜ. SBE. İzmir.

Arslan. M. (2021). "Zamanın Ruhundan Anlatıcının Tasarımına Katmanlaşan Kahraman: Köroğlu", *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, C.5, S.3, s. 1-13.

Çelepi, M. S. (2017). *Türk Kültür Evreninde Toy-Denizli Örneği*, Kömen Yayınları, Konya.

Ekici, M. (2004). *Türk Dünyasında Köroğlu*, Akçağ Yayınları, Ankara.

Oğuz, M. Ö. (2009). *Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?* Geleneksel Yayınları, Ankara.

Raglan, L. (2003). *"Geleneksel Kahraman", Halkbiliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar*, Çev. Metin Ekici, Milli Folklor Yayınları, s. 277-303, Ankara.

Yılmaz, M. (2015). T*ürk Dünyası Somut Olmayan Kültürel Mirasları Envanter Çalışması*, Hoca Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi Yayınları, Ankara.

KARAY TÜRKÇESİ SÖZ VARLIĞININ AZERBAYCAN TÜRKÇESİYLE KARŞILAŞTIRMALI İNCELENMESİ

Arş. Gör. Hayal Asgarli
Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi Nesimi Dilbilimi Enstitüsü
E-mail: esgerli-x@mail.ru

Özet

Türk dillerinin Kıpçak grubuna dahil edilen Karay diline ait metnlere yönelik yapılan çalışmaların sayı sınırlıdır. Günümüzde yok olma tehlikesi ile yüz yüze kalan Karay dilinin araştırılması türkoloji çalışmalar için oldukça önemli yere sahiptir. Karayların farklı inançlara sahip olması, diğer Türk halklarına nazaran değişik alfabe kullanması Karay Türkçesi üzerinde de önemli etkiler yaratmışdır. Aynı zamanda, Karay Türkçesi Kıpçak lehçesine ait olmasına rağmen diger gruplara dahil olan Türk dilleri ile benzerlikler göstermesi, Eski Türkçe′nin birçok özelliklerini kendinde barındırması açısından da oldukça ilgi çekicidir. Bu çalışmada, söz varlığı bakımından Karay Türkçesi ile Oğuz grubunda yer alan Azerbaycan Türkçesi arasında benzer özellikler incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Karay Türkçesi, Azerbaycan Türkçesi, söz varlığı.*

COMPARATIVE EXAMINATION OF KARAY TURKISH VOCABULARY WITH AZERBAIJAN TURKISH

Abstract: The number of studies on the texts of the Karaite language, which is included in the Kipchak group of Turkic languages, is limited. The research of the Karaite language, which is facing the danger of extinction today, has a very important place for turcology studies. The fact that the Karaites have different beliefs and use different alphabets compared to other Turkish peoples has also created important effects on the Karaite Turkish. At the same time, although Karay Turkish belongs to the Kipchak dialect, it is very interesting that it shows similarities with Turkish languages included in other groups, and that it contains many features of the old Turkish. In this article, similar features between Karay Turkish and Azerbaijani Turkish, which is in the Oghuz group, have been studied in terms of vocabulary.

Keywords: *Karai Turkish, Azerbaijani Turkish, vocabulary.*

Karaim Türkçesi

Bilim dünyasında Hazar Türklerinin varisi olarak bilinen Karaylar dünyanın farklı yerlerinde, dağınık şekilde Litvanya, Polonya, Kırım, Türkiye, Mısır, İsrail, Kafkasya gibi birçok ülkede yaşamaktadırlar. Karaim (Karay) Türklerine verilen isim İbrani dilinde ″okumak″ anlamına gelen *kara (likro-mastar hali)* fiilinden türemişdir, sondakı ″*im*″ ise çoğul ekidir. Karaim (קראים) sözü ibranicede ″kutsal yazıyı okuyanlar″ anlamındadır. Bu ismin İbranice olmasının nedeni, Karayların dini açıdan Tevratı kabul etmeleri ve Museviliğin bir mezhebi olan Karaizm'e inanmalarıdır. Karay Türkçesi ″Yok olmaya yüz tutmuş diller″ (Endangered languages) sırasında yer aldıktan sonra hem Karayları, hem de dillerini konu alan çalışmaların sayı artmaktadır.

Mevcut araştırmalarda Karay Türkçesi′nin üç ağzı olduğu gösterilir: Haliç, Trakay (Troki) ve Kırım. ″Günümüzde Kırım Karay ağzının kullanılmamakla birlikte canlandırılmaya çalışıldığını, Haliç Karay ağzının da neredeyse kullanılmayan bir ağız olduğunu bilmekteyiz. Karaycanın en canlı ağzı, Trakay ağzıdır″ (Öztürk, 2015: 66). Karaylara ait eski metinlerin büyük bir kısmı Trakay ağzında olduğu için bu ağız Karaycanın esas dili olarak bilinir. Her üç ağıza ait olan ses özellikleri ve söz varlığı arasında ciddi ve önemli farklılıklar vardır. Karay Türkçesinde Eski Türkçe′nin birçok özelliklerini görmek mümkündür.

Türk Dillerinin Tasnifinde Karay Türkçesi′nin Yeri

Karay Türkçesi′nin Türk dillerinin hangi grubuna ait olması ile ilgili ortak bir fikir yoktur. Türk lehçelerini tasnif eden türkologlar Karay dilinin Türk dilleri arasında yerini farklı açılardan göstermeye çalışmışlar. V.V. Radloff coğrafi olarak Karay dilini ″doğu″ (Altay, Teleüt, Abakan, Koybal, Kızıl, Tölös, Beltir, Baraba, Küyerik, Çulum, Tuba, Karagas, Uryanxay (Tuva), Karaim, Uygur) grubunda gösterir. Türk lehçelerinin ses özelliklerini esas alan A.N. Samoyloviç altı kelimeyi (*dokuz, ayak, ol, dağ, sarı, kalan*) baz alarak Karay dilini ″tav″ (Altay, Kırgız, Kumuk, Karaçay-Balkar, Karaim, Tatar, Başkırt, Kazak ve Nogay dilleri) grubunda sınıflandırmıştır. Rus türkologlarından N.A. Baskakov ise Türk lehçelerinin sınıflandırılmasında farklı kriterler kullanmış, iki büyük gruba ayırmıştır:

1. Batı Hun grubu dilleri

2. Doğu Hun grubu dilleri

Batı Hun grubu dillerini Bulgar, Oğuz, Kıpçak, Karluk gruplarına ayırır. N.A. Baskakov Karay dilini Kıpçak grubunun Kıpçak-Polovets alt grubunda gösterir (Zeynalov, 1981: 59-61). Eski ve Yeni Türk dillerini bir tasnifde vermeye çalışan ünlü Türkolog N.A. Baskakov`un bu tasnifi her ne kadar karışık olsa da, Karaim Türkçesinin Kıpçak grubunda yer alması bir o kadar şüphesizdir.

Azerbaycan Türkçesi

Türk dilleri içerisinde Türkiye Türkçesi, Azerbaycan Türkçesi, Gagauzca ve Türkmence Oğuz grubunda sınıflandırılmıştır. Bu diller görülen ortak özellikler ve konuşulduğu coğrafya sebebinden Doğu, Batı ve Güney kollarına ayrılmıştır. Batı grubuna dahil edilen Azerbaycan Türkçesi Oğuz dillerinin yanı sıra, Kıpçak dillerinin de bir sıra

özelliklerini kendinde gösterir. Mevcut araştırmalarda bu dilin IV-V yüzyıllar arasında Azerbaycanda yaşayan Oğuz ve Kıpçak

boylarının dilleri temelinde oluşduğu fikirlerine rastlanır. 11. yüzyılda Oğuz ve Kıpçak dilleri neredeyse aynıydı, bunu M.Kaşgarlının sözlüğünde her iki dile ait verdiği örneklerin karşılaştırılmasından görebiliriz (Azizov, 2016: 51).

Azerbaycan Türkçesi′nin lehçelerinde de Kıpçak grubu dilleri ile ortak olan unsurlar kendini gösterir. Şivelerde kendini gösteren paralellikler hem söz varlığı, hem de fonetik özellikler açısından dikkati çeker. Önceleri yalnız Azerbaycan dilinin ağızlarında görülen Kıpçakça kelimeler, ağızların yazı dilini etkilemesi sonucunda edebi dilde de kullanılmıştır.

Azerbaycan Türkçesi′nin söz varlığının büyük bir bölümünü Eski Türkçe′den gelen kelimeler oluşturmaktadır. Ayrıca Azerbaycan dilinin söz varlığında mevcut olan Arapça, Farsça ve Rusça sözler ve terimler de dini, sosyal ve politik nedenlerden dolayı olarak Azerbaycan Türkçesine dahil olmuştur. Hem çevresindeki Türk dilleri, hem de sosyoloji ve siyasi nedenlerden yabancı dillerle karşılıklı etkileşimde bulunan Azerbaycan Türkçesi′nin araştırılması tarihi açıdan da son derece önemlidir.

Karaycanın Söz Varlığı

Karay türkçesi birçok arkaik özellikleri kendinde muhafaza etmesi, yanı sıra Kıpçak lehçesine ait olmasına rağmen Oğuz grubu Türk dilleri ile bazı paralellikler göstermesi dikkat çekicidir. Karaycanın söz varlığının büyük bir kısmı Türkçe kökenli kelimelerden oluşur. Karayların kendi yazılarında İbrani alfabesini ve dini içerikli metinler sebebinden dilini kullanması Karay Türkçesi′nin söz varlığında önemli etkiler yaratmışdır. Bu dilde kullanılan dini kelimelerin büyük çoğunluğu İbrani kökenlidir (*Adonay*-Allah, *ola*-adak, kurban, *hag*-bayram, *hazzan*-din görevlisi vb.).

″Karaycanın söz varlığı Eski Türkçe döneminden beri yaşatılan Türkçe kelimelerin (*yer sub* ‘vatan’) yanı sıra Kıpçakça ve Oğuzca (*kibik* ‘gibi’, *körä* ‘göre’, *uçuz* ‘ucuz’) unsurlarla doludur. Tarih boyunca etkileşim içinde oldukları Arapça (*kabul* ‘kabul’) ve Farsça (*terejä* ‘pencere’, *bezirgan* ‘bezirgân, tüccar’) kelimelerin yanı sıra, Musevilikleriyle ilgili olarak İbranice (*alhem* ‘kutsal ruh’, *debexa* ‘kurban, hayır’) kelimeler de Karaycada yer alır. 15. Yüzyılın başından itibaren de Slav dillerinden (*peç* ‘soba’, *osmak* ‘madeni para’) alıntılar yapılmıştır″ (Gülsevin, 2013: 212).

Azerbaycan ve Karay Türkçesinde Ortak Kelimelerin Mukayeseli İncelenmesi*

Şimdiye kadar Karay diline yönelik yapılan çalışmalarda Oğuzca ile paralel olan unsurlar dikkate alınmıştır. Araştırmamızda bu çalışmalardan ilhamlanarak Oğuz grubunun dahil olan Azerbaycan Türkçesi ile Karay Türkçesinde bulunan ortak kelimeler incelenmiştir. Her iki dilde ortak olan kelimelerin sayı anlamında çokluğunu göz önünde bulundurarak ayırıcı özelliklere, dikkat çeken sözlere yer verilmiştir.

"Bazı kelimeler, Türk lehçelerini sınıflandırırken ya da tanıtırken ayırıcı özellikler arasında yer alır. "bul- / tap-" , "kapı / eşik" karşıtlıkları bunlardandır. Oğuzcada "kapı" olarak geçen kelimenin Oğuzca olmayan lehçelerdeki karşılığı "eşik"tir. Oğuzca bir unsur olarak Eski Türkçede de gördüğümüz "bul-" fiili yerine, sonraları, Oğuzca olmayan lehçelerde "tap-" fiili yaygınlaşmıştır" (Gülsevin, 2007: 304).

1. Akrabalık Bildiren Sözlerde Paralellikler

Akrabalık bildiren sözler bir dilin anlatım yolları, dili konuşanların dünya görüşü, gelenekleri hakkında önemli bilgi veren, aynı zamanda diller arasında mevcut durumu belirleyen kriterlerdendir. Birçok dillerde söz varlığının önemli bir bölümünü akrabalık adları teşkil etmekdedir. Akraba, aile ve bu kavramlara uygun gelen kelimeler Türk dillerinin söz varlığı içerisinde önemli bir yere sahiptir.

Türk dillerinin büyük çoğunluğunda akrabalık bildiren kelimelerin benzer şekilde ve ya küçük fonetik farklarla kullanıldığını göre biliriz. Bazen ise akraba adlarının fonetik eğilimden öteye giderek farklı şekilde işlendiğine şahit oluruz. Aşağıdaki tabloda Karay ve Azerbaycan Türkçesi'nde aynı olan, fonetik açıdan değişiklik göstermeyen kelimeler verilmiş ve diğer Türk dillerinde bu kelimelerin işlenme şekilleri gösterilmiştir.

Tablo 1. Türk Lehçelerinde Akrabalık Adları

Karay Türkçesi	**Azerbay-can Türkçesi**	**Türkiye Türkçesi**	**Başkurt Türkçesi**	**Kazak Türkçesi**	**Kırgız Türkçesi**	**Tatar Türkçesi**	**Türkmen Türkçesi**
ana	**ana**	anne	əsə,əsəy, inəy	**ana**, şeşe	ene, apa	əni,**ana,** inə	ece, ene

* Kelimeler karşılaştırılırken şu sözlüklerden yararlanıldı: Türkiye, Azerbaycan, Başkurt, Kazak, Kırgız, Tatar, Türkmen Türkçeleri için A.B.Ercilasun'un başkanlığında hazırlanan *"**Karşılaştırmalı Türk Lehçeleri Sözlüğü I**"* (Ercilasun 1991); Karayca için T.Çulha tarafından çevirisi yapılan "***Kırım Karaycası Türkçe Sözlük*** " (G.Aqtay, H. Jankowski:2020)

ata	**ata**	baba	**ata,** atay	əke, **ata**	**ata**	əti, **ata**	kaka
bacı	**bacı**	abla	apay,hinli, kərindəş	apa, sinli, karındas	ece-sindi	apa,sinil	**bacı,** uya, ayal doğan
dayı	**dayı**	**dayı**	ağay, ağa	nağaşı, **dayı**	tayake, tağa	ağa,abzıy abıy	**dayı**
qardaş	**qardaş**	kardeş	kərzəş, tuğan	ağayın, bavır	tüğan, karındaş	kardəş, tuğan	doğan
bacanaq	**bacanaq**	bacanak	baja, bajay	baja	baca	baca, bacay	baca
qayın, qayınağa	**qayın**	kayın (birader)	kəyniş, kaynağa	kayın	Kayınağa kayın ini	kayini, kaynağa	qayın ağa

″Anne″ kelimesi Türk dillerinin büyük çoğunluğunda küçük ses değişikliyi ile kullanılır. Eski Türkçede bu söz ″*ög*″ olarak geçer. ″*Drevnetyurskii Slovar*″ (DTS) sözlüğünde ″anne″ kelimesinin karşılığı olarak hem *ög*, hem de *ana* sözlerine rastlanır (DTS: 378,43). Kaşgarlı Mahmut'un sözlüğünde (DLT) bu söz apa, aba, ana olarak geçmektedir. *Ög* bugün sadece Türkiye Türkçesi′nde annesiz çoçuklar için kullanılan ″öksüz″ kelimesinde, aynı zamanda tahminlerimize göre, birçok Türk dillerinde rastlanan ″üvey anne″/ (*ögey ana* – Azerbaycan, Karay vb.) kelimelerinde kendini korur. Aynı zamanda Karay ve Azerbaycan Türkçelerinde ″üvey anne″ anlamında ″ana″ kelimesinin *–lık* eki ile birlikte ″***analık*** ″şeklinde kullanıldığını da göre biliriz.

Azerbaycan dilinin bazı şive ve ağızlarında ″anne″ yerine ″***nənə***″ sözcüğü kullanılır (Ağdam, Cebrayıl, Laçın, Kelbecer, Tovuz vb.). Karay Türkçesi′nde aynı anlamda, sadece küçük fonetik farkla (-ə/-e) kullanılan ″***nene***″ sözüne rastlanır.

Karaycada akrabalık bildiren kelimelerin incelenmesi yapıldığında, büyük çoğunlukla Oğuzca şekillerin tercih edildiği görülür. Mesela; Moğolcada ″*ikinci eş, erkeğin ikinci karısı*″ anlamına gelen ″*kuma*″ sözcüğü Kıpçak grubu dillerinde, aynı zamanda Kıpçak Türkçesi ile yazılan Codex Cumanicus'da *-koma, -kuma* şeklinde kullanılsa da, Karaycada aynı anlamda ″*kündeş*″ kelimesini görüyoruz. Azerbaycan Türkçesi′nde ise bu söze uygun olarak ″*günü*″ sözcüğü vardır. Türkiye Türkçesi′nde bu söz ″*kuma*″, diğer Türk dillerinde ise kündeş/köndəş/güni gibi küçük ses değişikliyi şeklinde görülür.

1. Karay Türkçesi ile Azerbaycan Türkçesi′nde Kullanılan Ortak İsimler.

Tablo 2. Karay Türkçesi ile Azerbaycan Türkçesi′nde Ortak İsimler ve Diğer Türk Dillerinde Kullanım Şekilleri

Karay Türkçesi	**Azerbay-can Türkçesi**	**Türkiye Türkçesi**	**Başkurt Türkçesi**	**Kazak Türkçesi**	**Kırgız Türkçesi**	**Tatar Türkçesi**	**Türkmen Türkçesi**
ağu	**ağu**, zəhər	zehir	ağıv	uv	zar	**ağu**	zəher
qarğış	**qarğış**	beddua	karğış, kəhər, ləğnət	karğıs, terisbata	karğış	kahərləv, karğış, ləğnət, nələt	betdoğa, **qarğış**
balaq	**balaq**	paça	salbar oso	şalbardın tömengi jağı	bağalek, şımdın bayçası	çalbar oçı	balağın (calbarın) eteği
çalma sarıq	**çalma sarıq**	sarık	salma	sælde	**çalma**, seldə	**çalma**	selle
qarmaq	**qarmaq**	olta	karmak	karmak	kayır-mak	karmak	qarmak
qatıq	**qatıq**	yoğurt	yoğort, katık	ayran, katık	ayran	yoğırt, katık	qatık
qayış	**qayış**	kayış	kayış bav, bil kayışı	kayıs	kur, kemer	kayış, bil kayışı	**qayış,** kemer
sırğa	**sırğa**	küpe	hırğa, alka	**sırğa**	kulak söykö, **sırğa**	alka, **sırğa**	qulak-halka, ısırğa
it	**it**	köpek	**it**	iyt, töbet,	**it**	**it**	**it**, köpek
tapmaca	**tapmaca**	bilmece	yomak, tabışmak	jumbak	tabışmak	tabışmak, başvatkıç sir	matal, **tapmaça**
yayma	**yayma,** yuxa	yufka	yəyilgən kamır	oktavlan-ğan kamır	cayılğan kamır	cəyilgən kamır	çelpek
qurum	**qurum**	kurum	korom	küye, kurım	ış	korım	**qurum**

Karaycada *″beddua″* anlamında kullanılan ***″qarğış″*** sözünün zıt anlamlısı ***″alğış″*** kelimesidir. Azerbaycan Türkçesi′nde de birisi için iyi dilekte bulunma anlamında ***″alqış″*** sözcüğü kullanılır. Aynı zamanda *″alkış″* kelimesini farklı anlamda, el çırpma manasında diğer Türk dillerinde de görmekteyiz.

Yemek isimleri içerisinde de her iki Türkçede kullanılan ortak kelimelere rastlanır. Mesela; ″*tutmaç*″ sözcüğü Karaycada ″makarna, erişte″ anlamındadır, aynı söz Azerbaycan Türkçesi′nin bazı ağızlarında da (Ağcabedi, Göyçay, İmişli, Oğuz, Guba, Şamahı, Ucar) erişteye benzer bir yemeğin adı olarak geçer. *–mac/-mec* ekine Türk dillerinde çok az rastlanır. Ürünün adını ve elde edilen sonucu belirten bu ek, ″Dede Korkut″ destanının dilinde ″bazlamac″ kelimesinde görülür. Azerbaycan Türkçesi′nde bu yapım eki yardımıyla bir kaç yemek isimleri türemişdir: *döymec, umac, tutmac* vb.

2. Karay Türkçesi ve Azerbaycan Türkçesi′nde Kullanılan Ortak Sıfatlar.

Tablo 3. Karay Türkçesi ile Azerbaycan Türkçesi′nde Ortak Sıfatlar ve Diğer Türk Dillerinde Kullanım Şekilleri

Karay Türkçesi	**Azerbay-can Türkçesi**	**Türkiye Türkçesi**	**Başkurt Türkçesi**	**Kazak Türkçesi**	**Kırgız Türkçesi**	**Tatar Türkçesi**	**Türkmen Türkçesi**
iti	**iti**	keskin	ütkir, oslo	ötkir	ötkür, kurç	ütkin oçlı	kesğir, yiti
kip	**kip**	sıkı	tığız	tığız, kattı	katu	tığız	berk, dıkız
yaxşı	**yaxşı**	iyi	yaksı, həybət, əybət, matur	jaksı, iyi, iygi, izgi	cakşı	**yaxşı,** əybət, həybət, matur	qovı, onat, yağşı
yaraşıqlı	**yaraşıqlı**	yakışıklı	höykömlö, kürkəm, mölayim	süykimdi, tartımdı	süyküm-dü, cağımdu	söykimli, kürkəm, yağımlı	gelşikli, görmeğey
bol	**bol**	**bol**	mul	mol	mol, arbın	mul	**bol**
ilk	**ilk**	**ilk**	birinsi, təvğı	ilki	alğac, birinçi	birinci, təvğı	ilkinci
ucuz	**ucuz**	**ucuz**	arzan, oshoz	arzan	arzan	arzan, oçsız	arzan

Hem Karaycada hem Azerbaycan Türkçesi′nde ″*tembel*″ sözünün eşanlamlısı olan ″*erincek / ərincək*″ sözü vardır. “Erincek” sözü ″*erinmek*″ (tembellik etmek) fiilinden türemişdir. Aynı anlamda Başkurt Türkçesi′nde ″*irinsək*″, Kazakçada ″*erinşek*″, Tatarcada ″*irinçək*″, Uygur Türkçesi′nde ise ″*erinçek*″ kelimeleri vardır.

3. Karay Türkçesi ve Azerbaycan Türkçesi′nde Kullanılan Ortak Fiiller

Tablo 4. Karay Türkçesi ile Azerbaycan Türkçesi′nde Ortak Fiiller ve Diğer Türk Dillerinde Kullanım Şekilleri

Karay Türkçesi	**Azerbay-can Türkçesi**	**Türkiye Türkçesi**	**Başkurt Türkçesi**	**Kazak Türkçesi**	**Kırgız Türkçesi**	**Tatar Türkçesi**	**Türkmen Türkçesi**
düş-	**düşmək,** enmək	inmek	töşöv	tüsüv, konuv	tüşü	töşü	inmek, düşmek
oxşa-	**oxşamaq**	benze-mek	okşav, okşaş bulıv	uksav	okşo, okşoşu	oxşau, oxşaş bulu	menze-mek
oğurla-	**oğurla-maq**	çalmak	urlav, səldiriv	urlav	urdo, kımtu	urlav, urlaşu, çəldirü	çilmek, **oğurla-maq**
qaldır-	**qaldırmaq**	kaldır-mak	kütəriv, kuzğatıv	köterüv	kötörü	kütərü, kızğatu	qaldırmak
qoş-	**qoşmaq**	eklemek	kuşıv, östəv, arttırıv	kosuv, jal-ğastıruv	koşu, ulo	kuşu, östəv, arttıru	qoşmak, seplemek
qopar-	**qoparmaq**	kopar-mak	özöv, özöp alıv	üzüv	üzü	özü, özip alu	üzmek, yolmak
qoru-	**qorumaq**	koru-mak	asrav, bağıv, saklav	korğav	bağu, asıro, korğo	asrav, bağu, saklav	qoramak
qaytar-	**qaytar-maq**	geri vermek	kiri kaytarıv (biriv)	kaytaruv	kaytaru, kayra berü	kiri kaytaru	qaytar-mak

Ayrıca her iki dilde küçük ses farklılığı ile "karıştırmak" anlamında bulğa-/bula-, ″hapşırmak″ anlamında ″axsırmaq/asqırmaq″ sözlerine de rastlanır. Aynı zamanda ″temizlemek″ anlamında ″*arıt-*″, ″saklanmak, gizlenmek″ anlamında ″*yaşın-*″, ″teyellemek″ anlamında ″*kökle-*″ fiilleri ortak olan kelimelerdendir.

4. Ses Özellikleri Bakımından Görülen Paralellikler

Türk dillerinde bazı sözlerde (yiğit, yiğirmi, yürek, yılan gibi) kelime başında görülen ″*y*″ sesinin Azerbaycan Türkçesinde düzenli olarak kaybolduğunu görürüz. Kıpçak grubu Türk dillerinde bu olay farklı şekilde kendini gösterir. Mesela; Kazakcada ″*j*″, Kırgızcada ″*c*″,

Türkiye Türkçesi, Başkurt ve Tatar dillerinde ise ″*y*″ sesleri kendini gösterir. Karay Türkçesi′nde de aynı Azerbaycan Türkçesi′nde olduğu kimi ″*y*″ sesi kaybolur:

Karay Türkçesi	**Azerbay-can Türkçesi**	**Türkiye Türkçesi**	**Başkurt Türkçesi**	**Kazak Türkçesi**	**Kırgız Türkçesi**	**Tatar Türkçesi**	**Türkmen Türkçesi**
egirmi	iyirmi	yirmi	yiğirmi	jıyırma	cıyırma	yigirmi	yiğrimi
ürek	ürək	yürek	yörək	jürek	cürök	yörək	yürek
igit	igid	yiğit	yigit, batır	jigit, batır	batır	yigit	edermen, gahrıman

Türk dillerinin büyük çoğunluğunda ″*q*″ sesine rastlanmadığı halde, Azerbaycan ve Karay Türkçesi′nde kullanılmaktadır. Mesela; *qardaş/kardeş, qoru/koru, bacanaq/ bacanak, qarğış/karğış* vb. Aynı olay ″*x*″ sesi için de geçerlidir. Karay ve Azerbaycan dillerinde bazı kelimlerde bulunan ″x″ sesi yerine diğer Türk dillerinde ″*k*″ sesine rastlarız: *oxşa/-okşo, yaxşı,- yaksı* vb.

SONUÇ

İnceleme sonucunda her iki Türk dilinde ortak kelimlerin olduğu görülmüştür. Bu kelimelerin bazıları Oğuz unsurları olarak Karaycada yer alır, bir grup ortak kelimeler ise Kıpçak dillerinin özelliği olup Azerbaycan Türkçesinde ve şivelerinde kendini gösterir. Araştırmada her iki önemli faktör göz önünde bulundurularak verilmiştir. Çalışmada akrabalık bildiren kelimelerin büyük çoğunluğunun Türk dillerinde aynı olduğu görülür. Bu da akrabalık adlarının kökenin eskiye dayandığını göstermiş oluyor. Ayrıca incelenme sonucunda Karaycada kullanılan akrabalık adlarında esasen Oğuzca şekillerin tercih olunduğu tespit edilir. Her iki dilde incelediğimiz kelimelerde ortak olan sıfat ve fiillerin sayısının da çok olması dikkat çekicidir. Aynı zamanda Karayca ve Azerbaycancada küçük fonetik farklarla benzerlik gösteren kelimelerin, diğer Türk dillerinde çok az rastlanan ″*q*″, ″*x*″ seslerinin var olduğu, kelime başında ″*y*″ sesinin kaybolduğu tespit edilmişdir.

KAYNAKÇA

Drevnetyurkskiy Slovar (1968), (ed. Nadelyev, Nasılov, Tenişev, Şçarbek), CCCR Akademia Nauk, Leningrad.

Öztürk, A. (2015). Karay Yazı Dili. *Journal of Turkish Language and Literature*. 1/1: 61-70.

Gülsevin, S. (2007). Karay Türkçesinde Oğuzca Unsurlar. *Türkoloji Araştırmaları*. 2/2: 300-306.

Gülsevin, S. (2013). *Karay Türkçesinin Kendisine Has Özellikleri ve Türk Lehçeleri Arasındaki Yeri*. 36: 207-222

Əzizov, E. (2016). *Azərbaycan Dilinin Tarixi Dialektologiyası* (Dialekt Sisteminin Təşəkkülü və İnkişafı). Bakı: Elm və Təhsil.

Zeynalov, F. (1981). *Türkologiyanın əsasları*. Bakı: Maarif.

Ercilasun, A. B. (1991). *Karşılaştırmalı Türk Lehçeleri Sözlüğü* I. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Gulayhan, A., Jankowski H. (2020). *Kırım Karaycası Türkçe Sözlük* (Çev. Tülay Çulha). İstanbul: Asos Yayınları.

TURİSTİK ÜRÜNÜN E-TİCARET SİTELERİNDE SATILMASINA YÖNELİK SWOT ANALİZİ

Öğr. Gör. Veli Ulaş Asmadili
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: ulasasmadili@hotmail.com

Özet
Modern insanın hayatında vazgeçilmez bir araç olan internet bilgi sağlaması ve eğlendirmesinin dışında ihtiyaçların karşılanması açısından da önemli kaynaklardan biri haline gelmiştir. İnsanlar ulaşım, beslenme, giyinme gibi ihtiyaçlarını karşılamanın yanı sıra eğlenme ve dinlenme amacıyla ortaya çıkan turizm ihtiyaçlarını karşılayabilmek için interneti kullanmaktadırlar. E-ticaret siteleri de tüm ihtiyaçların kolayca karşılanabilmesi amacıyla küresel bir pazar yeri olarak kurulmuşlardır. Turizm ise henüz kendisine e-ticaret sayfalarında yer bulamamıştır. Bu nedenle turizm ürünleri e-ticaret sitelerinde satılırsa hem işletmeler hem de potansiyel turistler açısından ne gibi güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler sunar sorusuna yanıt bulmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Araştırma amacına uygun olarak SWOT analiz yöntemi tercih edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde e-ticaretin turizm işletmeleri açısından ürün listeleme, işletme giderlerini azaltma gibi güçlü yönleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rekabet etmenin zorluğu ve güvenlik sorunları zayıf yönler olarak görülürken hızla büyüme, hedef kitleyi yakalama kolaylığı e-ticaretin fırsatları olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistik ürünün e-ticaret sitelerinde satılması konusu potansiyel turistler açısından değerlendirildiğinde ise aynı anda çok sayıda ürüne ulaşma ve en uygun ürünü kolayca satın alma olanağı en güçlü yönler olarak değerlendirilmektedir. Bununla beraber güvenlik sorunları ve yüz yüze bir muhatap bulunmaması gibi olumsuzluklar da e-ticaretin zayıf yönleri arasında gösterilmektedir.

Anahtar kelimeler: *Turistik ürün, e-ticaret, SWOT analizi*

SWOT ANALYSIS ON SELLING TOURISTIC PRODUCT ON E-COMMERCE SITES

Abstract
The internet, which is an indispensable tool in the life of modern people, has become one of the important sources in terms of meeting the needs besides providing information and entertainment. People use the internet to meet their needs such as transportation, nutrition and clothing, as well as to meet their tourism needs for entertainment and rest. E-commerce sites have also been established as a global marketplace in order to meet all needs easily. Tourism, on the other hand, has not yet found a place in e-commerce pages. Therefore, this study was conducted to find out what strengths, weaknesses, opportunities and threats it presents for both businesses and potential tourists, if tourism products are sold on e-commerce sites. SWOT analysis method was preferred in accordance with the research purpose. As a result of the analysis, it has been concluded that e-commerce has strong aspects such as product listing and reducing operating expenses in terms of tourism businesses. While the difficulty of competing and security problems are seen as weaknesses, rapid growth and the ease of capturing the target audience are the opportunities of e-commerce. When the issue of selling the touristic product on e-commerce sites is evaluated in terms of potential tourists, the ability to reach a large number of products at the same time and easily buy the most suitable product is considered as the strongest aspects. In addition, security problems and negativities such as the absence of a face-to-face contact are also shown among the weaknesses of e-commerce.

Keywords: *Touristic product, e-commerce, SWOT analysis*

RUSÇA-TÜRKÇE REHBER ÇEVİRMENLİĞİ VE ULUSAL İLETİŞİM DAVRANIŞI

Dr. Leyla Babatürk
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi
E-mail: leyla.babaturk@manas.edu.kg

Özet

Bilindiği gibi Türkiye, Rus turistlerinin günümüzde en sık tercih ettikleri gözde destinasyonlardan birisidir. Ayrıca Türkiye'ye Bağımsız Devletler Topluğundan ve Orta Asya ülkelerinden gelen turistler de genellikle Rusça iletişim kurmaktadırlar. Dolayısıyla farklı iletişimsel durumlarda hem yeterli Rusça- Türkçe çeviri yapabilmek hem de Türkiye'nin doğa ve kültür zenginliğini gösterirken rehberlik edebilmek için oldukça geniş kültürel bilgiye sahip olmak ve iki dili ileri düzeyde bilip etkili bir şekilde kullanmak gerekir. Bu nedenle ilk bakışta oldukça kolay ve emek istemeyen rehber çevirmenliği, aslında oldukça zor bir çeviri türüdür. Çünkü rehber çevirmenliği her şeyden önce yeterli kültürlerarası iletişim anlamına gelmektedir. Rusça ile Türkçe gibi Rus ve Türk kültürleri de birbirinden oldukça farklıdır. Bu nedenle Rus ve Türk kültürü mensupları arasında iletişim kurarken ve çeviri yaparken birtakım sorunlarla karşılaşılabilmektedir. Bu çalışmada rehber çevirmenlik mesleğinin özellikleri Rusça-Türkçe sözlü çeviri çerçevesinde değerlendirilecek, Rus turistlerinin ulusal iletişim davranışının özellikleri sınıflandırılacak ve farklı iletişimsel durumlarda uygulanabilir Rusça-Türkçe çeviri stratejilerinden bahsedilecektir.

Anahtar Kelimeler: *rehber çevirmenliği, Rusça, Türkçe, iletişim, ulusal iletişim davranışı*

RUSSIAN-TURKISH GUIDE TRANSLATION AND NATIONAL COMMUNICATION BEHAVIOR

Abstract

As it is known, Turkey is one of the most preferred destinations for Russian tourists today. In addition, tourists coming to Turkey from the Commonwealth of Independent States and Central Asian countries generally communicate in Russian. Therefore, in order to be able to provide adequate Russian-Turkish translation in different communicative situations and to be able to guide while showing Turkey's natural and cultural richness, it is necessary to have a wide cultural knowledge and to know and use two languages effectively. For this reason, guide translation, which is quite easy and effortless at first glance, is actually a very difficult type of translation. Because guide interpreting means, above all, adequate intercultural communication. Like Russian and Turkish, Russian and Turkish cultures are also quite different from each other. For this reason, some problems may be encountered while communicating and translating between members of Russian and Turkish culture. In this study, the features of the guide translation profession will be evaluated within the framework of Russian-Turkish interpreting, the characteristics of the national communication behavior of Russian tourists will be classified, and the Russian-Turkish translation strategies that can be applied in different communicative situations will be mentioned.

Keywords: *Guide translator, Russian, Turkish, communication, national communication behavior.*

FAUNA İLE İLGİLİ TÜRKMEN KEÇE DESENLERİ VE ANLAMLARI

Öğr. Gör. Ayna Baymuradova
Türkmenistan'ın Dışişleri Bakanlığı'nın Uluslararası İlişkiler Enstitüsü,
E-mail: aynaetnog@mail.ru

Özet
Türkmen keçesi Türkmen kadınının yeteneğinden çıkmış fevkalade sanatlardan birisidir. Etnografik bakış açısından incelediğimizde, Türkmenistan'ın çeşitli illerinde keçe ýününü ayıklama, hazırlama ve süsleme yöresel farklılıklar içermektedir. Keçe nakışlarının manasının temelinde Türkmen milletinin felsefi bakışları, istek ve temennileri, tarihî, manevî adetleri, inançları vuku bulmuştur. Makalede hayvan dünyası ile ilgili keçe nakışlarının manası ve çeşitleri, diğer sanat eserlerinde karşılanması ile ilgili ilmî inceleme anlatılıyor. Keçe sanatında geniş olarak yayılan "koçak", "gücük izi", "tazı kuyruk", "öküz onurga" gibi eski nakışların Türkmen milletinin etnografisini öğrenmekte kıymetli kaýnakların birisi durumundadır. Türkmenistan bağımsızlığı kazandıktan sonra, Türkmen halkının milli mirasını ve tarihini derinden ve milli ruhla incelemeye ihtiyaç vardı. Keçe yapma sanatı ve desenleri, Türkmen etnografyasında önemli bir alan olan Türkmen mirasından biridir. Çalışma sırasında kullanılan yöntemler etnografik alan yöntemi, tarihsel-karşılaştırmalı analizdir. Arkeolojik ve etnografik bilgiler, keçe nakışlarının Türkmenlerin atalarının eski felsefi ilkeleri, gelenekleri ve inançları ile ilgili olduğunu kanıtlamaktadır.

Anahtar kelimeler: *Keçe, sanatsal hayat, fauna, nakış, sanat.*

TURKMEN FELT PATTERNS RELATED WITH ANIMAL IMAGES AND THEIR MEANING

Abstract
Turkmen felt mat is one of the amazing arts which are made by Turkmen women. As carpet, rug patterns the felt ornaments also express ethnography, history, philosophic view, dreams and spiritual world of Turkmen nation. The subject of this paper is Turkmen felt patterns related with animal images. The main goal of the paper is to investigate reason of creating patterns as "gochak" (horn of ram), "tazy guyruk" (hound's tail), "gujuk yzy" (dog's trail), "okuz onurga" (spinal of bull), "durna hatar" (crane train) and other ornaments related with fauna, to study their meaning and to prove value of patterns as ethnographic source. After the independence of Turkmenistan there was a need to study the national heritage and history of the Turkmen people deeply and in the national spirit. The felt making art and its patterns is one of Turkmen heritage which is important field in Turkmen ethnography. Methods used during the study were ethnographic field method, historical-comparative analysis. During the study, archaeological and ethnographical facts testify that the felt patterns related with ancient philosophical principles, traditions, customs, and beliefs of Turkmen's ancestors.

Keywords: *Felt, patterns related with fauna, ornament, art.*

Ancient patterns on carpets, rugs, felts, ceramics, architectural monuments are the most important source for studying the ethnography of theTurkmen nation. The wide use of felt products by Turkmens, as well as by other peoples of Central Asia, is the tradition closely connected with character of the national life. It is possible to count not less than thousand patterns on felts, each of which, carries in itself absolutely concrete mean. The

felt patterns, evolving through many centuries, personified philosophy, ideology, the spiritual world of the Turkmen people.

The felt patterns are distinguished by their simplicity and clarity. They can be divided into several groups related to fauna and flora, sky space, geometric shapes, life, and household. One of the main patterns is "gochanak", "gochak" (wild ram horns), and its various forms can be found in the handicrafts of the peoples of Central Asia and Kazakhstan. It is also used in the center and edge pattern of the felt. Typically, "gochak" was placed around of large circles and baked images in the central area.

"Gochak" belongs to one of the most ancient patterns (Михайлов, 1900: 92). Archaeological monuments testify that from early times a mountain ram took special place in the spiritual world of our ancestors. The academician W.M.Masson noted, a mountain ram or goat was one of the first domesticated animals in the ancient Turkmen land. This fact was testified bones of the domesticated goat, which were found in Jeytun (Массон, 1959: 8]. Scientists note that the goat was as a totem for the ancient people of southern Turkmenistan (Саурова, 1968: 22). In the Eneolithic period, the images of the mountain ram were met on the ceramic products from Gyoksuyri. This tradition continued even in the Bronze Age. There are images of sword-shaped horned goats on dishes found in Akdepe (around Ashgabat). Sometimes the images of such goats were combined with the image of a tree (Сарианиди, 1976: 90).

Scholars give a lot of information about the role and meaning of mountain rams, goats in folk art. Analyzing several of them, it is possible to scientifically determine the special role of this creature, its image in the spiritual world of the people.

From animal images, mountain rams (arhar, argali) and mountain goats, muflon are among the symbols firmly entrenched in the applied arts of steppe agriculture, and mountainous regions of Central Asia. Mountain goats and rams, their horns and hooves have become centuries-old art forms and have become an integral part of the national patterns of the Turkmen, Kazakh, Kyrgyz and Karakalpak peoples.

There was no domesticated goat or sheep in the "animal" style of the Saks, our ancestors. The cult of the goat is related with the belief in the power of the mountain, the tree of life, the fruitfulness. Almost in all Asia, sheep are known as symbol of productivity, health and safety (Акишев,1984: 36-38).

Until recently, the Turkmens also hung a ram's horn on doors and gates of their houses to protect their family from demons (Hanmyradow G., Kadyrowa G., 1991: 29).
“Okuz onurga (”bull spine") is one of the ancient felt patterns, which is put in the center of the felt mat. There are carpet and rug patterns related with bull and cow. The Pazyryk carpet, inherited from our ancestors, has the image of 24 bulls (Bekmyradow, 1988: 38).

The image of a bull and a cow has long been considered one of the most important figures in the applied arts of our ancestors. Examples of skillfully crafted bulls figurines with large, sickle-shaped horns found in Jeytun, Pessejikdepe, and Chakmaklydepe are testified about that (Бердыев, 1976: 52). Among the statues found in monuments belonging to the Jeytun culture, the more skillful execution of the bull indicates that it has a special place in the religious thought of the ancient people (Демидов, 1990: 22). According to archeology, the image of the bull has also played an important role in the ancient agricultural sculpture of the world's cultures, such as Mesopotamia, Egypt, India, and Iran. In general, it was a symbol of fruitfulness, more precisely peace, prosperity, and an increase in herds. This is because of the fact that bulls are the most important animal among the domesticated animals (Демидов, 1990: 23). The early farmers believed that animals, humans, and even nature could have a magical effect (Бердыев, 1976: 62). Therefore, its image is found in the territory of Turkmenistan in later periods (in the Eneolithic and Bronze Ages) too. The bull's head, which is made of gold found in Altyndepe and has a crescent moon shape on its forehead, is a clear proof of this (Демидов, 1990: 23). In many parts of the world, the bull has been known since the Stone Age. It symbolized prosperity, abundance, power, and has been associated with the cosmos and its male origins - the Moon and Water (Голубкина, 1988: 103).

Biruni also points out that the bull is associated with the ancient stars: “On that day (Ruzi Mihr) a bull appears in front of the moon cart. This bull is made of light, and its horns are of gold, and its feet are of silver. It appears for a moment and then disappears. Whoever sees it, the dream and prayer that thought by him will come true. ” The cult of the bull was widespread in the ancient world (Рempель, 1987: 24). Another reason why the image of the bull has a special place in the spiritual world of the Turkmen people is due to its connection with the image of our ancestor Oguz Khan. In the oldest Uyghur version of the Oguznama, in the first section, which discusses the origin of Oguz Khan, describes the holy bull after the second line, "His image, this is he." This circumstance testifies to the fact that in this epic

monument the birth of Oguz Khan is interpreted on the basis of the concept of totemism (Juraýew, 2011: 21).

The felt patterns are related with these with these views of our ancestors. As historical and ethnographical facts and materials show, the felt patterns are incredibly various and have deep meanings and ancient roots. In the basis of each pattern we can find many interesting materials about history and ethnography of the Turkmen people.

REFERENCES

Bekmyradow A. (1988). *Göroglynyň yzlary*. – A.: Türkmenistan. – 144 s.

Hanmyradow G., Kadyrowa G. (1991). *Türkmen halylaryna salynýan nagyşlaryň gözbaşlary.* // Türkmenistanyň ýadygärlikleri. – №1. – S. 27-30.

Juraýew M. (2011). *"Oguznama" we gadymy türki mifologiýasy. // Miras*. –№1. – S. 18-31.

Акишев А. (1984). *Искусство и мифология саков.* –Алма-Ата: Наука. – 176 с.

Бердыев О. (1976). *Материальная культура Туркменистана в период неолита и раннего энеолита. // Первобытный Туркменистан.* – А.: Ылым. – С. 14-81.

Голубкина Т. (1988). *Археология и ковровый орнамент Азербайджана. // Искусство восточных ковров. Материалы международного симпозиума по искусству восточных ковров.* –Баку: Элм. – С. 97-109.

Демидов С.М. (1990). *История религиозных верований народов Туркменистана*. – А.: Ылым. – 144 с.

Массон В.М. (1959). *Древние земледельцы на юге Туркменистана.* –А.: Туркменгосиздат. – 40 с.

Михайлов О.А. (1900). *Туземцы Закаспийской области и их жизнь (этнографический очерк)*. – А.: Паровая типография К.М. Оедорова. – 79 с.

Ремпель Л.И. (1987). *Цепь времен. Вековые образы и бродячие сюжеты в традиционном искусстве Средней Азии.* – Ташкент: Издательство литературы и искусства имени Гафура Гуляма. – 189 с.

Сарианиди В.И. (1976). *Материальная культура Южного Туркменистана в период ранней бронзы. // Первобытный Туркменистан*. – А.: Ылым. – С. 82-111.

Саурова Г. (1968). *Современный туркменский ковер и его традиции*. – А.: Ылым. – 164 с.

MAHTUMKULU'NUN ESERLERİNDEKİ DEYİMLERDE RENK İFADE EDEN SÖZCÜKLER

Dr. Tagandurdy Bekjäyev
Mahtumkulu Türkmen Devlet Üniversitesi, Türkmen Dili ve Edebiyatı Fakültesi,
E-mail:taganbekje@gmail.com

Özet
Bu çalışma, XVIII. yüzyıl Türkmen edebiyatının büyük temsilcisi, Türkmen edebî dilinin kurucusu, büyük filozof şair Mahtumkulu'nun eserlerindeki dizisinde renk ifade eden sözcükleri olan deyimleri bilimsel olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Diğer Türk halklarında olduğu gibi Türkmenlerde de çok renkler geniş bir düşünceye ve anlama sahiptir. Bu nedenle renk ifade eden sözcükler, kendilerinin gerçek anlamlarının yanı sıra mecaz anlamlara da sahiptir. Onlar deyim bilim söz konusu olduğunda genellikle mecazidirler. Türkmen dilindeki deyimlerinde "ak", "gara/kara", "gızıl/kızıl", "sarı", "gök/mavi", "al/kırmızı" ve "yaşıl/yeşil" renkleri bildiren sözcükler yaygındır. Mahtumkulu'nun eserinde kullanılan deyimlerde renk ifade eden "gara/siyah" ve "gızıl/kızıl" kelimeleri çoğunluktadır. Şairin şiirlerindeki deyimlerinin dizisinde olan "gara" kelimesi, renk anlamının yanı sıra talihsizlik, başarısızlık, zorluk, çoğulluk, rezalet, kötü niyet vb. anlamlara da gelebilir. Mahtumkulu'da: gara giyinmek bir felakettir, gara gün – zorluk, gara bağlık – gara gan – çöplük, yüzü gara - bir rezalettir, gülünç olan, gönlü gara – niyeti kötü, bet niyet. Bilge şairin şiirlerindeki deyimlerin dizisindeki "gızıl" kelimesi, gerçek anlamının yani rengin aksine, gızıl gül - saflık, tazelik, yenilenmeyi, gızıl yüz, gızıl meniz görünüm, ışıltı, gızıl cübbe zenginliği, varlıklılık, maddi refah anlamına gelir. Mahtumkulu'nun şiirlerindeki deyimlerin ve kompozisyonlarının bilimsel analizi, Türkmenlerin XVIII. yüzyıl dünya görüşünü, düşünce özelliklerini, kelime dağarcığını ve türetilmiş kelimelerin kullanımını anlamamızı imkân sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: *Mahtumkulu, deyim, renk, kara, kızıl.*

WORDS THAT EXPRESS COLOR IN IDIOMS IN MAHTUMKULU'S WORKS

Abstract
This work, XVIII. It aims to scientifically examine the idioms with words expressing color in the series of works of the great philosopher poet Mahtumkulu, the great representative of the 20th century Turkmen literature, the founder of the Turkmen literary language. As in other Turkic peoples, many colors have a wide thought and meaning among Turkmens. For this reason, words expressing color have figurative meanings as well as their literal meanings. They are often metaphorical when it comes to idioms. Words denoting the colors "white", "gara/black", "gızıl/red", "yellow", "sky/blue", "red/red" and "green/green" are common in Turkmen idioms. In the idioms used in Mahtumkulu's work, the words "gara/black" and "gızıl/kızıl" expressing colors are in the majority. The word "gara", which is in the series of idioms in the poet's poems, means misfortune, failure, difficulty, plurality, disgrace, bad intention, etc., as well as its color meaning. can also mean. In Mahtumkulu: dressing for a gara is a disaster, a gara is a day – hard, a gara is a gag – a gara gan – a garbage dump, a gara face is a disgrace, a ridiculous one, with a gara heart – bad intentions, bad intentions. Contrary to its true meaning, namely color, the word "gizıl" in the phrases in the poems of the wise poet means red rose - purity, freshness, renewal, red face, reddish appearance, radiance, red robe wealth, wealth, material well-being. Scientific analysis of idioms and compositions in Mahtumkulu's poems, Turkmens XVIII. It can enable us to understand the 20th century worldview, thought characteristics, vocabulary and use of derived words.

Keywords: *Mahtumkulu, idiom, color, black, red.*

GASTRONOMİ ŞEHİRLERİNİN WEB SAYFALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Serkan Bertan
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-mail: sbertan@pau.edu.tr

Özet
Bu çalışmada UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında gastronomi şehirlerinin web sayfalarını gastronomi turizmi açısından değerlendirilecektir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında Gaziantep (Türkiye), Phuket (Thailand), Burgos (Spain), Tucson (United States of America), Belém (Brazil), Bergen (Norway), Dénia (Spain), Ensenada (Mexico), Parma (Italy), Rasht (Iran), Hatay (Türkiye) ve Afyonkarahisar (Türkiye) gastronomi şehirlerinin web sayfaları incelenmiştir. Gastronomi şehirlerinin bazılarının web sayfalarında yöresel lezzetleri tam olarak belirtmedikleri, turizm değerlerini yansıtmadıkları ve bilgilere kolay bir şekilde ulaşılmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, gastronomi şehri, web sayfası.*

EVALUATION OF WEBSITES OF GASTRONOMY CITIES

Abstract
In this study, web pages of gastronomy cities will be evaluated in terms of gastronomic tourism within the scope of UNESCO Creative Cities Network Program. As part of the UNESCO Creative Cities Network Programme, Gaziantep (Turkey), Phuket (Thailand), Burgos (Spain), Tucson (United States of America), Belém (Brazil), Bergen (Norway), Dénia (Spain), Ensenada (Mexico), Parma (Italy), Rasht (Iran), Hatay (Turkey) and Afyonkarahisar (Turkey) gastronomy cities web pages were examined. It has been revealed that some of the gastronomy cities do not fully specify the local flavors on their web pages, do not reflect their tourism values, and information is not easily accessible.

Keywords: *Gastronomy, city of gastronomy, web page,*

Destinasyon pazarlama aracı olarak nüfus, kapasite ve gelirler açısında şehirleri bir araya getiren UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Programı, destinasyonların ulusal ve uluslararası alanda tanıtılmasına, sürdürülebilir kalkınmaya, marka ve marka imajının oluşmasına, yerel ürünlerin ve üreticilerin artmasına korunmasına, yöresel değerlerin ortaya çıkmasına, kültürel mirasın tanıtımına, korunmasına, gelecek kuşaklara aktarılmasına, yöresel yemek bilinirliliğini, tanıtılmasına, korunmasına, ekonomik ve sosyal yönden gelişimine, girişimciliğin ve ortaklıklarının geliştirilmesine, yeni yatırımlar ile istihdamın artmasına ve bölgenin kalkınmasına odaklanmaktadır (UNESCO, 2022).

UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na gastronomi temasından giren şehirlerin sayısı her geçen gün artmakta, aynı zamanda gastronomi şehirleri ile ilgili çalışmalarda artmaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı kapsamında gastronomi şehirleri ile ilgili çalışmalar incelendiğinde; yerel işletmelerin UNESCO kriterlerine yönelik düşünceleri, bakış açıları değerlendirilmiş, gastronomi şehirlerine yönelik görüşler incelenmiş, gastronomi envanterinin oluşturulması amacıyla çalışmalar yapılmış, gastronomi unsurları ve gastronomi kimlikleri incelenmiş, karşılaştırılmış, gastronomi şehirlerini pazarlanmasında ve bilinirliğinin

artırılmasında hatıra para ele alınmış, gastronomi şehri ağına katılmanın pazarlamada katkıları araştırılmış, gastronomi şehirlerinin istihdama katkısı, gastronomi şehirlerinden beklentiler ve gastronomi şehirlerin turist taleplerine yönelik etkileri, gastronomi şehri olarak seçilme ihtimalleri ele alınmış, pazarlama aracı olarak dijital mutfak kültürünün etkinliği ve geleneksel mutfak kültürü ile etkileşimi, turistlerin profilleri ve seyahat tutumları, gastronomi şehri ağına katılmanın etkileri, gastronomik deneyimlerinin değer algısının ziyaret niyetine etkileri ele alınmıştır (Vogel vd., 2022; Kılıç ve Çakır, 2022; Duran ve Uygur, 2022; Dağdelen ve Pamukçu, 2021; Şahin ve Ünlüönen, 2021; Ören vd., 2021; Kılıç ve Gönenç, 2022; Mutlu ve Sandıkçı, 2022; Kaya ve Uyanık, 2022; Çelik vd., 2021). Gastronomi şehri ağın katılmanın; istihdam ve yerel üreticilerin desteklenmesiyle kalkınmaya katkı sağladığı, ziyaretçi sayısına artırdığı, işgücünün profesyonelleşmesi ve ziyaretçi sayısının artışı açısından ekonomik fayda sağladığı, tariflerin ve malzemelerin korunmasıyla kültürel mirasa katkı sağladığı, tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde kalite ve sağlık deneyimlerinin etkili olduğu, etkileşim, epistemik ve duygusal değerlerin etkili olmadığı, turist profilleri (öğrenmek, yöresel ürünleri denemek, organik ürün, sosyal medya kullanan ve yenilikçiler) ortaya konmuş, geleneksel mutfak ile dijital mutfak kültürünün benzeştiği, pazarlama aracı olarak kullanıldığı, destinasyon tanıtımına ve bilinirliliğine katkı sağladığına rağmen destinasyon pazarlamasında yöresel lezzetlerin etkin olarak kullanılmadığı, yerel işletmeler gastronomi şehirler ağına katılım kriterlerin geliştirilmesi gerektiği, farkındalıklarının yüksek olduğu ve mutfak kültürü hakkında detaylı bilgiye sahip oldukları ve gastronomi şehirler ağına katılımın olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir (Çelik vd., 2021; Duran ve Uygur, 2022; Dağdelen ve Pamukçu, 2021; Kılıç ve Çakır, 2022; Kılıç ve Gönenç, 2022; Kaya ve Uyanık, 2022; Mutlu ve Sandıkçı, 2022; Şahin ve Ünlüönen, 2021; Ören vd., 2021; Vogel vd., 2022).

Destinasyonlar için web sayfaları önemli olduğundan bu çalışmada, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) Yaratıcı Şehirler Ağı Programı Kapsamında Gastronomi şehirlerinin web sayfaları değerlendirilmiştir. Bu çalışmada Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu Yaratıcı Şehirler Ağı Programı kapsamında gastronomi şehirlerinin İngilizce olan ulaşılabilen web sayfaları ele alınmış ve incelenmiştir.

İncelenen gastronomi şehirlerinin İngilizce olan web sayfalarının çoğunda şehir hakkında bilgi olduğu, % 87'sinde ulaşım ve konum hakkında bilgi olduğu, % 65'inde harita

olduğu, % 60'ında şehir rehberi olduğu, % 71'inde fotoğraf galerisi olduğu, % 45'inde dil seçeneği olduğu, % 51'inde arama seçeneği, site haritası, aktiviteler ve hepsinde iletişim

bilgilerinin olduğu tespit edilmiştir. Gastronomi şehirlerinin web sayfalarında % 76'ında yemek tarifleri hakkında bilgi bulunmaktadır. Gastronomi şehirlerinin % 91'inde sosyal medya hesapları yer almaktadır. Gastronomi şehirlerinin %84'ünde şehrin tarihi, % 73'ünde gastronomi şehri olduğu, % 91'inde festivaller ve konaklama tesisleri hakkında bilgiler bulunmaktadır. Gastronomi şehirlerinin % 76'ında şehrin mutfağı hakkında bilgi bulunmamaktadır. Gastronomi şehirlerinin % 45'inde yemek kültürü, mutfak kültürü, gelenekler, geleneksel yemekler hakkında bilgi bulunmaktadır. Gastronomi şehirlerinin sadece

% 11'inde müzeler, %84'ünde yapılacaklar, ürünler hakkında bilgi bulunmaktadır. Gastronomi şehirlerinin sadece %25'inde sürdürülebilirlik ve %15'inde yemek turları hakkında bilgi bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Çelik, S., Kart, N. ve Sandıkçı, M. (2021). Yerel Restoran İşletmecilerinin Afyonkarahisar'ın Unesco Gastronomi Şehri Unvanına Yönelik Görüşlerinin Değerlendirilmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (4): 2300- 2319. https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.873

Dağdelen, Ş. ve Pamukçu, H. (2021). Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastro-Turist Profilinin Belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay ile Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy* Studies, 9 (1): 341-365.

Duran, G. ve Uygur, S. M. (2022). Unesco Gastronomi Şehirleri'nin Gastronomi Unsurları ve Gastronomi Kimlikleri, *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 10(1), 627-648.

Kaya, Ü. C. ve Uyanık, B. (2022). Gastronomi Şehri Gaziantep: Yerel Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Unesco Kriterleri Kapsamında Değerlendirilmesi, *Journal of Gastronomy, Hospitality And Travel*, 5(1), 269-287.

Kılıç, B. ve Çakır, H. A. (2022). Unesco Gastronomi Şehirlerinde Gastronomik Deneyimsel Değer Bileşenlerinin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 445-458.

Kılıç, B. ve Gönenç G., E. (2022). Hatıra Paranın Gastronomi Temalı Yaratıcı Kentlerin Pazarlanmasındaki Rolü: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Türkiye Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi,* 6(1): 87- 105. https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.942

Mutlu, H., ve Sandıkçı, M. (2022). Gastronomi Envanteri Oluşturulması: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1168-1195.

Şahin, E., ve Ünlüönen, K. (2021). Adana'nın Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Teması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies,* 9(2), 1204 - 1231. https://doi.Org/10.21325/jotags.2021.836.

Ören, T. Ş., Çatır, O., ve Ören, V. E. (2021). Dijital Pazarlama Açısından Gastronomi Kenti Afyonkarahisar: Dijital Mutfak Kültürü. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 9(3), 2109-2131.

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO), 2022.

https://en.unesco.org/creative-cities/home,

Vogel, D., Lisboa Sohn, A. P., ve De Mello Rossini, D. (2022). Florianópolis, Creative City Of Gastronomy Unesco. Journal Of Culinary Science & Technology, 1-15.

TÜRKMEN ÇOCUK OYUNLARINDA KULLANILAN OYUN ARAÇ GEREÇLERİ ÜZERİNE

Prof. Dr. Nergis Biray
Pamukkale Üniversitesi
E-mail: nergisb@gmail.com

Uzm. Ulviye TOPÇU Öztürk
Pamukkale Üniversitesi
E-mail: ulviye-topcu20@hotmail.com

Özet

Oyunlar hayatımızın hemen her döneminde var olan, her yaştan insanın uygulamasını sürdürdüğü, nesilden nesle aktarılan eğitsel ve kültürel faaliyetlerdir. Oyun, eğlenceli vakit geçirme eylemi olması yanında çocuğun eğitimi ve manevi gelişimine de katkıda bulunur. Çocuklar bu faaliyetlerle deneyim kazanır, hayatı prova eder, iletişimlerini geliştirir ve becerilerini pekiştirirler. Bu kazanımlar, çocukların sorunlarla başa çıkabilme, problem çözebilme yeteneklerine katkı sağlamakla beraber sosyal ve bilişsel gelişimlerini de artırmalarına yardımcı olur. Çocuk, çevresindeki bütün nesneleri ve araç gereci oyuncak olarak kullanabilir. Oyuncaklar sosyal kültürü yansıtan ve çocuğun çevreyi somut bir şekilde tanımasında oldukça etkin olan önemli nesnelerdir. Ve kültür aktarımı sürecinde kullanılan oyuncaklar, aynı zamanda halk arasında yaşayan kültürel ve milli unsurlardır. Çocuk oyunlarında karşımıza çıkan top, aşık, ok, çelik çomak gibi oyuncak adları Türk geleneklerinde yerini alan ve tarihten bu yana varlığını sürdüren terimlerdir. Bu kültür ve gelenek unsurlarını Dede Korkut hikayeleri, Divânü Lugâti't-Türk, Uygur metinleri, seyahatnameler gibi birçok eserde tespit etmek mümkündür. Yüzyıllardır nesilden nesile taşınan bu oyun ve oyuncak isimleri, oyunlarda kullanılan araç gereç adları hem tarihi hem günümüz Türk lehçelerinde bazen birebir aynı bazen de benzer özellikleriyle bir ortaklık teşkil etmektedir. Türk milleti gerek göç gerekse siyasi sebeplerle ayrı topraklarda yaşamını sürdürse de bildirimizde de görüleceği gibi bu unsurlar hayatiyetini devam ettirmekte ve Türk kültürünün aynı kaynaktan beslendiğine işaret etmektedir. Bildiride bu terimler üzerinde durularak araç gereç adlarının kökenleri Türk lehçelerinde art ve eş zamanlı olarak değerlendirilmekte, ortaklık, benzerlik ve farklılıklar belirlenmeye çalışılmaktadır. Sonuçta bahsedilen terimlerin kullanıldığı oyun ve oyuncakların günümüz çocukları arasında yeniden canlandırılması ve yaygınlaştırılmasının önemine de değinilmektedir. Bildiride, Türk dünyası çocukları ve gençlerinin modern çağa uyarlanan Türk çocuk oyunları etrafında birleştirilmesi, terimlerle sağlanan birlik ve ortaklık yanında karşılıklı oyunlar ve müsabakalarla bir araya getirilmesi konusunda birtakım öneriler de sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Türkmen çocuk oyunları, araç gereçler, oyuncaklar, terim bilimi, ortak terim.*

ON THE TOOLS USED IN TURKMEN CHILDREN'S GAMES

Abstract

Games are educational and cultural activities that have existed in our lives in every period of our living space, are carried out by people of all ages, and are passed on from generation to generation. In addition to having fun, the game also contributes to the child's education and spiritual development. With these activities, children gain experience, rehearse life, improve their communication and reinforce their skills. These gains contribute to children's ability to cope with problems and solve them, as well as increase their social and cognitive development. Children can use all the objects and tools around them as toys. Toys are important objects that reflect social culture and are very effective for the child to get to know the environment in a concrete way. The toys used in the process of cultural transfer are also cultural and national elements that live among the people. Toy names such as ball, ashik (ankle bone of goat), arrow, and tipcat, which we encounter in children's games, are the terms that have taken their place in Turkish traditions and have existed throughout history. It is possible to

identify these elements of culture and tradition in many works such as Book of Dede Korkut, Divânü Lugâti 't-Turk, Uyghur texts, and travel

books. These game and toy names, which have been carried from generation to generation for centuries, and the tool names used in the games constitute a commonality with the same or similar features in both historical and today's Turkish dialects. Although the Turkish nation lives on separate lands because of both migration and political reasons, as can be seen in our paper, these elements indicate that Turkish culture is fed by a common source. In the paper, the origins of the tool names are evaluated diachronically and simultaneously in Turkish dialects by focusing on these terms, and similarities and differences are tried to be determined. In this regard, the importance of reviving and disseminating games and toys in which terms are used among today's children is also mentioned. The paper also offers suggestions for uniting the children and young people of the Turkish world around Turkish children's games adapted to the modern age and bringing them together via unity and partnership provided by the terms, and mutual plays and competitions.

Keywords: *Turkmen children's games, tools, toys, terminology, common term.*

1. Giriş

Yaşam alanımızın her daim içinde yer alan oyunlar tarihten bugüne süregelen ve nesilden nesle aktarılarak hayatın parçası haline gelmiş yaş farkı gözetmeksizin herkesin içinde yer aldığı eylemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Boratav, oyunu küçük ve büyüklerin günlük geçim zaruret ve çabalarından uzaklaşarak eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan faaliyetler olarak tanımlamaktadır (Boratav1984: 232-233). Tarihten bu yana süregeldiğini belirttiğimiz oyunlar Huizinga'ya göre kültürden önce başlamış ilk olarak hayvanlar arasında görülmüştür. Hayvanlar oyun oynamak için insanın gelmesini beklememiş, kendi içgüdüleriyle oyunlar türetmişlerdir. Oyun sadece fizikten ve aktiviteden ibaret değildir; biyolojik ve fiziksel faaliyetlerden (tepkilerden) daha da öte bir eylemdir. Bir başka etki ettiği nokta ise maddi olmayan unsurları açık eder ve manevi paylaşımı sürdürür (Huizinga 2006:16-17). Oyun İnsanlık tarihiyle de aynı paralelde ilerlemiş, dini ritüellerin de bir parçası olarak yerini almıştır. Oyunlar kutsal kökenlere dayandırılmış, ritüellerin, inançların incelenmesi bakımından da en iyi kaynaklardandır (Pehlivan 2005: 1). Ayrıca şiir, müzik, dans tamamen oyundur. Savaş kuralları, soylu davranışları hep oyunlardan doğmuştur (Pehlivan 2005: 31)

Çocuklar, hayat hakkında deneyim kazanmak, hayatı prova etmek, iletişimlerini geliştirmek ve bu becerilerini pekiştirmek adına gelişimsel bir fırsat olan hem bedensel hem manevi olgunlaşma süreçlerine rehberlik eden "oyun" eylemini kullanırlar (Adak Özdemir & Ramazan 2012: 2). Oyun aynı zamanda çocuğun bir olay karşısında algılama, karar verme gibi yetilerinin kazanılmasının yanında problem çözme becerisi konusunda gelişimlerinin sağlanmasına da katkıda bulunur (Koyuncu, Bulut, 2022: 502). Özhan, çocuk oyunlarını "araçlı ya da araçsız, kurallı ya da kuralsız, zihin ve fizik gücüyle gerçekleştirdikleri başı ve sonu ciddi olan eylem" şeklinde tanımlamıştır (Özhan,2005: 228). Çocuğun hayatının

başlangıcından

itibaren iletişim biçimi olan oyun, çocuğu içinde bulunduğu kültürle etkilemekte ve aynı zamanda çocuğun sosyal gelişimi yanında bilişsel gelişimine de katkı sağlamaktadır (İnan Kaya, 2018: 70). Çevresi ile bir etkileşim içinde olan çocuk, çevresinde gördüğü bütün nesneleri oyuncak olarak kullanabilir. Taş, toprak, tava, tencere, giyim eşyaları gibi malzemeler çocuğun dünyasında bir oyuncak unsuru haline gelir (Ergün,1980:3). "Oyun ve oyuncağa bakmak; aynı zamanda çocuğa, çocukluğa ve çocuk kültürüne bakmak anlamına gelir" (Kasapoğlu Akyol, Kutlu 2020: 103).

Eski Türk ve İslam dünyası çocuk oyunları minyatürlerden saptandığı gibi Eski Türk edebiyatı eserlerinden de tespit edilebilir. Dede Korkut hikayelerinden; güreş, aşık oyunu, ok yarışı, hayvan yarışı vb. oyunlar 16.yy'daki toplumsal yapıyı anlatan Gelibolulu Mustafa Alî'nin Mevâ'idü'n-Nefâ'is fî Kavâidil-Mecâlis eserinden ise satranç, cirit, tavla vb. oyunlar hakkında bilgileri öğrenmekteyiz (And 2003:43).

Türk kültürü çeşitli coğrafyalarda hüküm sürmüş, köklü bir birikime sahiptir. Bu zenginliğin bir parçası olan çocuk oyunları toplumun kültür aktarımı bakımından da büyük bir öneme sahiptir. Ve geçmişten bu yana taşınmış milli değerlerin izlerini içinde barındırır. Aslında küçük farklılıkları olsa da farklı topraklarda yaşamış ve yaşayan Türk çocuklarının oyunlarının birbirlerine yakınlığı ve ortaklıkları göze çarpmaktadır (Serbest 2019:103). Yazıcı Ersoy, makalesinde Anadolu ve Başkurt çocuk oyunlarını karşılaştırmış, gerek İdil nehri kıyısı gerek Ural dağları eteği, gerek Anadolu'da oynanan oyunların benzer içerikte olduğunu tespit etmiş ve ortak Türk kültürü kökeninden doğduğunu belirtmiştir (Yazıcı Ersoy, 2010: 77) Örneğin Aksoy'un (2014) makalesinde yer alan Sarı Keçili Yörük çocuk oyunlarından *çelik oyunu, pelit / yüsük oyunu, dokuz taş oyunu, üç taş oyunu, tura oyunu (2), körebe oyunu, kayış kızdı oyunu vb.* (Aksoy 2014: 268-272) örnekler Türkmen çocuk oyunlarının oynanma şekli ve oyun malzemeleri bakımından oldukça benzer içeriktedir.

Oyunlar, hayattaki gerçek nesnelerin bir sembolü olan oyuncak denilen objelerle beraber sürdürülür ve gerçekleştirilir. Pehlivan'a göre oyuncak, *gelişim basamakları boyunca çocuğun hareketlerine düzen getiren zihinsel, bedensel ve psiko-sosyal gelişimlerinde yardımcı olan, hayal gücünü geliştiren tüm oyun malzemesi(leri)*'dir (Pehlivan 2005: 47) Özdemir'e göre, çocuğun oyun davranışına yön veren etmenler yaşı, çevresi, ebeveynleridir. Çocuklar oyun oynarken gerçek nesneleri keşfetmek isterler ve bu ihtiyaçları yerine çevrelerindeki oyuncak haline getirdikleri nesneleri kullanırlar oyuncakları, bu malzemenin gerçek nesneye benzerliği çok önemli değildir, onun hayal dünyasını ne kadar harekete

geçirdiği ve

zenginleştirdiği önemlidir (Özdemir Ramazan 2012: 2). Oyun oynayan çocuk zihninde bir nesneyi canlandırır ve canlandırdığı nesnenin oyuncak olarak seçtiği materyale benzeyip benzemediğine bakmaksızın onu oyun dünyasına dâhil eder (Özdemir 2006: 130). Oyuncaklar çocukların hayatında önemli rol oynarlar; bilişsel gelişimlerine katkı sağlarken aynı zamanda onların sosyal iletişimlerini de güçlendirir (Blakemore & Centers 2005: 619).

Oyuncaklar, *çağlarının minyatür boyutlardaki aynası durumundadır*. Tarihte kil, kuru meyve, ağaç, porselen, metal levha, kumaş gibi malzemelere şekiller verilerek çeşitli oyuncaklar üretilmiş, toplumsal çevreyi yansıtan öğeler olarak tarihte yerlerini almışlardır (Niemann 1991: 56-58). Anadolu topraklarında bulunan hayvan minyatürleri, ahşap arabalar, bebekler antikçağlardan bu yana medeniyetlerin kültürel etkisiyle oluşmuş objelerdir. Türkler Anadolu topraklarındaki bu medeniyetlerle kendi kültürlerini harmanlamış, kendilerine has kültürlerini oluşturarak, kendi sosyal-sanatsal ürünlerini vermişlerdir (Begiç 2017: 17-18). Oyuncaklar oyunlar gibi çağın tanığı niteliğine sahiptir ve ilim insanları tarafından *toplum tarihinin aydınlatılmasında bir araç olarak kabul edilmiştir* (Özdemir 2006: 131).

Eski dönemlerdeki uygarlıklarla ilgili kazılarda oyuncak kalıntılarına da rastlandığı, bulunan oyuncaklarla o toplumun kültürel yapısının, çocuklarının hayal gücünün, becerilerinin tespit edilebildiği görülmektedir. Bulunan oyuncakların tarihi milattan 1100 yıl kadar öncesine gitmektedir (Özdemir 1997: 130). Oyuncaklar çocukların tek başlarına oynayabildikleri bir nesne olabildiği gibi paylaşarak belli kurallar çerçevesinde oynayabildiği bir araç da olabilmektedir. Oyuncağı bir araç gibi görmek gerekir. Oyuncak veya oyun araç gereçleri oyunu oynayanlar tarafından seçilmekte ve genellikle de paylaşılarak ve yine oyuncuların koyduğu kurallar içerisinde oynanabilmektedir. Burada aslolan şey, çocuğun oyun dünyasındaki gerçek olsun, hayal olsun işlevsel olarak yer alan her unsurun oyun aracı olmasıdır (Özdemir 1997: 131).

Özdemir, oyuncakların oyunun oynandığı kültürel, tarihi ve fiziki ortama göre icrasının etkilendiğini ve oyunun yaratıldığı ve oynandığı bağlamla ilgili olduğunu da ifade eder (1997: 132). Kısacası oyuncaklar içinde bulundukları dönemlerin aynası konumundadırlar. Sadece kültürel yapıyı değil toplumsal, tarihi ve bir o kadar da ekonomik yapıyı yansıtırlar (Onur 1992: 13).

Bir kısmı el ile yapılan daha geleneksel bir yapıya sahipken bir kısmı da fabrika üretimi olan oyun araçlarının büyük bir bölümü sadece oyun aracı olarak kullanılırlar. Mesela top, ok yay, topaç, kamçı, vs. gibi. Sürekliliği devam eden oyun araçları yanında moda

olarak (taso,

resimli kartlar, vs.) hızlı değişen teknolojiye ayak uyduran araçlar da vardır. Bazı oyun araçları da çocukların kullanımıyla şekillenen ve gerçek işlevi dışında kullanılan, dönemlere göre farklılıklar da gösteren nesnelerden oluşur. Bazı oyuna araçları da "ip"te olduğu gibi birçok oyunun aracı olarak kullanılırlar: dayak, çemçe (kepçe), çubuk, kaşık, aşık kemiği, yağlık (mendil, baş örtüsü), kum, taş, vs. gibi.

Türk Dünyasında her ne kadar coğrafi uzaklıklar ve lehçe ayrımları olsa da gerek günümüz gerek tarihi Türk Lehçelerinde oyun içerikleri ve oyuncaklarda kültürel ortaklık tespit etmek mümkündür. Bazı lehçelerde "kumalak" adı verilen "dokuztaş" Kırgızlar, Kazaklar, Özbekler ve Anadolu'da yaşayan Türkler tarafından bilinmekte ve çeşitli şekillerde hala sürdürülmektedir. Dede Korkut hikayelerinde Boğaç Han'ın beş yaşındayken oynadığı aşık oyunu günümüze kadar taşınmakta, Anadolu'da varlığını sürdürmekte ve oynanmaktadır (And 1979) "Top" sözcüğü Dîvanu Lugati't-Türk'te *topık, tepük, top*; Uygur Türklerinde ise *tepküç* terimleriyle karşılanmıştır. Dîvanu Lugati't-Türk'te çelik çomak oyununun karşılığı yoktur fakat oyun tarif edilir, aşık oyunu ise örnek cümlelerde geçmektedir. Uygur Türklerinde ise çelik çomak oyunu *velley, çukçuk, baliçuk* oyunu olarak yer almakta, aşık oyununun ise yaygın olarak oynandığı bilinmektedir (Serbest, 2019: 105-108).

Biz yukarıda belirttiğimiz hususları da göz önünde bulundurarak Türkmen Türklerinin çocuk oyunlarında kullanılan *tal/dal, ok, sünk, pökgi, aşık, kiriş, taş, demir, gumalak, yüzük, keçe, boncuk, don, yüp (ip)* gibi başlıca oyun araç gereç ve oyuncaklarının adlarını tarihi ve günümüz Türk lehçelerinin söz varlığında takip edip bu alanda Türk dünyasındaki benzer ve farklı yönleri tespit edip yorumlamaya çalıştık.

Öncelikle tespit edilen Türkmen Türklerinin çocuk oyunlarındaki oyun araç gereçleri sınıflandırarak anlamlarıyla birlikte verilecek, daha sonra tablolar üzerinde karşılaştırmalı şekilde tarihi ve günümüz Türk lehçelerindeki söz varlığı gösterilecektir. Sonuç bölümünde tespitlerimiz, değerlendirmelerimiz ve önerilerimiz yer alacaktır.

2. Türkmen Türklerinin Çocuk Oyunlarında Kullanılan Oyun Araç ve Gereçleriyle İlgili Söz Varlığı[4]

Bu bölümde Türkmen çocuk oyunlarında geçen oyuncak, araç ve gereç adlarının sadece Türkçe kökenli olanları liste halinde ve yalnızca oyunlarda geçen anlamlarıyla verilecek,

[4] Bu söz varlığı "Ata Cıkıyev, *Geliŋ Dostlar Oynalıŋ*, Aşgabat, 1997" adlı eserindeki çocuk oyunlarının

taranması vasıtasıyla elde edilmiştir. Burada kelimelerin sadece oyunlarda kullanılan anlamları verilmektedir. Bütün tarihi ve günümüz Türk lehçelerinde de kelimelerin bu anlamlarına bakılmıştır.

mümkün olduğunda kökenleri gösterilmeye çalışılacaktır. Tabloda tarihi ve günümüz Türk lehçeleri sözlüklerinden alınan şekiller de burada geçen anlamlarda kullanıldı iseler tabloya alınmışlardır. Bu kelimelerin başka anlamlarda kullanılanları tarihi ve günümüz Türk lehçelerinde kullanılan oyun araç gereç adlarındaki benzerlik oranını değerlendirmemizi engelleyeceği veya sonuçların kesinliğini bozacağı için tabloya dahil edilmemiştir[5].

Türkmen çocuk oyunlarında geçen oyuncak ve araç gereç adlarının açıklamaları ve etimolojik açıdan yapılan değerlendirmeleri, kökenleri hakkında kısaca bilgiler aşağıda özelliklerine göre sınıflandırılmış[6] bir sözlük şeklinde sıralanmaktadır. Bu kelimelerin sonlarında parantez içinde hangi oyunda kullanıldıkları da yer almaktadır. Tarihi ve günümüz Türk lehçelerinde aynı anlamda olanlar alındığı için ve yazının hacmini artıracağı için onların ayrıca sözlüğü verilmeyecektir. Taranan eserlerdeki kelime görünümleri, anlamları da aynı olmak kaydıyla tabloda gösterilecektir.

a. Asıl oyun araç gereçleri:

çilik: 3. Top. (Bu kelime yerine 'hekgal' veya 'şayba' terimleri de kullanılmaktadır) (çilik, hekgal oyunu).

eşek: 1. Bir tür topa benzer nesne (eşek oyunu). Buradaki anlamıyla olmasa da E.T. ve O.T.'de kelimenin kökeninin 'eşgek –eşyek-eşek (DLT) <eş+(g)ek' şeklinde gösterildiğini belirtelim. Kelimedeki ses değişiklikleri 'E>(a, i, ä)Ş(>s) [Ş>t, d][G]E(>a, ä)K(>g)' şeklinde gösterilmektedir (Gülensoy 2007).

eşegalı: Kelimenin diğer kullanılan şekli 'alı'dır. Bir tür top. 1. Yuvarlanan kumaştan yapılan top. 3. Hayvanların yününden, tüyünden yapılan top. bk. 'pökgi' (Eşegalı, Eşek sürdi).

ok: Yay ile atılan ucunda sivri demir bulunan ince tahta çubuk (altın gabak, ok yay oyunları). Gülensoy kelimeyi 'O(>u)K (>x)' ses değişimleriyle göstererek '=E.T.'de oḳ (EUTS, DLT: ok+çı; oklug kirpi ;okluk; okta-, oktaş -) açıklamalarıyla verir (2007).

pökgi: 1. Çocukların oynayacağı şekilde hazırlanan ya da spor salonlarında oynamaları için içine hava üflenen ve vurulduğunda veya tepildiğinde zıplayan, daire şeklinde yapılan bir oyuncak. Bu oyuncak ayrıca sığır, deve vs. hayvanların yünü ve tüyünden de yapılabilir. Top, futbol topu. 2. Eğer bu top kumaşlardan yapılırsa adına 'alı'; 'alı', eğer eşekçi oyununda kullanılırsa adına 'eşegalı' denir. **bk.** top (eşegalı, eşek sürdi, geyim basırdı, çülsüz dük dük, eşek oynı, eşekmündi, yedi gacar, yedi top, yedi gaçar, topar gaçdı, pökgi bilen urmak, ördek we awçı). Kelimenin kökeni 'bük- 'sertçe çevirmek, kıvırmak' şeklinde düşünülebilir. Bu köken O.T.'de bök-, büg-, bük-, buk- (DLT 'durdurmak, toplanmak, bükülmek, yere kapanmak, doymak, kenmek' anlamlarıyla Gülensoy'da verilmektedir. Köken olarak da <* bü-k- (krş. bü-z-, bu-r-) olarak açıklanmaktadır (2007). Kelimenin açıklaması bök- ~ bük- > pök-gi olarak değerlendirilebilir.

top: Yumuşak malzemeden yapılan, içine hava verilen oyuncak. **bk.** pökgi, eşegalı (eşek mündi, telpek zındı, çilik ~ hekgal, top oynı, yedi gacar oynı, keçe keçe ~ yüzük ~çeke çeke).

---

[55] Türkmen çocuk oyunlarından tespit edilen bütün kelimeler, tabloda göreceğiniz Türk lehçelerinin sözlüklerinden taranmış, daha sonra DLT, Clauson, Eren ve Gülensoy'un etimolojik sözlüklerinden bakılarak etimolojileri de çıkarılmaya çalışılmıştır.

[6] Oyun araç ve gereçleri Nebi Özdemir (1997). *Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi Çocuk Oyunlarının Halkbilimi Açısından İncelenmesi-I,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı (Türk Halk Bilimi) Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara" künyeli tezdeki sınıflandırma esas alınarak yapılmıştır.

Kelime Eren'de yer almamaktadır. Gülensoy Kelimenin 'E.T.'de top (EUTS;247) topolu, 'toplu'; O.T.'de top – topıḳ (DLT)' geçtiğini gösterir. Ses değişikliklerini de To(>u) P (>F, ß) olarak formülleştirir (2007).

yay: Yay. Keman, peykam (ok yay oyunları, altın gabak).

Kelime, Etimolojik Sözlükte 'yay: 1.ok atmaya yarayan, iki uç arasına kiriş gerilmiş, eğri ağaç veya metal çubuk anlamıyla verilmiş, E.T. ve O.T.'deki şekilleri yā [yay'daki /Y/ fonemi ikincil olup , /ā/ ünlüsünün etkisi ile türemiştir' açıklamasıyla verilmiştir. Kelimedeki ses değişmeleri 'Y(>c, j, s)Ā(>a, å, ä, u)+Y(>V)+A/Ä' olarak gösterilmiştir (2007).

b. İkincil oyun araç gereçleri:

Çocuklar çevrelerindeki nesneleri gerçek işlevi dışında oyun araç gereci olarak da kullanabilmektedir. Bu türdeki oyun araç gereçleri dönemlere ve coğrafi konumlara göre olduğu kadar ekonomik duruma göre de farklılıklar gösterebilmektedir. Aslında toplumsal, tarihi, kültürel ve ekonomik durumu asıl ortaya koyanlar da bu tür oyun araç gereçleridir.

aa. Ev ve günlük hayatla ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri

çakgı: Yüzü açılmış, parlak, küçük cep bıçağı (Keçe keçe ~ Yüzük ~ Çeke çeke). Sözcük çak- 'yapmak, parçalamak, kesmek, çakmak' (EUTS,58) kökünden geldiğini göstermekte, Moğ.'da 'çaku' şeklini de vermektedir (Gülensoy 2007).

çanak (ça:nak)[7]: Kap kacak (Yaglıga towusmak). Kelime 'O.T.'de çanak (DLT) <*çānaḳ şeklinde verilmekte, kökeni de [<çān 'çukur, oyuk, bardak' (Alt. Gr. 307; EUTS 59+(a)k 'küçültme eki'] şeklinde gösterilmektedir (Gülensoy 2007).

çemçe: Kepçe, kaşık (Kaşık çemçe tansı). Gülensoy sözcüğün kökenini ses değişikliklerine de değinerek Türkçe olarak gösterir ve O.T.'de çömçe (DLT) <*çöm-'dalmak, çimmek'+-(ü) ç+e ya da <*çom 'ağaç gövdesindeki yumru +ça. Ç(>ş,s) Ö(>Ü) M+Ü (>İ)Ç(>ş,s) şeklinde verir (2007).

durlık: Kara evin dışını/derisini (Şaŋırak) saran, dışına sarılan keçe örtü (Yaglıga towusmak).

kap (ga:p): Çanak (Yaglıga towusmak). Kelimenin ilk geçtiği yer O.T.'de ḳa ~ ḳap 'kap, tulum, çuval, dağarcık' (DLT) <*ḳā(p) olarak verilmektedir (Gülensoy 2007).

keçe: Keçe (Keçe keçe ~ Yüzük ~ Çeke çeke, küşt, deŋŋene). Kelime Gülensoy'da şu şekilde verilmektedir: "O.T. keçe 'Karpuz veya hıyara benzer şeylerin taşıdığı sele sepet (DLT) < keçe (=küvüz, kidiz, kiwiz 'yaygı ve yünden yapılmış / dokunmuş döşek (DLT)] (2007).

kiriş: Tel. Yayın kirişi (Ok yay oyunları, Altın gabak). Gülensoy kelimeyi ET. kiriş 'okkirişi' (EUTS,110) OT Kiriş (DLT) < ET. Ker- 'germek'+ -(i) [> kir- (i)ş] açıklamalarıyla ker- fiilinden getirir (2007).

üzük: Türkmen kara evlerinde (çadır) uvık (ug/ok)'ın üstüne örtülen keçe (Yaglıga towusmak). Kelimenin kökenini üz-ük olarak açıklamak mümkün. Gülensoy'un 'üzüklük' için verdiği 'kopukluk, yırtıklık' (2007) anlamına bakılarak buradaki anlamın da 'büyük keçeden kesilmiş küçük keçe parçası' olarak değerlendirilmesi mümkündür.

*yorgan***:** Yatarken üste örtülen pamuk, yün, vs. konularak dikilmiş örtü (Geyim basardı, Çülsüz dük dük, Don tutdı). Gülensoy kelimeyi 'E.T. ve O.T.'de yoġurḳan (EUTS, 301, DLT) <*yap- 'kapa-, ört- <+-(u)r-gan [<yap-urgan>* yop-urgan> *yor-gan>*yourgan> yor-gan]' açıklamalarıyla vererek ses değişmelerini de (Y (>c, ç, s) O (>u, ū, u, o)RG(/K)AN) gösterir (2007).

yüp: İp, tanap, urgan. Yün, keçi kılı, vs.den yapılan yük, hayvan bağlamak için kullanılan bağ, tanap (Altın gabak, Güyç sınanışmak). Kelimenin kökeni 'E.T. (Uyg)'de yıp (yip?) (İKPÖ, EUTS 297)' şeklinde ~ O.T.'de 'yıp (DLT) [<* d'ip] OT. (DLT): YIP+LA- KB yip < yıp' olarak T.T.'de de 'ip' şeklinde verilmektedir (2007).

[7] Parantez içinde bugünkü Türkmen Türkçesi sözlüklerinden bakılarak ses uzunlukları da gösterilmiştir.

yüpek: İpek. (Göreş, Yaglıga tovusmak). Gülensoy kelimeyi <?yıp [<* ď'ip] +{+Ak} 'ince ip' kökeninden getirmekte, kelimenin DLT'de 'yıpek, ipek' biçimlerinin olmadığını belirttikten sonra y'li ve y'siz şekillerini de listelemektedir (2007).

ab. *Giyimle ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri*

çäkmen: Deve yününden dokunup dikilen, astarı (içliği) olmayan dış giyim (Göreş). Kökeni 'çek-men' şeklinde verilmiştir (Gülensoy 2007).

don (do:n): Giyim, çekmen. Türkmenlerin uzun ve geniş dışarı kıyafeti. Milli giyim (Gizlenpeçek, Görüp gaçdı/Gördü gaçdı, Guyruk dutdı ~ Gurt değdi, Göreş, Geyim basırdı ~ Çülsüz dük dük, Ak uzın, Don tutdı). Sözcük < E.T.'de ton şeklinde 'giysi, elbise, kürk' anlamında gösterilirken Uyg.T.'de tōn < tōn olarak uzun ünlülü şekilde verilmiştir. T(>d) ō (> o, u) N(>m). (Gülensoy 2007).

guşak: Kayış, ip veya dokunmuş kumaştan bele bağlamak için yapılan bağ, kemer, kuşak. (Guşak goydı ~ Telpek goydı, Guşak gapdı, Göreş). Kelime Gülensoy'da E.T. ve O.T.'de ḳurşaġ 'yünden bel kuşağına benzer bir nesne olup çadıra sarılır' (DLT) anlamında verilmekte; '<ḳur 'kuşak' +şa- 'kuşanmak' +-ḳ' açıklamasıyla gösterilmektedir (2007).

telpek: Kuzu derisinden dikilip başa giyilen giyim takke (Moncugatdı).

yağlık (ya:glık): Genellikle başa bağlamak veya başa öylesine atmak için kullanılan kare kumaş. Türkmen oyunlarında yün ve ipek yağlıktan bahsedilmektedir (Altın gabak, Göreş, Yaglıga towusmak). Gülensoy kelimenin kökenini Türkçe olarak gösterip kelimeyi 'yağlık (hlk) Büyük Mendil , çevre <yağ+lık; yağlık (Çağ. ŞŞ. 295)' şeklinde açıklar (2007).

ac. *Süs unsurlarıyla ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri*

moncuk (mo:njuk): Kıymetli taşlardan, çiçeklerden, camdan, vs. yapılan, ipe dizilen boyuna ve saça takılan süs (Moncugatdı). Türkçenin Etimolojik Sözlüğü'nde 'E.T.'de monçuk – munçuk-munçug (EUTS, 131-312) monçuk, munçuk, (DLT) < monçuk (T.Tekin) Rasanen (V): < boyun-cuk' şeklinde açıklanmaktadır. Mo (<ı,i,u) NÇ(>ş,c) U(>a,ı,i,o) K(>g). (Gülensoy 2007).

yüzük: Yüzük[8] (Keçe keçe ~ Yüzük ~ Çeke çeke, Ortaklaşma). Gülensoy, "yüzük oyunu" anlamını verdikten sonra kelimeyi O.T.'deki 'yüzük : parmağa takılan yüzük (DLT), ESK. Kıpç.'ta yüzük (terzi yüksüğü) < <yüz 'uzuv'+(ük)' açıklamalarıyla verir. Seslik değişmeleri de 'Y(>c, ç, d, j, s, ś) ü (>ö, ɵ) [K]zük' olarak gösterir (2007).

ac. *Bitkilerle ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri*

çıbık (çı:bık): Ağacın ince, uzun dalları. Sopa, çubuk. Ok yay ile oynanan çocuk oyunlarında geçer. (Ok yay oyunları, At oynı). Türkçe kökenlidir: 'çubuk' <çīp 'ince yumuşak dal' +(I) k (DLT); EUT çubik, çubuk, (EUTS, 88) <*çīp+(u)k. Ç(Ç>ş, s) I (>i,u) B+I(>i,u) K(>g). (Gülensoy 2007).

çilik: 2. İki ucu şiş küçük dayak veya o yoksa bir küçük tahta parçası; (Çilik, Hekgal oyunu). Gülensoy kelimeyi "çelik" olarak verirken kökenini <çal-ı+k 'küçültme eki' olarak gösterir (2007).

höltek < keltek: Dayak. Çilik oyunundaki dayağın adı. 'çilik' adı da bunun için kullanılır. bk. çilik (Çilik ~ Hekgal).

pürs: Kesilmiş, uzun, kalın ağaç; düz ağaç (Altın gabak).

söwüt: İnce, uzun yapraklı, yumuşak dal, ağaç dalı, dal (Çilik ~ Hekgal, Ok-yaylı oyunlar, Küşt oynı). Kelime, 'E.T. ve O.T.'de söğüt (EUTS, 209,DLT) -söküt (DLT) <sök-(krş. süksük dağdağan) +- üt; (Çağ) söğüt, söget; MA.sögüt 'ağaç'; TT. söğüt' açıklamalarıyla verilerek ses değişmeleri de 'Sü (<ö)Y[<g/ü=Ø]ÖT' şeklinde gösterilmiştir (2007).

tal: bk. söwüt (Çilik ~ Hekgal). Gülensoy, kelimeyi 'söğüt, ardıç' anlamıyla vererek E.T. ve O.T.'de 'tal, dal, yaş dal (DLT) > tāl' şekillerinde kullanıldığını belirtir (2007).

tayak: Dayak, değnek, sopa (Yedi gacar oynı, Topar gaçdı). E.T. ve O.T.'de tayak (EUTS, 229) (DLT) < tay+a-k DLT tayaklan-, taya-, tayan-. (Gülensoy 2007).

[8] "Yüzük ~ yüksük"ün farklı türleri vardır. Sadece süs unsuru olarak değil terzilik işlerinde bir iş aracı olarak da

kullanıldığı bilinmektedir.

toynuk: Alt tarafından tutacak şekilde kesilen, toynağa benzer şekildeki dal. Haç şeklindeki dal (Ok yay oyunları). Kelimenin 'toynak: At, eşek gibi tek tırnaklı hayvanların tırnağı, duynak' kelimesi ile benzerlik ilgisi kurularak kullanıldığı düşünülmektedir. Bu kelime de '*tung 'bedendeki sertlik'
+(a)k' yapısından getirilmiştir (Gülensoy 2007).
aç. *Hayvanlarla ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri*

alçı: Aşığın ata binmiş gibi olan tarafı, aşığın dört tarafındaki dikey yüzlerinden biri (Ortada durmak, Aşık oyunlarında).

aşık: Büyükbaş ya da küçükbaş hayvanların aşık kemiğinden nakışlı veya nakışsız olarak yapılan oyuncak. Hayvanların arka ayak incik kemiği ile but kemiğini birleştiren, çocukların oyunda kullandıkları kemiği ve oyuncağın adı (Aşık oyunu). Eren'de gösterilmeyen kelime için Gülensoy, 'aşık' ve 'alçı' kelimelerinin kökeninin aynı olduğunu yazar: "alçı" kelimesinin kökünün Moğolca "alçu"'dan geldiğini belirtir. O.T.'de aşuk (DLT) ~ Kpç.T.'de aşık <* aşu+k (T.Tekin) <*alçuk <*alçu-k "küçültme eki". Çağ.T.'de aşuķ <*alşuķ şeklinde gösterilir. Türk lehçelerindeki kullanımları tabloda görülmektedir (2007).

alı: bk. eşegalı maddesi (Eşegalı, Eşek sürdi).

at: bk. alçı (Aşık oyunu).

çikge/jikge: Aşığın dört tarafının adlarından biri. Aşığın çukur yüzü, 'tükge'nin tersi (Aşık oyunu).

çilik: 1. Küçük baş hayvan kemiği (Çilik, Hekgal oyunu).

çör (çö:r): Keçi ve koyun gibi hayvanların tezeği (Ok yay oyunları, İçyan ağzı, Üç böküm, Takgılatdı).

eşek: 2. Kemiğin/aşığın dört tarafını adları – çikge (4) [9]– tükge (5)[10] – eşek – at (alçı)dır (Aşık oyunu, Tänderdi, Patışa menen wezir, Molla-sopı, At çapışıgı ~ Payga, Göreş). Buradaki anlamıyla olmasa da E.T. ve O.T.'de kelimenin kökeninin 'eşgek –eşyek-eşek (DLT) <eş+(g)ek' şeklinde gösterildiğini belirtelim. Kelimedeki ses değişiklikleri 'E>(a, i, ä)Ş(>s) [Ş>t, d] [G]E(>a, ä)K(>g)' şeklinde gösterilmektedir (Gülensoy 2007).

gumalak: Deve, koyun, vs. tezeği (Dokuz gumalak) (Üç böküm, Taklatgı, Ok yay oyunları).

içege: İnsan ve hayvanların sindirim organlarındaki yumuşak bir tüp (Geşdek).

kenek: Nakışlı bir aşıktan içine kurşun doldurularak yapılan aşık. Aşık oyununda atılarak oynanan sığır veya deve aşığı (Aşık oyunu).

süŋk ~ süŋük: Kemik (Çilik ~ Hekgal, Ak süŋk, Enteri menteri). Kelime, Gülensoy'da 'sümük' başlığı altında verilmiş, 'E.T. ve O.T.'de süngük(g) (DLT) < süng-ük; Çağ süyek' olarak gösterilmiştir. Kelimedeki seslik değişiklikler de 'S(>ş) Ü(>ı, ö,u) M (NY, W,W) [<ñ]' gösterilmiştir (Gülensoy 2007).

topaz: Büyükbaş hayvan aşığından düzeltilerek yapılan aşık (Aşık oyunu). Kelimenin kökeninin 'top'tan geldiği açıktır. Kelime 'to-p+(a)r'dan getirilip r>z değişmesi olduğu düşünülebilir. Topar kelimesinin anlamı Gülensoy'da 'tepe, tümsek' şeklinde verilmektedir (2007).

tükge: Aşığın dört yönünden dik, çıkıntılı, şişkin olan –'cikge'nin ters tarafındaki- kısmı (Aşık oyunu).

yılanbaşı: Çölde, kumluk yerlerde bulunur. Gerçek yılan başıdır (Peçiz).
ad. Diğer tabiat unsurlarıyla ilgili nesnelerden oluşan oyun araç ve gereçleri

daş (da:ş): Taş. Kaya parçası (Aşık, Beşdaş). Kelime E.T. ve O.T.'de 'taş' (EUT S. 227; DLT) şeklindedir. T(>d)A(>å) [<]ş. (Gülensoy 2007).

demir: Demir (Altın gabak, Ok yay oyunları, Yaranım). Gülensoy'da E.T. ve O.T.'de temür (DLT) [~ Süm. Tibira (Tuna 74] <te'mür şeklinde gösterilmekte; farklı dillerdeki ~ Moğ. temir (MBT, AT, Lessing, MTS), Redhouse'a göre Ar. temir (s. 1137) köklerine işaret edilmektedir (2007).

gavun (ga:wun): Oyunda sokak ortasına topak topak yığılan kum. (Şagal geldi).

göcek ~ göjek ~ güceŋ: Yaya konularak atılmak için balçıktan yapılan ve kurutulan yuvarlak, küçük kesekler/parçalar (Guk mı paŋk?, Ok yay oyunları).

palçık: Balçık (Ok yay oyunları). Gülensoy kelimeyi 'cıvık çamur' anlamında vererek 'O.T. balçıķ (DLT) ~ Kpç. balşık (Ettuhfe 147 b) <*bal(ı)k+(a)ç [>*balçak] =EAT. balçıķ (DDK II, 34); T.T.'de BALÇIK' şeklinde açıklamaktadır (2007).

---

[9] Aşığın adları.

[10] Aşığın üstü.

sürpek: Dikey aşıkları belirlenmiş uzak bir mesafeden vurmak için kullanılan yuvarlak kurşun veya taş (Aşık oyunu).

toyun: Parçalanmamış, kumsuz toprak (Guk mı paŋk?).

ae. Müzik aletinden oluşan oyun araç ve gereçleri

dayra: Üzerinde ham deri bulunan dairesel bir ağacın yüzeyinde çalınan enstrümantal bir çalgı. Bu kelime yerine Türkçe kökenli olmayan deprek, dep < def kelimesi de geçer (Kaşık çemçe tansı).

Türkmen Çocuk Oyunlarında Kullanılan Oyuncaklar ve Araç Gereçler Üzerine

Tarihi Türk Lehçeleri

TÜRKMEN TÜRKÇESİ GÜNÜMÜZ	ENEDİLİM. COM	GADIMI TÜRKMEN	ESKİ UYGUR	CLAUSON	DLT	KARAHANLI	HAREZM-ALTIN ORDU	ÇAĞATAY	EAT	EREN	GÜLENSOY
alçı ~ at	alçy	alçı						ālçı	alçı		alçı
alı, eşegalı, pökgi											
arkan	urgan	urgan			urk/ uruk/ip/ urgan krş. örgen	urgan	urgan < ur yapmak			urgan <urk+ (a)n	urgan
aşık	aşık	aşık	aşuk	aşuk	aşuk	aşuk	aşık	aşuk<alşuk			aşık/ aşuk/ < alçu+k
at ~ alçı											
cikge	çikge										
çakgı, çakı	çakgy		çakı								çakı
çäkmen	çäkmen							çekmen			çekmen ~ cepken
çemçe / kaşık-çemçe		çömçi / çömçe		çömçe	çömçe	çömçe, çöŋek		çemçe, çömçe	çemçe, çömçe,	çemçe/ çömçe; kaşık	çömçe
çıbık	çybyk	çıbık	çubık	çıbık	çıbık	çıbık		çıbık	çubuk		Ç(ç>ş, s)I(>i U)B+I(>i,u) K(>g)
çilik ~ hekgal		çilik						çilik			çelik
çör	çör										
dal	tāl, dal	dal, tāl	tal	tal	tāl	tal	tal	tal; sögüd	tal		tal
daş – ovunçak daşlar	daş	daş	taş	taş/daş	taş	taş	taş krş. daş		taş	taş	daş/taş
demir	demir	demir, temir	tämir	temir	temür	te/ämür	temir krş. temür, timür	temür, timür, dimür	demür, demir		demi:r

dōn	don	ton	tōn	to:n	ton / tōn	ton		ton	don	don/ton	don <*tōn
dayra(lı dep)	dayra										
durlık < (tugırlık)	durluk							turlıg			
dürre, dürrä											
eşek, eşegalı	eşek		eşgek ~ eşyek ~ eşek	eşek	eşek, eşgek, eşyek	e/äşge/ äk, eşgek	eşgek/işgek	eşek, işek	eşek	eşek	eşek
gavun											
guma-lak	guma-lak							kuma-lak			
guşak		guşah	ķurşaġ		kurşag	kurşag	kuşak	kurşak - bilbag	guşak		kuşak
içege	içege	içegü	içgärü		içegü	içegü	içegü	içek	içge, içegü		
kap-çānak			kap		ķa ~ ķap çānak						kap <*kā(p) çanak
keçe	keçe	keçe			keçe ~ küvüz ~ kidiz~ kiwiz	keçe	kiyiz	keçe/kiyiz	keçe, keçe küçe	keçe	keçe/ kiyiz
kenek											
kiriş	kiriş	kiriş	kiriş		kiriş	kiriş	kiriş	kiriş	kiriş		kiriş
mon-cuk	mon-cuq, mo:n-juk	monjuk, monjak, monşuk	mon-çuk		mon-çuk	mon-çuk	mon-cuk, mon-çuk, mun-çukçu	boncuk, mon-cuk, mıncak, minçak	mon-cuk, boncak, boncug, boncuk		bıncuk Mo(<ı,i,u)NÇ(>ş,c)U(>a,ı,i,ö)K(>g)
ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok	ok		ok
palçık / palçık-tan oyun-çaklar					balçık					balçık	balçık
pökgi	pökgi	pökki			bök-, büg-, bük-, buk-	bök-					bük-
pürs	pürs										
söwüt	söğüt	sögüt	sögüt		söğüt, söküt	sögüt	sögüt	sögüd	sögüt, söget	sövüt	söğüt
süŋk	süŋk	sünük	süngük		süŋük	süŋük	süŋük	süŋek/ süyek	süŋk, süŋük	(incik) süngi	sümük
sürpek											
tayak ~ höltek			tayak	taya:k	tayak	tayak	tayak, tayag	tayak	tayak		dayak/tayak
telpek	telpek							telpek			
top	top		top	top	top	top		top		top	To(>u)P(>F,B)
topaz		topaz									
toynuk	toynuk	toynak	tuŋak		tuyak			tuynak	tuvag	duynak	<*tung+(a)k

toyun	toyun										
tükge	tükge										
üzük	üzük (keçe)										üzük²
yaglık	yaglyk	yaglık					yaaglık	yaglık	yaglık		yaglık
yay	yay	yay	yā	yā	yā	ya	ya, yā	yay, ya	ya, yay	yay	yay
yılanbaşı	yylanbaşy										yılan + başı
yorgan	yorgan	yorgan	yoğur-ķan		yoğur-ķan	yoğur-ķan	yorgan	yavur-kan	yorgan	yorgan	yorgan
yüŋ			yüng		yüng	yüng				yün	yün
yüp	yüp	yip	yip, ip			yip,yıp	yip krş. yif	ip, yib	yüp	ip,	
yüpek					ipäk, yıpek	ipäk, yıpek					ipek
yüzük	yüzük	üzük, yüzük			yüzük	yüzük	yüzük	üzük, yüzük	yüzük	üzük/ yüzük	yüzük

Günümüz Türk Lehçeleri

GÜNEY-BATI TÜRK LEHÇELERİ				**GÜNEY-DOĞU TÜRK LEHÇELERİ**		**KUZEY-BATI TÜRK LEHÇELERİ**				**KUZEY-DOĞU TÜRK LEHÇELERİ**			**ÇUVAŞ TÜRK ÇESİ**
TRK M.T.	**T.T.**	**AZ. T**	**GAG .T.**	**ÖZB. T.**	**UYG .T.**	**KZ.T .**	**KIR G.T.**	**TAT.T .**	**BŞK. T.**	**TU. T.**	**ALT. T.**	**HAK .T.**	
alçı		alçı		olçi	alçi	alşı	alçı					alçı	
alı, eşegalı, pökgi													
arkan	urgan		arkan	arqon	arkan	arkan	arkan	arkan	arkan		arkan		arka-*
aşık	aşık	aşıg, aşıh		oshiq	aşik, oşuk	asık	aşık	aşık/ çämäy (söyägi)	sämäy höyägi		aşuk	hazıh / (ayra, babka, çeçük)	aşăk (aşĭk)
at													
cikge													
çakgı, çakı	çakı	çaggı	çakı	chaqir	çakı								
çäkmen				chak-mon	çek-men	şek-pen	çep-ken ~ çekpen				çek-pen ~ çepken		
çemçe / kaşık-çemçe	-kaşık	çöm-çägaşık	… kaşık	cho'm-chi /cho'mich	çömüç	şömiş	çö-müç, kaşık	çömçe/ çümēç / çümiç	sümis		momojok	ha-mıs/ (hıyğıs) ~hazıh	çăpala (şwpala)
çıbık	çu-buk	çu-bug	çıbık/ çu-buk		çivik	şıbık	çıbık	çıbık	sıbık		çıbık	sımıh	xulă (hulw), çăpăk (çwpwk)
çilik ~ hekgal		çilik				şilik							
çör													

dal	dal	dal²	dal	tol ‘söğüt	tal	tal	tal	tal /tal öyäŋki	tal öyäŋ ki	tal	tal	tal	xulă (hulw), yupă (yupw) / yüpë (yüpé)
daş – ovun-çak daşlar	taş	daş	taş	tosh	taş	tas	taş	taş		taş		tas	çul
dayra+ (lı dep)						doyra	doyra						
demir	dem ir	demi r	demir	temir	tömü r	temir	temir	timēr / timir	timir	demi r		timir	timër (timér)
don	don	don	don			ton	ton	tuni, tun		don	ton	ton	tum, tom
durlık < (tugır-lık)						tuvır-lık	tuur-duk						
eşek, eşegalı	eşek	eşşek		eshaq, eşäk	eşäk	esek	eşek	işäk	işäk		eştek		Aşak
gavun							koon üzmö y						
gumal ak						kuma -lak	kuma-lak						
guşak	kuşa k	gur-şag, gu-şag	kuşak					kuşak	ku-şak			xurça -	pişşi, pişikki, pişiki
içege				içak	içek	işek	içegi				içege	içege	ăş (wş)
kap-çanak	kap ça-nak	kab ça-nag	kap			kap şanak	çöy-çök ~ çanaç					… pay-san	
keçe	keçe	keçä	keca	kigiz	kigiz	kiyiz/ kiy-giz	kiyiz	kiyiz	kē-yēz			küs	këśśe (kéşşe)
kenek		kene k*											
kiriş		kiriş	kiriş			kiris	kiriş	kērēş	kērēş	kiriş	kiriş	kiriş	xirlü
moncu k	bon-cuk	mun-çug	bon-cuk	mun-choq	mon-çak	mon-şak	mon-çak	muyın-ça	muyı nsa	mon-çuk		mon-cıh	
ok	ok	oh	ok	o'q	ok	ok	ok	uk	uk	ok	ok	uh	
palçık / palçık-tan oyunça klar	bal-çık	pal-çıg		bal-chik		balşık	balçık	palçık	bål-sık	mal-gaş	palgaş	pal-çah / padığ	pilçək , pulçăk
pökgi	bük-	bük-		bük-	pük-	büg-	büg-						
pürs													
söwüt	sö-güt	sö-yüd	süüt	sövüt	söğüt / sögät	sögüt, süyt	sögöt, tal, butak, şak	söwüt		söök	sögät	sööt	çërë xulă (xulw)
süŋk		sü-mük		su-yak	sü-ŋek	süyek	söök	söyek	hö-yäk		söök	söök	
sürpek													

tayak ~ höltek	da-yak	da-yag	da-yak	tayåķ	tayak	tayav	tayak	tayak	tayak	da-yak		tayah	
telpek		tel-peh		tel-pak	tel-pek	tel-pek	telpek						
top	top	top[1]	top	top	top	dop	top	tup	tup			top	tupă (tupw)
topaz													
toynuk					tu-wak	tuyak			tuyak		tuy-gak	tuy-gah	
toyun							toyun *		tuyın				Tuya
tükge						tükke *	tükkö						
üzük						üzik	üzük						
yaglık	yağ-lık		yaa-lık		yag-lik	jaw-lık	coo-luk	yawlık	yav-lık				çulăk (şulwk)
yāy	yay	yay[2]	yay	yåy		jay	caa	cäyä	cāyā	yāyā	caa	çaa, çaaca h, aya	uxă (uhw)
yılan-başı	yı-lan + başı	ilan + başı		ilån + båşi	jilan +bäşi	jılan + bası*	cılan + başı*	yılan + başı	yılan + başı				çĕlen (şélen) vaş
yorgan	yorg an	yorğ an	yorga n			juvır-kan, jūrka n	cuur-kan	yurġan, curgan	yur-ġan	coor-gan	cuur-kan		
yüŋ	yün	yun	üün	yüng, cün	juŋ	jün	cün	cön	yön	cüg		cüg	Śĭm
yüp	ip	ip	ip	ip	jip/yi p	jip	cip	cēp			cip	çip	çip (çwp), şip
yüpek	ipek	ipe/ä k	ipek	ipe/äk	ipäk	jibek	cibek	cifäk	yibe/ äk			çibek	purçăn
yüzük,	yüzü k, yü-zik	üzük , üs-kük	üzük	üzük/ uzuk	üzük	jüzik, dü-zük	cüzük , cüz-dük	yözik, yözek, cözök	yö-zök	çüs-kük, yü-sük		çüs-tük	çĕpĕ (śĕrĕ)

3. Sonuç

Türkmen Türklerinin çocuk oyunlarında kullanılan araç gereç adlarının tespiti ile tarihi ve günümüz Türk lehçelerindeki söz varlığının karşılaştırılması sonucunda yüksek oranda benzerlikler olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanında belli bölgelerde bazı oyun araç gereçlerinin tarihten bugüne kullanılmasının devam ettiği ancak bazılarında bu adlandırmaların bulunmadığı da görülmektedir. Bunu birkaç sebebe bağlayabiliriz. Birincisi bu adlandırmaların o oyunların unutulması sebebiyle kaybolduğu olarak düşünülebilir. İkincisi oyunun oynanmaya devam ettiği ancak oyun araç gereçlerinin adlarında bölgedeki diğer kültürler ve toplumlarla etkileşim sebebiyle değişiklikler olduğu şeklinde yorumlanabilir. Üçüncüsü ise bu alandaki söz varlığının bütün sözlüklerde yer almaması olarak değerlendirilebilir. Türk çocuk oyunlarının tespiti kadar oyun araç gereçlerinin de tespit edilmesi yönündeki çalışmaların artması

sonucunda bu tür karşılaştırmalı çalışmaların yapılması sonucunda daha kesin sonuçlara ulaşmak mümkün olacaktır.

Elimizdeki malzemeden hareketle şu değerlendirmeleri yapabilir ve bazı önerilerde bulunabiliriz:

1. Söz varlığının değerlendirilmesi:

Bazı oyun araç gereçlerinin adları sadece Türkmen Türkçesinde karşımıza çıkmaktadır: alı, eşegalı, at, cikge, çör, gavun, kenek, pürs, sürpek, toyun, üzük, yılanbaşı.

Asıl oyun araç gereçlerinden olan 'ok, top ve yay' kelimeleri tarihi ve günümüz Türk lehçelerinin hemen hepsinde kullanılmaktadır. Bu nesnelerin tabii olarak da kullanılıyor olması kelimelerin her iki kullanılış şekliyle de günümüze kadar kesintisiz gelmesini sağlamıştır. 'pökgi' kelimesinin kökeni 'bük-'ten gelmektedir. 'pökgi' şekli tarihi ve günümüz Türk lehçelerinde top anlamıyla çok kullanılmasa da 'bük-' fiil kökü hala varlığını sürdürmektedir. Burada kelimenin değişmesini kumaşların bükülerek yuvarlanmasıyla elde edilen top'un artık teknolojinin de yardımıyla üretilmesi sebebiyle kaybolduğu düşünülebilir. Bu gruptaki 'cilik' kelimesinin top anlamını verdiği şekli kullanımdan düşmüş görünmektedir.

Diğer oyun araç ve gereçlerine baktığımızda günlük hayatta çok kullanılan kelimelerin tarihi dönemlerden bugüne kadar bazı ses değişikliklerine uğrasa da değişmeden bütün Türk lehçelerinde kullanıldığını görmekteyiz: cepken ya da çemçe/çömçe, kap çanak, kiriş, yorgan, yüp, yüpek. Bunlardan yorgan yerine bazı lehçelerde 'körpe' kelimesinin kullanıldığı, bu kelimenin lehçelerin sınıflandırılmasında kullanılacak özellikler taşıdığı da görülmektedir.

Keçe, üzük ve durlık kelimeleri keçe mekanlarda yaşamını sürdüren lehçelerin söz varlığında varlığını devam ettirmektedir. Ancak diğerlerinde unutulmaya yüz tutmuştur.

Giyimle ilgili kelimelere baktığımızda 'don, kuşak ve yağlık' kelimelerinin de tarihi süreçten bugüne kadar varlığını sürdürdüğü ve küçük ses değişiklikleriyle kullanılmaya devam edildiği görülmektedir. 'Çekmen, cepken' kelimesi ise yine farklı lehçe gruplarında iki farklı şekliyle kısmen de olsa kullanılmaktadır.

Süs unsurlarından kabul edilen 'boncuk' ve 'yüzük' kelimeleri de kullanılmaya devam eden kelimelerdendir. Anlamında fazla değişiklik de olmayan iki kelimede karşılaştığımız farklılıklar daha çok ses değişiklikleri ile ilgilidir.

Bitki adlarından oluşan oyun araç gereçlerinden çubuk, söğüt, dal, dayak kelimeleri yaygın kullanımını devam ettirmektedir. Bu grupta benzerlik yoluyla oyun araç gereci adı olarak da kullanılan toynuk kelimesi oyun alanındaki anlamını kaybetmiştir.

‘Çilik ve höltek’ kelimelerinden çilik, Türkiye’de çelik çomak oyununda çelik adıyla yaşamaktadır. Höltek kullanımdan düşmüş bir kelimedir.

Oyun araç gereçlerinde en çok kullanılan söz varlığı hayvanlarla ilgili adlardan oluşanlardır. Bu gruptaki kelimelerin çoğu kullanılmaktadır: alçı, aşık gibi. Farklı lehçelerde kullanılan kelimelerden gumalak sınırlı bir kullanıma sahiptir. Sünk, içege, topaz gibi kelimeler de belli alanlarda hala kullanılmaktadır. Yılanbaşı kelime olarak hala kullanılan bir kelime olsa da oyun araç gereci olarak kullanılmamaktadır.

Tabiat unsurlarıyla ilgili olan taş, demir, dal, balçık kelimeleri de hala en yaygın kullandığımız kelimeler arasındadır.

Bu benzerlik oranlarına bakıldığında söz varlığının hala bütün Türk dünyasında yukarıda da belirttiğimiz alanlarda geniş ölçüde kullanıldığı görülmektedir.

2. Çocuk oyunları çocuk eğitimi, gelişimi, fiziki yapıları açısından önemli olduğu kadar tarihi, sosyo-kültürel ve ekonomik anlamda da önem taşımaktadır. Bu açıdan oyunların da oyun araç gereçlerinin de incelemeleri yapılırken bu konuların göz önünde bulundurulması karşılaştırmalı çalışmaları daha sonuca ulaştırıcı hale getirecektir.

3. Çocuklar tarihi dönemlerden bugüne gelinen süreçte çoğunlukla benzer oynama biçimlerinde oyunlar oynamaktadırlar. Ancak zaman, mekan ve farklı kültürlerden etkileşimler bu yapıda kültürel değişiklikler ortaya çıkarabilmektedir. Bu değişimler ve sebepleri çocuğun kültürel yapısını ve dolayısıyla geleceğin büyüklerini oluşturacakları için toplumun kültürel yapısını etkileyen bir unsurdur. Oyunların sosyal ve kültürel, tarihi ve fiziki ortamlarda şekillendiği göz önünde bulundurularak bugüne kadar süregelen oyunlarda oyunların içerisinde geleneksel olan ögelerin yer alıp almadığı ve bu ögelerin tespiti konusu önem taşımaktadır. Burada adlarını tespit etiğimiz oyunlara baktığımızda oyunlar diğer Türk boylarındakilerle farklılaşsalar ve değişime uğrasalar bile içlerinde geleneksel ögelerin yine de yer aldığı görülmektedir. Bu durum bizler için oyunların bugüne taşınmasında yapabileceğimiz bazı çalışmalarda yön gösterici olabilir.

a. Tarihten bugüne kadar devam eden Türk çocuk oyunlarının, oyunlardaki araç ve gereçlerin tespiti hızla yapılmalı ve bu oyunların bugüne uyum sağlaması ve çocuklarımıza öğretilmesi sağlanmalıdır. Bunun için de;

aa. Ailelerin çocuklarına bu oyunları öğretebilmeleri için unuttukları oyunları tekrar öğrenebilecekleri internet siteleri kurularak eğitimler verilebilir.

ab. Kreş ve anaokullarında çocukların fiziki olduğu kadar bilişsel faaliyetleri içinde yer alan oyun saatlerinde Türk dünyasına ait çocuk oyunları ortak oyun araç gereçleri de kullanılarak öğretilebilir.

ac. Belediyelerin tek hizmeti yol, su, elektrik değildir. Belediyeler oyunların ve ortak oyun araç gereçlerinin kültürel sürekliliği sağlayacağı gerçeğinden hareketle en azından her semte bir çocuk oyun parkı kurarak belli eğitmenler eşliğinde çocuklara oyunları öğretebilir. Eğlenirken öğrenme yöntemleri ile çocukların topluma uyumlu, paylaşmayı bilen ve kültürel değerlerine sahip birer birey olarak yetişmeleri ve milli kimliklerine sahip çıkmaları sağlanabilir.

ad. Aynı sosyo-kültürel yapıyı oyunlarla edinecek olan çocukların Türk dünyasıyla kültür birliğini fark etmesi ve bunun şuurunda olması hayal edilen "Türk dünyasında birlik" fikrini belli alanlarda kendiliğinden gerçekleştirmeye vesile olacaktır. Türk insanının ortaklıklarından biri olan oyunlar ve bunların gerçekleşmesinde kullanılacak oyun araç gereçlerinin de katkısıyla yapılacak bu tür uygulamalarla çocukların sosyalleşmesi ve kültürlü birer birey olarak yetişmeleri de sağlanacaktır. Ayrıca oyun araç ve gereçleri ile ortak olan çocuk oyunlarının Türk dünyası arasında müsabakalarla yaygınlaştırılması sağlanabilir. Bu konuda kardeş okul projeleri, 23 Nisan Bayramı, vs. gibi uygulamalar uygun ortamı sağlayacaktır.

b. Gelişemeye ve yeniden yapılarak değişmeye açık bir yapısı olan çocuk oyunları içerisinde değişime en açık olanlar da şüphesiz oyun araç gereçleridir. Teknolojik imkanlarla geleneksel olarak elde yapılan oyun araç gereçlerini günümüz gelişmelerine uydurarak üretmek çok da zor olmayacaktır.

c. Oyunların ortak olanları seçilip oradaki geleneksel oyun araç ve gereçlerinin de kullanılması ile hazırlanacak "bilgisayar" (elektronik) oyunlarının hem çocuk oyunları vasıtasıyla bir birliğe doğru yol alacağı hem de ortak adlandırmalara sahip olan oyun araç gereçlerinin oyun içerisinde öğretilmesi yoluyla ortak Türkçeye doğru da hizmet edeceği unutulmamalıdır.

Asıl arzu edilen tabii ki Türk dünyası çocuk oyunlarının kataloğu ve indeksinin hazırlanması, oyun araç gereçlerinin de belirlenmesidir.

Bilginin sunulması her daim yapılsa da bu konularda harekete geçerek sunulanları hayata geçirecek bir uygulamanın da olmasını beklemek, çocuklarımızın ve büyük haritada Türk dünyasının ve bizlerin milli kültürü ve milli kimliği açısından önem taşımaktadır.

Kaynakça

Adak Özdemir A. & Ramazan O. (2012). "Oyuncağa Çocuk, Anne ve Öğretmen Bakış Açısı". *Eğitim Bilimleri Araştırma Dergisi*, 2(1), 2-16.

Akdoğan Yaşar (199). *Azerbaycan Türkçesinden Türkiye Türkçesine Büyük Sözlük 1-2*, Beşir Yayınevi, İstanbul.

Aksoy, H. (2014). "Çocuk Oyunlarının İşlevleri: Sarıkeçili Yörük Çocuk Oyunları", *Milli Folklor*, 13(101), 265-276.

Altaylı Seyfettin (2018). *Azerbaycan Türkçesi Sözlüğü I-III*, TDK Yay., Ankara.

And M. (2003). *Oyun ve Bügü: Türk Kültüründe Oyun Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

And Metin. (1979). "Çocuk Oyunlarımızın Kültürümüzdeki Yeri ve Önemi". *Ulusal Kültür Dergisi*, 4: 42-66.

Arıkoğlu Ekrem, Kuular Klara (2003). *Tuva Türkçesi Sözlüğü*, TDK Yay., Ankara.

Arıkoğlu Ekrem (2005). *Örnekli Hakasça Sözlük*, Akçağ Yay., Ankara.

Arıkoğlu Ekrem, Alimova Cıldız, Askarova Rahat, Selçuk Bilge Kağan (2018). *Kırgızca Türkçe Sözlük I-II*, Bengü Yay., Ankara.

Baskakov N. A. (1991). *Gagauz Türkçesinin Sözlüğü*, (Çev. İ. Kaynak, A.M. Doğru), Kültür Bak. Yay.Ankara.

Bayram Bülent (2019). *Çuvaş Türkçesi Sözlüğü*, TDK Yay., Ankara.

Begiç, H.N (2017). "Anadolu'da Yaşatılmaya Çalışılan Ahşap Oyuncak Üretimine Bir Örnek; Dedemin Oyuncakları Atölyesi". *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi,* 10(19): 15 – 26.

Blakemore J. E. O. & Centers R. E. (2005). *Characteristics of boys' and girls' toys. Sex Roles,* 53, 619-633.

Boratav, Pertev Naili (1984). *100 Soruda Türk Folkloru (İnanışlar, Töre ve Törenler, Oyunlar)*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Caferoğlu Ahmet (1968). *Eski Uygur Türkçesi Sözlüğü*, TDK Yay., Ankara.

Clauson Sir Gerard (1972). *An Etymological Dictionary of Pre-Thirteenth-Century Turkish*, Oxford University Press, London.

Ercilasun Ahmet, Akkoyunlu Ziyat (2014). *Kaşgarlı Mahmut, Divanü Lugati't-Türk (Giriş-Metin- Çeviri- Notlar -Dizin),* TDK Yay., Ankara.

Eren Hasan (1999). *Türk Dilinin Etimolojik Sözlüğü*, 2. Baskı, Bizim Büro Basımevi, Ankara.

Ergün M. (1980). "Oyun ve Oyuncak Üzerine-1". *Milli Eğitim Dergisi*, 1(1) Haziran: 102-119. Gülensoy Tuncer (2007). *Türkiye Türkçesindeki Türkçe Sözcüklerin Köken Bilgisi Sözlüğü,*
Akçağ Yay., Ankara.

Huizinga, J. (2006). "Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme", İstanbul: Ayrıntı. *Uygur Araştırmaları Dergisi*, 2019(13): 101-114.

İnan Kaya G. (2018). "Oyun, Gelişim ve Tarihsel Olarak Oyunun Eğitimdeki Yeri". *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi* (UEAD), 2 (1): 66-78.

Kanar Mehmet (2018). *Eski Anadolu Türkçesi Sözlüğü*, Say Yay., İstanbul.

Kasapoğlu Akyol, P. & Kutlu M. M. (2020). "Kör Keçi"den "Körebe"ye: Oyun İçinde Oyun.

Antropoloji, (39): 103-109 . DOI: 10.33613/*antropolojidergisi.675915.*

Kazakstan Respublikası Medeniyet Ministrligi Til Komiteti, KR Bilim Jene Ğılım Ministrligi Ğılım Komiteti, A. Baytursınulı Atındağı Til Bilimi İnstitutı (2011). *Kazak Edebi Tilinin Sözdigi 1-15*, Almatı.

Ehmetyanov Rifkat, Ganiev Fuat, Nurieva Fenüze, Möhemmetdinov Rafael (2014). *Türkçe-Tatarca Sözlük*, TDK Yay., Ankara.

Kolektif (2013). *Gadymy Türkmen Diliniŋ Sözlügi I-II*, Ylym, Aşgabat.

Koyuncu F., & Bulut G.G. (2022). "Geleneksel Çocuk Oyunlarının Kültürlerarası Etkileşimi". *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (12): 499-519.

Naskali Emine Gürsoy, Duranlı Muvaffak (1999). *Altayca-Türkçe Sözlük*, TDK Yay., Ankara.

Niemann Helmut. (1991). "Oyuncağın Gelişim Tarihi", (Çev. Bekir Onur). *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*. Ankara. 1(24): 55-61.

Özbekistan Respublikası Fenler Akademiyası Alişer Nevai Namidegi Til ve Edebiyat İnstitutı (2006). *Özbek Tilining İzohli Lugati*, Taşkent.

Özdemir, A. , Ramazan O. (2012). "Oyuncağa Çocuk, Anne ve Öğretmen Bakış Açısı". *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi – Journal of Educational Sciences Research*. E-Dergi. 2 (1) Haziran.

Özdemir Nebi (1997). *Türkiye'de Cumhuriyet Dönemi Çocuk Oyunlarının Halkbilimi Açısından İncelenmesi-I,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı (Türk Halk Bilimi) Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Özdemir Nebi (2006). *Türk Çocuk Oyunları Cilt-1*. 1.Baskı, Akçağ Yay., Ankara.

Özhan M. (2005). "Çocuk Folkloru". *Kebikeç Dergisi,* 19(1), 225-243.

Özşahin Murat (2017). *Başkurt Türkçesi Sözlüğü*, TDK Yayınları, Ankara.

Pehlivan H. (2005). *Oyun ve öğrenme*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Serbest Kamile (2019). "Divânü Lugâti't-Türk ve Uygur Türklerinde Çocuk Oyunları", *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, 13: 101-114.

Türkmenistanıŋ Ylymlar Akademiyasy Magtymguly Adyndaky Dil we Edebiyat İnstitutı (2016). *Türkmen Diliniŋ Düşündirişli Sözlügi I-II*, Ylym, Aşgabat.

Ünlü Suat (2012). *Harezm Altınordu Türkçesi Sözlüğü*, Eğitim Kitabevi Yay., Konya.

_____ (2012). *Karahanlı Türkçesi Sözlüğü*, Eğitim Kitabevi Yay., Konya.

_____ (2013). *Çağatay Türkçesi Sözlüğü*, Eğitim Kitabevi Yay., Konya.

Yazıcı Ersoy Habibe (2010). "Başkurt Çocuk Oyunları". *Millî Folklor*, 22(86): 75-86.

https://enedilim.com/ (e-erişim 12.06.2022)

https://sozluk.gov.tr/ (e-erişim 12.06.2022)

GELENEKSEL EL SANATLARI VE TURİZM KONULU ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Seher Arğun
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: ceylans@pau.edu.tr

Dr. Mehmet Tahir Dursun
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: mtdursun@pau.edu.tr

Fatoş Neslihan Arğun
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Teknik Bilimler MYO
E-mail: fargun@pau.edu.tr

Özet
Turizm alanında yapılan araştırmaları incelenmesi ve özetlenmesi yeni çalışmalara ışık tutmakta ve literatür boşluğunu ortaya çıkarmaktadır. Turizm çalışmaları, farklı alanlardan akademisyenlerin ortak çalışmalarıyla daha nitelikli disiplinler arası yayınlar oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, turizm ve geleneksel el sanatları konulu alan yazındaki akademik çalışmaların incelenmesidir. Buna göre, Dergipark'ta makale arama motoruna *"el sanatları"* ve *"turizm"* sözcükleri girilerek akademik çalışmalara ulaşılmıştır. Alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde, kırsal turizm, kültür turizmi ve sürdürülebilir turizm konularının ele alındığı görülmektedir. Ayrıca, çalışmaların çoğunluğu 2017-2021 yılları arasında ve yurtiçi çalışmaların yürütüldüğü sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *El sanatları, turizm, inceleme.*

REVIEW OF STUDIES ON TRADITIONAL HANDCRAFT AND TOURISM

Abstract
Examining and summarizing the research in the field of tourism sheds light on new studies and reveals the literature gap. Tourism studies create more qualified interdisciplinary publications with the collaboration of academics from different fields. In this direction, the aim of this study is to examine the academic studies in the literature on tourism and traditional handicrafts. Accordingly, academic studies were reached by entering the words *"handicrafts"* and *"tourism"* in the article search engine in Dergipark. When the studies in the literature are examined, it is seen that rural tourism, cultural tourism and sustainable tourism are discussed. In addition, it was concluded that the majority of the studies were conducted between 2017-2021 and domestic studies were conducted.

Keywords: *Handicrafts, tourism, review*.

Giriş

El sanatları insanlığın ilk zamanlarından beri günlük hayatın bir parçası olmuş, insanların ihtiyaçlarını karşılamış, var olduğu toplumun duygularını, yaşam biçimlerini, geleneklerini, ilgilerini ve kültürel özelliklerini yansıtmıştır. Özellikle yörelere ait giyim kuşamlar, ev ve mutfak araç gereçleri gibi her tür günlük kullanım unsurları hem yöre insanının ihtiyaçlarını karşılamış hem de o yörenin izlerini ortaya koyan birer figür olmuştur.

Turizm ise tanım itibarıyla, değişik amaçlarla seyahat eden turistler ile gittikleri yerlerdeki yöre insanları arasındaki kültür alışverişini sağlayan güçlü bir araçtır (Emekli, 2006). Bu kültür alışverişinin önemli bir unsuru da o yöreye ait el sanatlarıdır.

El sanatları sadece günlük yaşamın kolaylaştırıcı unsuru olmakla da kalmamış, günümüzde turizm açısından da üretildiği destinasyonları tanıtan, değerli ve ayrıcalıklı kılan, aynı zamanda turistlerin de yoğun şekilde ilgisini çeken önemli bir turistik unsur haline gelmiştir. Bu anlamda, el sanatları ürünlerinin bulunduğu destinasyonun kültürünü, birikimini ve yaşam tarzını yansıttığını da ifade etmek yanlış olmayacaktır. Hem bulunduğu destinasyonun kültürel ve geleneksel özelliklerini taşıyarak bölge halkının günlük yaşamlarında kullandıkları hem de ekonomik getiri sağladıkları el sanatları ürünlerinin bir diğer önemli değerlendirme alanı da turizmde hediyelik eşya veya anı eşyası olarak değerlendirilmesidir.

El sanatları ürünleri, ekonomik olarak istihdam imkânı sağlaması, o bölgedeki hammaddelerin kullanılması, büyük yatırım sermayelerine ihtiyaç duymadan da önemli bir gelir getirmesi, bunun yanında kültür mirasının korunması, gelenek ve göreneklerin yaşatılması açılarından da önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın amacı, el sanatları ile turizm arasındaki bağlantıyı farklı açılardan gösteren yayınlanmış çalışmaların incelenmesi, bu çalışmaların farklı ölçütler eşliğinde değerlendirilmesi ve sonuçların el sanatları ile turizm bağlantılı çalışmalarda bir genelleme yapılabilmesine ve bundan sonra yapılacak çalışmalara rehberlik etmesine olanak sağlanmasıdır.

TURİZM VE EL SANATLARI KONULU ÇALIŞMALAR

Turizm endüstrisinde geleneksel el sanatları, somut olmayan kültürel miras öğelerinin çoğunlukla hediyelik eşya ürünleri ile sunulmasıyla katkı sağlamaktadır (Öter, 2010). El sanatları hem bölgenin kültürel ve sosyal değerlerini yansıtmakta hem de turistik ürünlerle yerli ve yabancıların beğenisine sunulmaktadır. Alan yazında incelenen çalışmalara bakıldığında, turizm ile el sanatları ilişkisinde, somut olamayan kültürel miras, hediyelik eşya, kültürel aktarım, geleneksel el sanatları ve kültürel sürdürülebilirlik konularında yoğunlaştığı görülmektedir (Tablo-1).

Tablo-1: *Yayınlanan Makalelere İlişkin Bilgiler*

Yılı	Makale Adı	Dergi
2021	El Sanatları Ürünlerinin Kırsal Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi: Espiye-Akkaya Köyü Örneği	*Journal of Humanities and Tourism Research*
2021	El Sanatları Kurslarının Kültürel Mirasımıza Katkısı: Kırşehir Halk Eğitim Merkezi Örneği	*Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*
2021	Hediyelik Eşyaların Bir Kültür Objesi Olarak Değerlendirilmesi: Konya Örneği	*Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*
2021	Telkari Sanatının Kültürel Miras ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi	*International Journal of Mardin Studies*
2021	Kültürel Mirasın Turizmde Kullanımı: Bir Pratik Çerçeve Önerisi	*Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*
2020	Somut Olmayan Kültürel Miras Taşıyıcıları: Safranbolu El Sanatları Ustaları Üzerine Bir İnceleme	*Doğu Coğrafya Dergisi*
2020	Geçmişten Günümüze Gaziantep Aba Dokumacılığı	*Folklor Akademi Dergisi*
2020	Kültürel Mirasın Ülke Turizmine ve Ekonomisine Katkısı "Yalvaç Keçeciliği"	*Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*
2020	Bilecik Şehrinde Kültürel Turizmin Gelişmesinde Etkili Olacak Fırsatlar ve Güçlükler Hakkında Yerel Halkın Görüşleri	*Ege Coğrafya Dergisi*
2019	Turizm Bağlamında Geleneksel Türk El Sanatı Lületaşı İşlemeciliğinin Değerlendirilmesi	*Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*
2019	Turizm İşletme Yöneticilerinin Erzincan Turizmini Değerlendirmeleri	*Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3.Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi Özel Sayısı*
2018	Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Geleneksel El Sanatları: Erzincan Bakır İşlemeciliği	*Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*
2018	El Sanatlarının Turizme Etkisi: Gaziantep Örneği	*Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*
2018	2026 Kış Olimpiyatları Adaylığı Çerçevesinde Erzincan Bakır İşlemeciliğine Bir Bakış ve Muhasebe Kayıtları	*Kapadokya Akademik Bakış*
2018	Şırnak Geleneksel El Sanatlarının Turistik Ürün Olarak Değerlendirilmesi	*Anemon Muş Alpaslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*
2017	Sürdürülebilirlik ve Yenileşim Açısından Turistik Hediyelik Eşyalar Konusunda Yenileştirilmiş Tasarımlar	*Atatürk İletişim Dergisi*

Turizm ve el sanatları ilişkisi, geleneksel el işçiliği ile üretilen ürünlerin turistik değerle ortaya çıkarılması ve turizm ürünü kapsamına alınmasıyla gerçekleşmektedir. Süreç odaklı bir yaklaşımla incelendiğinde geleneksel el sanatları ürünleri ilgili turistik destinasyonun özgünlüğünü ve farkındalığını ortaya çıkarmaktadır. Yerli ve yabancı turistler, ziyaret ettikleri destinasyonlarda kültürel değerleri deneyimlerken özellikle ilgili bölgenin yerel kültürel unsurlarına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, kültürel miras kapsamında yerel destinasyonlarda sunulan el sanatları ürünleri ve geleneksel el işçiliği bir turistik ürün oluşturmakta ve bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.

YÖNTEM

Araştırma türü: Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Alan yazında yapılan çalışmaların yıl, konu, araştırma yöntemi ve başlıklarına ilişkin kriterler dikkate alınarak betimsel veri analizi yöntemiyle irdelenmiştir.

Verilerin Toplanması: Bu araştırma Dergipark'da, 21.02.2022- 21.03.2022 tarihleri arasında başlığında "turizm" ve "el sanatları" olan Türkçe araştırma makaleleri incelenerek gerçekleştirilmiştir. Bu kritere uyan toplam 80 araştırma makalesine ulaşılmış ancak bunlardan sadece 16 tanesinin doğrudan turizm ve el sanatları ile ilgili olduğu tespit edilerek, çalışma bu minvalde devam ettirilmiştir.

Verilerin Analizi: Çalışmalar, isimleri, yayınlandıkları yıllar, konuları, amaçları, kullanılan yöntem, ilişki kurulabilecek turizm türü ve gerçekleştirildikleri destinasyonlar açısından incelenmiştir. Bu kapsamda, grafik, tablo ve kelime bulutu analizi kullanılarak veriler betimlenmiştir.

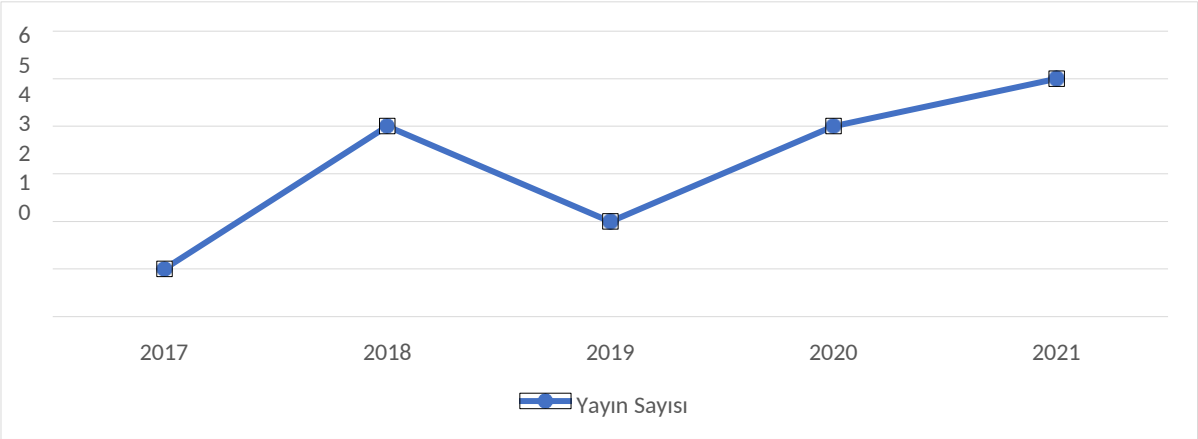
BULGULAR

Tablo-2. Çalışma İsimlerine Göre Değerlendirme

El sanatları ürünleri	El sanatlarının kültürel miras ve turizm açısından değerlendirilmesi
Kırsal turizm	Turistik hediyelik eşyaların yenileştirilmiş tasarımları
Somut olmayan kültürel miras	Kültürel mirasın ülke turizmine katkısı
El sanatları ustaları	Kültürel turizm ve el sanatları
El sanatlarının kültürel mirasa katkısı	Kültürel mirasın turizmde
Kültürel miras turizmi	Hediyelik eşyaların kültür objesi olarak değerlendirilmesi
Geleneksel el sanatları	El sanatlarının turistik ürün olarak değerlendirilmesi
El sanatlarının turizme etkisi	Turizm bağlamında geleneksel Türk el sanatı

Tablo-2'de çalışma isimlerine göre bir analiz yapılmış ve çalışma isimlerinde ağırlıklı olarak, el sanatlarının kültürel turizm konusu ile ilişkilendirildiği tespit edilmiştir. Çalışma başlıklarında özellikle el sanatlarının kültürel mirasa katkıları ve el sanatları ürünlerinin hediyelik eşya olarak yeniden tasarlanarak turizm faaliyetlerinde hem yöreyi tanıtıcı hem de yöre halkına gelir sağlayıcı yönü üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo-3. Yıllara Göre Çalışmaların Dağılımı



Çalışmaların yıllara göre dağılımının incelendiği Tablo-3'de, çalışmaların 2017-2021 yılları arasında dağıldığı göze çarpmaktadır. 2017 yılında bir çalışma, 2018 yılında dört çalışma, 2019 yılında iki çalışma, 2020 yılında dört çalışma ve 2021 yılında beş çalışma gerçekleştirilmiştir.

Tablo-4.Çalışmanın Konusuna/Amacına Göre Değerlendirme

Konu/amaç	Sayı	%
El sanatları ürünlerinin kırsal turizm potansiyeli	1	6,25
Kültürel miras-kültürel turizm ile el sanatları ilişkisi ve sürdürülebilirlik	8	50,0
El sanatları ürünlerinin hediyelik eşya olarak turistik ürün kapsamında değerlendirilmesi, bu ürünlerden esinlenerek ve yeniden yapılandırarak turistlere sunulması	3	18,75
Turizm işletme yöneticilerinin/yerel halkın el sanatlarına bakış açısı	2	12,50
El sanatlarının destinasyon tanıtımına ve ekonomisine katkısı	2	12,50

Tablo-4'de çalışmaların amaç ve konularına göre bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışmalardan sekiz tanesinin kültürel miras-kültürel turizm ile el sanatları ilişkisi ve sürdürülebilirlik konularına odaklandığı tespit edilmiştir. Üç tanesi, el sanatları ürünlerinin hediyelik eşya olarak değerlendirilmesi ve turistlere sunulması konularında yoğunlaşmıştır. İki tanesinde turizm işletme yöneticilerinin ve yerel halkın el sanatlarına bakış açısını belirleme yönünde çalışılmış, diğer iki tanesinde el sanatlarının destinasyon tanıtımına ve ekonomisine katkısı tartışılmıştır. Bir tanesinde ise el sanatları ürünlerinin kırsal turizm potansiyeli belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo-5. Çalışmanın Yöntemine Göre Değerlendirme

Yöntem Adı	Sayı	%
Doğrudan Görüşme/Yapılandırılmış Mülakat formu/Anket	7	43,75
Literatür taraması	2	12,50
Yerinde gözlem/ fotoğraf/video gibi görsel unsurlar	6	37,50
Yenileştirilmiş ürün tasarımları	1	6,25

Çalışmalarda bilimsel yönden hangi yöntemlerle veri toplandığına ilişkin yapılan incelemede elde edilen bulgulara göre, *"doğrudan görüşme/yapılandırılmış mülakat formu/anket"* en fazla kullanılan yöntem olduğu tespit edilmiştir. Araştırmalarda, *"yerinde gözlem, fotoğraf ve video-görsel unsurlar"* da kullanılan yöntemler arasında yer almaktadır. Ek olarak, iki *"literatür taraması"* ve bir de *"yenileştirilmiş ürün tasarımlarına"* ilişkin çalışmalar olduğu saptanmıştır.

Tablo-6. Çalışmalarda El Sanatları ile İlişkilendirilen Turizm Türüne Göre Değerlendirme

Turizm türü	Sayı	%
Kırsal turizm	1	6,25
Kültür turizmi	11	68,75
Sürdürülebilir turizm	4	25,0

Çalışmalar, el sanatları ile ilişkilendirilen turizm türlerine göre değerlendirildiğinde, on bir tanesinin kültür turizmi, dört tanesinin sürdürülebilir turizm ve bir tanesinin de kırsal turizmle ilişkilendirildiği tespit edilmiştir.

Tablo-7. Çalışmanın yapıldığı destinasyona göre değerlendirme

Destinasyon adı	Sayı	Destinasyon adı	Sayı
Giresun	1	Şırnak	1
Karabük	1	Konya	1
Kırşehir	1	Mardin	1
Erzincan	3	Muğla	1
Gaziantep	2	Isparta	1
Eskişehir	1	Bilecik	1
Ülkesel	1	**TOPLAM**	**16**

Araştırmaya dahil olan çalışmaların yürütüldüğü destinasyonlar incelenmiştir. Elde edilen veriler Tablo-7'de belirtilmiştir. Buna göre, Erzincan ilinde üç, Gaziantep ilinde iki ve diğer illerde birer çalışma olduğu tespit edilmiştir. İllerinde geneline bakıldığında bölgesel olarak çoğunlukla Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yapıldığı söylenebilir.

Kelime bulutu analizi

Çalışmada, tüm araştırmalara ilişkin incelenen kriterler tek bir dosyada toplanmış olup kelime bulutu analizi ile aşağıdaki görsel oluşturulmuştur. Kelime bulutu analizi, konu ile ilgili kavramların ve sözcüklerin sosyal biçimde yansıtılmasında başarılı bir teknik olarak tanımlanır (Fronza vd., 2013). Verilerin daha anlaşılır hale getirmek amacıyla hızlı bilgilendirme sağlayan bir yöntem olarak kelime bulutları özellikle öğrenen bireyler arasında öğrenme becerilerine katkı sağlayan öğretici ve eğitici bir sunum biçimidir (Yıldız, 2015).

Bu çalışmada da alan yazında yayınlanan turizm ve el sanatları sözcüklerini içeren çalışmaların konu, başlık, amaç, kapsam ve kullanılan analiz yöntemi gibi kriterlerinin oluşturduğu bir kelime bulutu ortaya çıkarılmıştır.

Görsel-1: *Araştırmaların incelendiği içeriklere ilişkin kelime bulutu analizi*

Yukarıdaki görselde bulgulardan elde edilen verilerin daha anlaşılır hale gelmesi amacıyla şekillendirilmiştir. Sözcük havuzunda yer alan en yoğun kelimeler daha kalın puntolarla gösterilmiştir. Buna göre, turizm ve el sanatları konularındaki çalışmalar en fazla kültürel, turizm, sanat, miras ve geleneksel kavramları ile ilgili olduğu saptanmıştır. Ek olarak,

çalışmalarda geçen geleneksel el sanatı türleri incelenmiş ve çoğunlukla hediyelik eşya ile ilgili oldukları sonucuna varılmıştır.

SONUÇ

El sanatları; geleneksel sanat ürünleri, giyim, hediyelik eşya, folklorik öğeler, yerel ve kültürel değerler turizm destinasyonlarının tanıtımında önemli rol oynamaktadır. Kültürel mirasın belirli bir boyutunu oluşturan turistik öğeler hem bölgeye ekonomik katkı hem de yerel özgün değerlerin gün ışığına çıkmasına imkân sağlamaktadır. Turizm ve el sanatları ilişkisinde, el sanatları öğelerinin çoğunlukla turistik bölgeyi tanıtıcı ve anımsatıcı bir görev üstlendiği söylenebilir. Bu durum, özellikle turistik destinasyonlarda sunulan hediyelik eşya ürünlerinde kültürün ve yerel halk değerlerinin işlenmesiyle vurgulanmaktadır.

Turizm ve halkbilim alanlarının bir araya gelmesinde 1960'lı yıllarda kurulan tanıtım odaklı halk evleri önemli bir rol almıştır (Gürçayır, 2005). Nitekim, daha sonraki yıllarda kitle turizmine karşı alternatif turizm türlerinin ortaya çıkması ve bu başlık altında kültür turizmin oluşmasıyla turistik tüketime geleneksel el sanatları ürünleri destekleyici unsur olarak ele alınmıştır. Turizm ve kültür kavramlarının bir arada kullanılması akademik çalışmalara da yansımış ve özgün kültürel değerlerin incelenmesi, tanıtılması ve turizme kazandırılması kapsamında araştırmalar yürütülmüştür. Buna göre, bu çalışmada da turizm ve el sanatları kavramlarını ortaya koyan akademik çalışmaların betimsel analizi yapılmıştır. Bulgulara göre, turizm ve el sanatları çalışmaları 2017 yılı sonrasında daha çok ele alınmıştır. Ancak, 2020 ve 2021 yıllarında yoğun bir şekilde kültür turizmi odaklı çalışmaların yapıldığı anlaşılmaktadır.

Turizm ve kültür özelinde, araştırmalar bölgenin özgün folklorik öğelerini bir araya getirmekte ve tanıtımını yapmak üzere geleneksel el sanatlarının gelişmesine imkân tanımaktadır. Turizm, bir endüstri olarak bölgenin öncelikli tanıtımına hizmet vermektedir. Dolayısıyla, bölgede kültürel turizmin desteklenmesi ilgili bölgeyi geliştirmekte ve sürdürülebilir kılmaktadır (Öter, 2010). Araştırma sonuçlarında da sürdürülebilir turizm konusunun özellikle özgün değerlerin, el sanatlarının, halkbilim incelemelerinin ve kültürel mirasın korunması ile turizme kazandırılması bölgedeki turizm gelişimine katkı sağladığı vurgulanmaktadır. Ek olarak, el sanatları kapsamında incelenen çalışmaların, bölgedeki özel ürünlerin kültürel miras öğesi olarak değerlendirmesini de amaçladığı görülmektedir. Bu çalışma, turizm ve el sanatları konularında yayınlanan çalışmalarla sınırlıdır. Gelecekte, *"folklorik değer"*, *"kültürel miras"* ve *"sözel gelenekler"* gibi kavramlarla turizm ilişkisini

ele

alan araştırmalar da incelenebilir. Uygulama alanı için turizm bölgelerinde geleneksel el sanatları güncellenerek özgün ve farklı hediyelik eşya ürünleri sıklıkla bölgenin tanıtılması amacıyla yabancı turistlere sunulması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Akın, A. (2018). El sanatlarının turizme etkisi: Gaziantep örneği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *18*(3), 241-263.

Alagöz, G., Çalık, İ. ve Güneş, E. (2018). Kültürel miras turizmi bağlamında geleneksel el sanatları: Erzincan bakır işlemeciliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (55), 174-191.

Çalık, İ., Güneş, E. ve Alagöz, G. (2019). Turizm işletme yöneticilerinin Erzincan turizmini değerlendirmeleri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 89-103.

Çelik, S. ve Toprak, L. S. (2018). Şırnak geleneksel el sanatlarının turistik ürün olarak değerlendirilmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *6*(5), 687-692.

Çeliker, D. ve Dulupçu, M. A. (2017). Sürdürülebilirlik ve yenileşim açısından turistik hediyelik eşyalar konusunda yenileştirilmiş tasarımlar. *Atatürk İletişim Dergisi*, (12), 187-204.

Çokişler, N. (2021). Kültürel mirasın turizmde kullanımı: bir pratik çerçeve önerisi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, *5*(1), 87-98.

Deniz, T. ve Çelik, Ö. (2020). Somut olmayan kültürel miras taşıyıcıları: Safranbolu el sanatları ustaları üzerine bir inceleme. *Doğu Coğrafya Dergisi*, *25*(43), 123-138.

Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, *15*(1-2), 51-59.

Fronza, I., Janes, A., Sillitti, A., Succi, G., and Trebeschi, S. (2013). *Cooperation wordle using pre-attentive processing techniques.* In 2013 6th International Workshop on Cooperative and Human Aspects of Software Engineering (CHASE) (pp. 57-64).

Güney, S. (2018). 2026 Kış olimpiyatları adaylığı çerçevesinde Erzincan bakır işlemeciliğine bir bakış ve muhasebe kayıtları. *Kapadokya Akademik Bakış*, *2*(1), 51-60.

Gürçayır, S. (2005) "Yeter Söz Milletindir" neslinin halkbilimine bakışından bir kesit: Konya Kültür ve Turizm Derneği", *Milli Folklor 66*, 48-55.

Kaya, M. ve Erol, N. (2021). El sanatları ürünlerinin kırsal turizm kapsamında değerlendirilmesi: Espiye-Akkaya Köyü Örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, *11*(1), 226-240.

Kılıçarslan, H. ve Cansız, F. (2021). El sanatları kurslarının kültürel mirasımıza katkısı: Kırşehir halk eğitim merkezi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 142-151.

Koçak, E. (2020). Kültürel mirasın ülke turizmine ve ekonomisine katkısı "Yalvaç Keçeciliği". *Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*, *8*(2), 317-327.

Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2019). Turizm bağlamında geleneksel Türk el sanatı lületaşı işlemeciliğinin değerlendirilmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 9*(18), 991-1013.

Nas, E. ve Kandemir, M. (2021). Hediyelik eşyaların bir kültür objesi olarak değerlendirilmesi: Konya örneği. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, *14*(35), 1092-1103.

Okuyucu, A. (2020). Bilecik şehrinde kültürel turizmin gelişmesinde etkili olacak fırsatlar ve güçlükler hakkında yerel halkın görüşleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, *29*(1), 73-86.

Öter, Z. (2010). Türk el sanatlarının kültür turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Milli Folklor Dergisi*, *11*(86), 174-185.

Serçek, G. Ö. ve Akyüz, İ. (2021). Telkari sanatının kültürel miras ve turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal of Mardin Studies*, *2*(2), 18-30.

Söylemezoğlu, F. ve Karakülah, H. K. (2020). Geçmişten günümüze Gaziantep aba dokumacılığı. *Folklor Akademi Dergisi*, *3*(4), 173-189.

Yıldız, D. (2015). *Ortaokul yedinci sınıf ingilizce dersinde okuma öncesi etkinliklerde sözcük bulutu kullanımının kelime öğrenmeye etkisi.* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN GIDA NEOFOBİSİ DÜZEY VE NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Ahmet Çetin
Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler MYO,
E-mail: cetina@pau.edu.tr

Prof. Dr. Hasan Hüseyin Soybalı
Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi,
E-mail: hsoybali@aku.edu.tr

Özet
Bu çalışma yeni yiyeceklerden kaçınma (Food Neophobia) ve yeni yiyecekleri denemeye aşırı istekli olma (Food Neophilia) açısından turizm öğrencilerinin okudukları bölümler ve cinsiyetlerine göre aralarındaki farklılıkları araştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca araştırmada yeni yiyecek denemekten kaçınmanın nedenlerine ilişkin sonuçlara ulaşmak hedeflenmiştir. Belirtilen amaçlara ulaşmak için Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim görmekte olan öğrencilerden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmaya katılan 196 öğrenciden toplanan verilerin analizi sonucunda gastronomi bölümünde okuyan öğrenciler ile turizm rehberliği bölümünde okuyan öğrenciler arasında yeni yemeklerden kaçınma konusunda anlamlı farklılık olduğu, yeni yiyecekleri denemeye aşırı isteklilik konusunda da Gastronomi bölümü öğrencileri ile turizm işletmeciliği ve turizm rehberliği öğrencileri arasında farklılıklar bulunduğu ortaya çıkmıştır. Yeni yiyeceklerden kaçınma nedenlerinde ise yemeğe bağlı hızlı ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve dini hassasiyetlerin ön plana çıkan nedenler olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Yeni yiyecek deneme korkusu, gastronomi, turizm öğrencileri*

AN EXAMINATION OF THE LEVEL AND CAUSES OF FOOD NEOPHOBIA AMONG TOURISM STUDENTS

Abstract
This study intends to look at the variations in food neophilia and neophobia among tourism students based on their departments and gender. In addition, it was aimed to reach conclusions about the reasons for avoiding trying new foods in the study. Data were gathered from the students enrolled in the Pamukkale University Faculty of Tourism through the questionnaire approach in order to accomplish the mentioned objectives. According to the analysis of the data gathered from the 196 students who took part in the research, there were differences between students studying in the gastronomy department and students studying in the tourism guidance department in terms of avoiding new foods, as well as between gastronomy department students and tourism management and tourism guidance students in terms of having an excessive willingness to try new foods. It was found that the most common reasons for avoidance of novel foods were religious sensitivity and potential health problems caused by food.

Keywords: *Food neophobia, gastronomy, tourism students.*

Giriş

Günümüzde turist deneyiminin önemli bir parçası haline gelen yerel yiyecek sunumu ve tüketimi turizmin gelişimi ve destinasyon çekiciliği açısından önemli bir yer tutmaktadır. Turistler seyahat ederken yerel kültür ve geleneklerin yanı sıra yerel mutfağı deneyimlemekle de ilgilenmektedir. Bireylerin davranışlarının önemli bir motivasyonu olan merak, turistlerin

destinasyon seçimini etkilemekte ve o yere özgü gıda katılımı ve tercihinin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kim, Eves ve Scarles, 2009; Kim ve Eves, 2012). Yerel gıdanın ve buna bağlı yerel mutfakların gelişimi farklı yemeklerin diğer kültürlere ait bireyler tarafından deneyimlenmesini kolaylaştırmakla beraber farklı yiyeceklerin bu bireyler tarafından kabulü ve tüketiminin anlaşılması ve araştırılmasının önemi anlaşılmış ve bu konuda çalışmalar artmaya başlamıştır. Bazı kültürlerin yeni yiyeceklere çeşitli sebeplerle temkinli yaklaşması, bireylerin kişisel ve fizyolojik gelişimleriyle ilgili yeni yiyeceklere karşı olumsuz tutumları bu araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Yeni ve farklı yiyecekleri denemede yaşanılan korku ve isteksizlik literatürde yeni gıda korkusu (Gıda Neofobisi) adı altında incelenmektedir. Bireylerin yeni ve farklı yiyecekleri çeşitli nedenlerle kendilerine bir tehdit olarak görmeleri durumu yöresel mutfakları ve ürünlerini tercih etmede olumsuz tutumlara neden olmaktadır. Bu yüzden farklı ülke ve kültürleri Pazar olarak hedefleyen destinasyonların bu ülke ve kültürlerdeki bu tür davranışlara yönelik araştırmaları dikkatle yapması destinasyon pazarlaması açısından da oldukça önemlidir.

Yapılan bu çalışma ise konuyu biraz daha farklı bir boyuttan ele almak üzere tasarlanmıştır. Gıda neofobisi tüketici bakış açısıyla pek çok çalışmaya konu olurken üretici bakış açısıyla konunun kısıtlı bir şekilde ele alındığı görülmüştür. Bu yüzden bu çalışmada gelecekte birçok turizm destinasyonunda hizmet üretecek olan turizm öğrencileri üzerinde çalışma gerçekleştirilmiştir. Çünkü turistlerin yerel yiyeceklere karşı tutumu her ne kadar önemliyse bu yiyeceklerin üretimi, pazarlanması ve sunumu da son derece önemlidir. Bu sebeple turizmin çeşitli alanlarında eğitim alan öğrencilerin yeni ve farklı yiyeceklere karşı tutumlarının belirlenmesi ve araştırılması da son derece önemli görülmektedir.

Literatür

İnsanlar, birçok kültür ve hazırlama tarzını içeren çok sayıda gıdaya erişim fırsatına sahiptir. İnsanoğlu, tüm etoburlar arasında en çeşitli beslenme alışkanlıklarıyla yaşamını sürdüren canlıdır (Capiola ve Raudenbush, 2012). Bununla birlikte Günümüzde dünyada dijitalleşmenin artışı ve buna bağlı olarak bilgi alışverişinde ortaya çıkan hızla birlikte gastronomi alanındaki gelişmeler beslenme alışkanlıkları üzerinde de önemli değişimleri ortaya çıkarmaktadır. Artan turizm hareketliliği ve gastronomi açısından ülke sınırlarının ortadan kalkmasıyla farklı yiyecek ve içecek işletmeleri faaliyete geçmektedir. Yiyecek ve içecek sektörü, gastronomi bilim dalının gelişimiyle birlikte her geçen gün bünyesine yeni yenilikler katmaktadır. Özellikle günümüz tüketicilerinin yeni ve farklı olanı tüketme isteği

ile birlikte

yiyecek ve içecek işletmeleri, farklı kültürlere ait olan yiyecekleri menülerine koymaktadırlar. (Yiğit ve Doğdubay, 2020). Bu tür işletmelere karşı tüketicilerin beklenti ve tutumlarına yönelik olarak çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Son dönemlerde yeni yiyecek deneme korkusu, farklı mutfakların tüketici tarafından kabulü ve bu yiyecekleri tüketme tutumuyla ilişkili olarak literatürde yerini almıştır. Yiyecekte yenilik korkusu, etnik restoran ürünlerinin tercihinde büyük bir etki edebilmektedir. Turistlerin destinasyon seçiminde olası bir çekici faktör olarak yerel yiyeceklerin önemi uzun zamandır bilinmektedir (Kivela ve Crotts, 2006; Henderson, 2009; Kim vd., 2009,). Dolayısıyla yerel yiyecekler destinasyonlar açısından önemli bir pazarlama unsuru olabilirken turistlerin bu yiyeceklere karşı tutumu da önem kazanmaktadır. Bu yüzden pazarlamada tüketici açısından önemli görülen bu kavram; bu tür ürünlerin üretilmesinde, sunulmasında ve tanıtılmasında görev alacak bireyler açısından da ele alınması ve incelenmesi gereken bir konudur.

Neophobia, Yunanca neos= yeni ve phobein=korku kelimelerinden gelmektedir (Kaplan, 2018). Yeni şeylere karşı duyulan korku Dilimizde neofobi ve yenilik korkusu olarak kullanılmaktadır. Gıda neofobisi (Yeni yiyecek korkusu) sevilmeyen bilindik yiyecekleri yeme isteksizliğinden (yemek seçme) farklı olarak aşina olunmayan yemekleri yeme isteksizliği olarak tanımlanmaktadır (Pliner ve Hobden, 1992; Galloway, Lee ve Birch, 2003). Yeni yiyecek korkusu, yeni veya tanıdık olmayan yiyecekleri yeme korkusu ve herhangi bir risk almama davranışını ifade etmektedir.

Yeni yiyecek korkusu (food neophobia) genellikle 2-6 yaş arası çocuklarda sıklıkla görülen bir durum olmasına rağmen yetişkinlik döneminde de çeşitli nedenlerle insanların yaşadığı bir sorundur. Örnek olarak, çocuklar kimyasal, toksik veya zararlı ürünlerle ilişkilendirilen acı tadı olan yiyecekleri doğal olarak reddederler ve zaman içerisinde aile, çevre ve olumsuz deneyimler bu reddedişin ilerleyen yaşlarda da devam etmesine neden olabilir. Buna bağlı olarak gıda neofobisi olgusu, başlangıçta, potansiyel olarak toksik bitkilerin yutulmasını engellediği (Rozin ve Vollmecke, 1986) için evrimsel açıdan faydalı olan bir hayatta kalma mekanizması olarak kabul edilse de (Birch, Gunder, Grimm-Thomas ve Laing, 1998) çocuklar için ilerleyen yaşlarda dengesiz beslenme sorunlarının ortaya çıkmasına (Kelder, Perry, Klepp, ve Lytle, 1994; Marcontell, Laster ve Johnson, 2002) sınırlı sosyal işlevselliğe ve psikolojik zorluklara yol açabilen (Marcontell vd. 2002) önemli bir konu olduğu ifade edilmektedir.

Yeni yiyeceklere karşı bu korku ve endişenin belirli bir durumdan kaynaklanan davranışsal bir özellik olarak ortaya çıkmasına ek olarak, bireyin göreceli tercihlerine bağlı olarak tanıdık olmayan yiyecekleri reddetmek gibi kişisel bir özellik olarak da ortaya çıkabilmektedir (Pliner, Pelchat, ve Grabski, 1993: 111; Birch & Fischer, 1998).). Yeni yiyecekleri tatma isteksizliği, çeşitli durumsal faktörlerden kaynaklanabilir. Örneğin, yeni gıda alımı sabit arzular, yemeğe yönelik tutumlar veya kaçınma gibi kişisel özelliklerin sonucu olabilir. (Pliner ve diğerleri, 1993). Endişe, öfke gibi davranışsal ve psikolojik sorunlar ve duygusallık, yaş, cinsiyet gibi ekonomik, kültürel ve demografik faktörlere ek olarak ve eğitim ile yemeğin nasıl koktuğu, tadı ve nasıl sunulduğunun tümü yemek seçimini etkiler (Rigal ve diğerleri, 2006; Wadolowska, Babicz-Zielinska ve Czarnocinska, 2008).

Fallon ve Rozin'e (1983) göre, bireylerin yeni yiyecekleri reddetmelerinin üç ana nedeni vardır. Birincisi, gıdanın duyusal özelliklerinden hoşlanmama; ikincisi tehdit (korku yeni gıda tüketmenin olumsuz sonuçları); üçüncüsü, yiyeceğin kalitesine veya kaynağına karşı güvensizliktir. Tourilla vd. (1994)'de yeni yiyecek deneme korkusunun nedenlerini üç grupta ele almışlardır. Yiyeceğin şekil, renk, lezzet ve doku gibi duyusal özelliklerinin değerlendirildiği duyusal analiz basamağı, sonrasında yeni yiyeceğe ilişkin bireyin sahip olduğu bilgi seviyesi (Martins, Pelchat ve Pliner, 1997), bu konuda yapılan çalışmalar yiyecekleri daha önce denemiş olmanın, bilgi sahibi olmanın, gıda neofobisi seviyesinden bağımsız olarak yiyeceği tekrar yeme isteğini büyük ölçüde artırdığı göstermektedir (Tourilla vd. 2001) ve bireyin hayata karşı duruşu ve algısıyla alakalı kişisel faktörlerdir. Bireysel gıda seçimlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi, beslenme alışkanlıklarını ve yeni gıdaların sosyal, kültürel ve coğrafi ortamlarına uygun olarak anlaşılmasını sağlar.

Yeni yiyeceklere karşı korku duyan birçok insan olduğu gibi onların aksi yönde hareket eden birçok insan da yer almaktadır. Bunlar yabancı yiyecekleri aktif olarak arayan, onları heyecan verici, ilginç, egzotik ve cazip bulan ve bunu hayatlarının bir parçası haline getiren insanlar. Birçok medeniyet içerisinde bu tür insanlar için yabancı yemeklere aşinalık ve rahatlık, sofistike olabilmenin bir parçası, eğitim ve deneyimi gösterebilmenin ve kültürel sermayenin temellerinden biri olarak kabul edilmiştir. Gıda neofilik olarak adlandırabileceğimiz bu insanlar gastronomi turizminin ve yerel yemek kültürlerinin yayılımının en önemli öncüleridir.

Gıda neofilisi yiyecek ve içeceklerle ilgili her türlü denemeye açık olma ve hatta bunun ileri derecede isteme anlamına gelmektedir. Yeni ve heyecan verici lezzetler arayan,

bunlara

deneme konusunda yüksek motivasyona sahip maceraperest kişiler genellikle gıda neofilik olarak adlandırılabilir (Pliner ve Hobden, 1992). Gıda neofili, gıda neofobinin aksi bir anlamı ifade eder ve aralarında fizyolojik ve psikolojik farklar vardır. Bu farklardan en önemlisi gıda neofobikler ve neofilikler gıda maddeleri sunulduğunda tükürük tepkisi açısından farklılık göstermeleridir. Yeni gıda maddeleri, tanıdık gıda maddeleri veya kontrol grubu yiyecekler sunulduğunda, neofobiklerin tükürük tepkilerinde azalma görülürken, neofiliklerin uyaranlardan bağımsız olarak tükürük tepkilerinde artış olduğu görülmüştür. Gıda neofobikleri ve neofilikler için yeni gıdaların derecelendirmeleri de farklılık göstermektedir (Raudenbush vd. 2003). Neofobiklerin yiyeceklere ilişkin beğeni durumları neofilik bireylere göre daha düşük ve yoğunluk raporları daha yüksektir (Tourila vd. 1994). Bu çalışmalar fizyolojik farklılıklardan psikolojik tercihlere ve yeni gıdalara karşı tutuma kadar, gıda neofobikleriyle neofilikler arasındaki çeşitli farklılıklar olduğunu göstermektedir (Capiola ve Raudenbush, 2012).

Bu çalışmada Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin gıda neofobi ve neofili düzeyleri, çeşitli demografik değişkenlere göre farklılıkları ve neofobi nedenleri belirlenmeye çalışılmış, verilerin toplanma araç ve yöntemleri, elde edilen verilerin analizi ve yorumlar ilgili bölümlerde sunulmuştur.

Yöntem

Çalışmada nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın temelini farklı alanlarda turizm eğitimi alan öğrencilerin yeni yemek deneme korkusu ve yeni yemek deneme alışkanlıklarındaki farklılıklar ve yeni yemek deneme korkusuna sahip olanların bu korkuyu ne ile ilişkilendirdiklerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu amaca yönelik veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde Pliner ve Hobden (1992) tarafından geliştirilen ve 10 maddeden oluşan Gıda Neofobi Ölçeği (FNS) kullanılmıştır. Ölçekte olumlu ve olumsuz maddeler yer almaktadır ve FNS'nin olumsuz maddelerine yüksek puanları, tanıdık olmayan yiyeceklerden beklenen düşük beğeniyi ve yabancı mutfaklara düşük aşinalığı (Pliner ve Hobden, 1992) ve ayrıca bilinmeyen yiyecekleri denemeye yönelik düşük istekliliği göstermektedir (Tuorila vd. 2001). Olumlu maddelerin puanlarının yüksek olması ise aşina olunmayan yemekleri deneme arzusunun yüksek olduğunu göstermektedir. Anket formunun ikinci bölümünde ise yeni yemek deneme korkusunun nedenlerine ilişkin 5 ifade yer almıştır.

Araştırma Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi, Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümlerinde okuyan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmiştir. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi bölümünde 332, Turizm İşletmeciliği bölümünde 216 ve Turizm Rehberliği Bölümünde 319 öğrenci eğitim almaktadır. Bu öğrencilerin hepsine sosyal medya grupları üzerinden, mail ve whatsapp grupları üzerinden online anketler gönderilmiş ve 196 cevap alınmıştır. Elde edilen verilere ilişkin bulgular ve analizler bir sonraki bölümde yer almaktadır.

Bulgular ve analizler

Veri toplama aşamasında Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesinde yer alan her bir bölümden yaklaşık sayıda öğrenciden veri toplanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın üniversite öğrencileri üzerinde yapılıyor olması nedeniyle benzer gruplarda yoğunlaşacağı varsayılan yaş, gelir ve eğitim düzeyi gibi sorulara çalışmada yer verilmemiştir. Bu yüzden sadece turizm fakültesinde hangi bölümde okudukları ve cinsiyetlerine ilişkin sorulara ölçekte yer verilerek bunlara ilişkin bulgular Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: *Demografik özelliklerin dağılımı*

		Cinsiyet		Toplam	%
		Kadın	Erkek		
Bölüm	Gastronomi	39	27	66	33,7
	Turizm İşletmeciliği	28	34	62	31,6
	Turizm Rehberliği	33	35	68	34,7
Toplam		100	96	196	100

Araştırmaya dahil olan öğrencilerin %33,7 (66)'si Gastronomi, %31,6 (62)'sı Turizm işletmeciliği ve %34.7 (68)'si ise Turizm Rehberliği bölümlerinde eğitim almaktadır. Diğer demografik değişken cinsiyet ise %51 (100)'i kadın ve %49 (96) erkek olarak dağılım göstermektedir.

Yapılan araştırma sonucunda, kullanılan FNS ölçeğini oluşturan yeni yemek deneme korkusu ve yeni yemek deneme arzusu faktörlerine ilişkin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri Tablo2'de verilmiştir.

Tablo 2: Faktörlerin ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri

Faktör	Anket Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Güvenilirlik Cronbach's Alpha	Madde sayısı
Neofobi	196	2,5184	,86592	,815	5

Neofili	196	3,5531	,96239	,870	5

Ortaya çıkan Cronbach's Alfa değerleri (0,815-0,870) incelendiğinde ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2018).

Ölçekte yer alan ifadelere katılım durumlarını görmek için NFS ölçek maddelerinin ve yeni gıda neofobisi nedenleri maddelerinin ortalamaları değerlendirilmesi amacıyla Ölçek maddelerinin toplam ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'de verilmiştir. Tablo oluşturulurken her bir madde bölüler bazında da analiz edilmiş ve bölümlere göre maddelerin ortalama ve standart sapma değerleri tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Ölçek maddelerinin genel ve bölümlere göre ortalama ve standart sapma değerleri

Faktör	Madde	ss.	Ort.	Bölüm	ss.	Ort.
Neofobi	2-Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem	1,205	2,816	Gastronomi	1,133	2,712
				Turizm İşl.	1,308	2,838
				Turizm Reh.	1,186	**2,897**
	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	0,982	2,346	Gastronomi	0,846	2,075
				Turizm İşl.	1,013	2,387
				Turizm Reh.	1,026	**2,573**
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	1,070	2,331	Gastronomi	0,902	2,015
				Turizm İşl.	1,031	2,403
				Turizm Reh.	1,188	**2,573**
	7-Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten çekinirim.	1,185	2,433	Gastronomi	1,071	2,333
				Turizm İşl.	1,169	2,483
				Turizm Reh.	1,310	**2,485**
	8-Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir.	1,244	2,663	Gastronomi	1,063	2,378
				Turizm İşl.	1,247	**2,871**
				Turizm Reh.	1,364	2,750
Neofili	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	1,110	3,551	Gastronomi	0,974	**3,863**
				Turizm İşl.	1,211	3,322
				Turizm Reh.	1,084	3,455
	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	1,107	3,673	Gastronomi	0,942	**3,939**
				Turizm İşl.	1,121	3,387
				Turizm Reh.	1,190	3,676
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1,152	3,877	Gastronomi	1,126	**4,151**
				Turizm İşl.	1,200	3,661
				Turizm Reh.	1,096	3,808
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	1,284	2,969	Gastronomi	1,219	**3,333**
				Turizm İşl.	1,277	2,677
				Turizm Reh.	1,287	2,882
	10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	1,268	3,693	Gastronomi	1,150	**4,000**
				Turizm İşl.	1,249	3,435
				Turizm Reh.	1,348	3,632
Neofobi neden	Dini hassasiyetler	1,407	2,556	Gastronomi	1,518	2,409
				Turizm İşl.	1,411	2,516
				Turizm Reh.	1,288	**2,735**
	Uzun dönemde ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	1,141	2,438	Gastronomi	1,118	2,363
				Turizm İşl.	1,188	2,354
				Turizm Reh.	1,122	**2,588**
	Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	1,178	2,484	Gastronomi	1,179	2,197
				Turizm İşl.	1,182	2,451
				Turizm Reh.	1,113	**2,794**

	Alerjik reaksiyonlar	1,196	2,301	Gastronomi	1,159	2,090
				Turizm İşl.	1,298	2,290
				Turizm Reh.	1,112	**2,514**
	Vegan, vejeteryan	0,979	1,744	Gastronomi	0,789	1,500
				Turizm İşl.	0,882	1,677
				Turizm Reh.	1,151	**2,044**
Faktör1	Neofobi	0,865	2,518	Gastronomi	0,755	2,303
				Turizm İşl.	0,858	2,596
				Turizm Reh.	0,941	**2,655**
Faktör2	Neofili	0,962	3,553	Gastronomi	0,867	**3,857**
				Turizm İşl.	0,953	3,296
				Turizm Reh.	0,990	3,491

Tablo 3 incelendiğinde Turizm Rehberliği öğrencilerinin *Ne olduğunu bilmediğim yiyeceği denemem, Yeni yiyeceklere güvenmem, Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem, Daha önce yemediğim yiyeceği yemekten çekinirim* maddelerine katılım ortalamalarının diğer bölümlere göre daha yüksek olduğu, *Yediğim yiyecekler konusunda çok seçiciyimdir* maddesinde ise Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ölçekteki gıda neofili düzeylerini belirlemek için kullanılan olumlu ifadeler de ise; *Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* Maddelerinin tamamında Gastronomi bölümü öğrencilere ait ortalamalar yüksektir. Ancak olumsuz ifade ortalamalarında en yüksek puanlara sahip Turizm Rehberliği öğrencilerinin burada en düşük ortalamalara sahip olmadıkları görülmüştür.

Gıda neofobisinin bölümler bazında öğrenciler açısından öne çıkan nedenlerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sırasıyla *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları, dini hassasiyetler, uzun dönemde ortaya çıkabilecek sağlık sorunları, alerjik reaksiyonlar ve vegan, vejeteryan* maddelerinin hepsinde Turizm rehberliği bölümü öğrencileri yüksek ortalamaya sahiptir. Bölümlerin birlikte ortalamalarına bakıldığında ise ilk sırada *dini hassasiyetler* maddesi gelmektedir. Ayrıca olumsuz maddeleri neofobi, olumlu maddeleri neofili olarak faktörleştirerek ortalamalarına bakıldığında Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin neofobi düzeyleri en yüksek gastronomi öğrencilerini ise en düşük olarak belirlenmiştir.

Bölümler arasında gıda neofobisi, gıda neofilisi ve gıda neofobisi nedenlerini belirten maddelere ilişkin fark analizi için One Way Anova testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda arasında fark bulunan maddeler, homojenlik testi ve Anova sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4: Bölümler arası farkların belirlenmesine yönelik Anova analizi sonuçları

F	Maddeler	Homojenlik testi		ANOVA
		Levene	Sig.	Sig
1	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	2,242	**0,10**	*0,012*
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	4,656	0,01	*0,008*
2	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	3,47	0,03	*0,015*
	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	4,27	0,01	*0,018*
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	1,38	**0,25**	*0,045*
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	0,46	**0,62**	*0,012*
	10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	2,54	**0,08**	*0,036*
N	3-Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	0,032	**0,96**	*0,012*
	5-Vegan, vejeteryan	3,45	0,03	*0,004*

Analiz sonuçları incelendiğinde gıda neofobisi maddelerinden *yeni yiyeceklere güvenmem ve etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem* maddelerinde gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu aynı zamanda *yeni yiyeceklere güvenmem* maddesinin homojen dağılım sergilediği görülmüştür. Gıda neofilisi ile ilgili maddelerin fark durumlarında ise; *Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinde bölümlere göre anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiş *Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim, Yemek seçmem her şeyi yerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinin homojen dağılım sergilediği görülmüştür. Gıda neofobisinin nedenlerine ilişkin fark analizi sonucunda; *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve vegan, vejeteryan* maddelerinde bölümler arası anlamlı farklılıklar olduğu ve *ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları* maddesinin homojen dağılım gösterdiği bulgulanmıştır.

Fark analizleri sırasında homojen dağılım dikkate alınmış, homojen dağılımın sağlandığı durumlarda LSD testi sonuçlarına yer verilmiştir. Homojen dağılımın sağlanamadığı durumlarda ise Tamhane T2 test sonuçları dikkate alınmıştır. Tablo 5'de Anova sonuçlarına göre aralarında anlamlı farklılık bulunan bölümlere ilişkin Post Hoc istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 5: Bölümlere göre aralarında anlamlı farklılık bulunan maddelerin Post Hoc değerleri

Faktör	Madde	Bölüm	Bölüm	LSD	Tamhane
Neofobi	3-Yeni yiyeceklere güvenmem.	Gastronomi	Turizm Reh.	0,003	
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	5-Etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem.	Gastronomi	Turizm Reh.		0,008
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
Neofili	1-Sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim	Gastronomi	Turizm İşl.		0,019
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			

		Gastronomi	Turizm İşl.		0,010

	4-Farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim.	Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	6-Sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim	Gastronomi	Turizm İşl.		0,016
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	9-Yemek seçmem her şeyi yerim.	Gastronomi	Turizm İşl.	0,004	
			Turizm Reh.	0,040	
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	10-Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim.	Gastronomi	Turizm İşl.	0,012	
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
Neden	3-Ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları	Gastronomi	Turizm Reh.	0,003	
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			
	5-Vegan, vejeteryan	Gastronomi	Turizm Reh.		0,005
		Turizm İşl.			
		Turizm Reh.			

Post hoc analizleri sonucunda gıda neofobisi maddelerinden *yeni yiyeceklere güvenmem ve etnik yiyecekler bana tuhaf gözüktüğü için yemem* maddelerinde Gastronomi bölümü ve turist rehberliği bölümü öğrencileri arasında farklılık bulunduğu görülmektedir. Gıda neofilisi *maddelerinden sürekli olarak yeni ve farklı yiyecekler denerim, farklı kültürlerin yiyeceklerini beğenirim, sosyal etkinliklerde yeni yiyecekler denerim ve Farklı kültürlerden yiyecek sunan restoranlara gitmeyi severim* maddelerinde Gastronomi bölümü ve Turizm işletmeciliği bölümü öğrencileri arasında farklılık bulunduğu, *yemek seçmem her şeyi yerim* maddesinde ise Gastronomi bölümü ile Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümleri arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmüştür. Gıda neofobisinin nedenlerine ilişkin fark analizinde ani ortaya çıkabilecek sağlık sorunları ve vegan, vejeteryan maddelerinde Gastronomi bölümü ve Turizm Rehberliği bölümleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Yemek yapmayı sevenler ve düzenli yemek yapanlar ile neofobi ve neofili ilişkisini gösteren korelasyon analizi sonuçları tablo 6'da gösterilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi, Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği bölümü öğrencilerinin gıda neofobisi ve yemeklere karşı tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Araştırma sırasında yapılan analizlerde cinsiyet değişkenine göre gıda neofobisi ve gıda neofilisi konusunda anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır. Bu sonuç (Tourilla vd. 2001; Okumuş, Dedeoğlu ve Shi, 2021) çalışmalarıyla uyumsuzken, (Koivisto ve Sjoden, 1996; Nordin vd., 2004; Olabi vd. 2015; Kaplan, 2018; Yiğit, 2018, Birdir, İflazoğlu ve Birdir, 2019; Ceylan ve Şahingöz, 2019) çalışmalarıyla

uyumlu bir sonuçtur.

Yapılan çalışma sonucunda turizm bölümlerinde okuyan öğrencilerin gıda neofobisi düzelerinin orta seviyelerde olduğu görülmüştür. Grupları oluşturan Gastronomi Bölümü öğrencileri, Turizm İşletmeciliği öğrencileri ve Turist rehberliği öğrencileri arasında gıda neofobisi düzeyinin daha yüksek olduğu doğrudan yeme içme üretiminde yer alan Gastronomi bölümü öğrencilerinin ise en düşük olduğu görülmüştür. Gastornomi bölümü öğrencilerinde düşük gıda neofobisi beklenen bir sonuçtur. Çünkü literatürde bahsedildiği üzere yeni yiyecekler hakkında bilgi sahibi olmak ve daha önce benzer yiyeceklere aşina olmak neofobi düzeyini düşüren bir faktördür (Pliner ve Hobden, 1992; Martins vd. 1997; Galloway, Lee ve Birch, 2003; Olabi vd. 2009). Rehberlik öğrencilerinin gıda neofobisinin yüksek çıkması (Birdir vd. 2019) yaptıkları çalışmayla uyumludur. Birdir vd. (2019) yaptıkları çalışmada rehber adaylarının gıda neofobisinin ortalamanın üstünde bir skora sahip olduklarını bulgulamışlardır Ayrıca rehberlik öğrencilerinin %54,3'ünün "yeni yiyecek deneme korkusuna sahip (neophobic) olduğu, %45'inin nötr olduğu ve %0,8'inin ise, "yeni, yiyecek denemeye açık (neophilic)" olduğu belirlemişlerdir.

Çalışmada gıda nefobisinin nedenlerine ilişkin yapılan analizlerde genel olarak dini hassasiyetlere bağlı olarak öğrencilerin gıda denemekten kaçındıkları ortaya çıkmıştır. Literatürde Sandıkçı, Mutlu ve Mutlu, (2019) gastronomi öğrencileri üzerinde İslami açıdan haram ürünlere bakış açılarını belirlemek ve gastronomi profesyoneli olma yolunda oluşabilecek ikilemlerini tespit etmek için yaptıkları çalışmada, katılımcılara İslami açıdan haram ürün hakkındaki düşüncelerini belirtmelerini istemişler ve katılımcıların çoğunluğunu alkol tüketmediğini, haram ürünlere karşı hassasiyeti olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla beraber bu durumun profesyonel gelişim açısından sorun yaratabileceğinin de farkında olduklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlarla uyumlu olarak yeni yemek deneme korkusunda ülkemizde dini hassasiyetlerin önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Bununla birlikte sağlık problemlerine yol açabilme ihtimali ile yeni gıdalara karşı temkinli oldukları bu sonucunda Koivisto ve Sjöden, (1996) çocuklar ve aileleri üzerine yaptıkları çalışmada ortaya çıkan nedenlerden (sağlık ve olumsuz sonuçlara neden olabileceği) nedenleri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Gıda neofobisinin genellikle bilgi yetersizliği ve aşina olunmayan yemeklerden kaynaklandığı göz önüne alındığında Turizm Rehberliği öğrencilerinin ve Turizm İşletmeciliği öğrencilerinin çalıştıkları bölge, tur planladıkları bölge ya da tura rehberlik edecekleri bölge yemekleri hakkında daha önce araştırma yapmaları ve bilgi edinmeleri yeni

yiyeceklere karşı

tutumlarında olumlu yönde bir gelişim sağlayacaktır. Yeni yiyeceklere açık olmak turizmin her alanında çalışanlar için önemlidir. Çünkü ister hazırladıkları turlar olsun ister gezdirdikleri gruplar olsun bunları satın alacak olan ya da deneyimleyecek olan turistler buralarda sunulan yemekler hakkında bilgi sahibi olmak isteyecektir. Kendi bilmediğini başkasına pazarlamak ya da anlatmak zor olacağından bu öğrencilerin çalışma hayatında zorluklar yaşaması muhtemeldir.

Turizm eğitimi veren üniversitelerin Gastronomi bölümlerinde zaman zaman farklı kültürlere ait yemekleri hazırlamaları ve bunları sadece Gastronomi bölümünde okuyan öğrencilere değil tüm Turizm bölümü öğrencilerine deneterek bu yiyecekler hakkında bilgi vermeleri gıda neofobi düzeyinin düşürülmesinde etkili olacaktır. Ayrıca farklı mutfaklarda uzman şeflerin okullara davet edilerek çeşitli atölye çalışmalarının düzenlenmesi ve bilgilendirme toplantılarının gerçekleştirilmesi de bu korkunun önlenmesinde etkili olacaktır.

Bireylerin dini inançları ve inançlarına uygun yaşayabilmeleri uluslararası hukuk çerçevesinde güvence altına alınmış en temel insani haklardan biridir. Dolayısıyla inancı gereği çeşitli yiyecek ve içecekleri denemek istemeyenler bu konuda asla zorlanamaz ve bu durumun onların mesleki gelişimlerini engellemesine de izin verilmemelidir. Dini sebeplerle yeni yiyecekleri denemek istemeyen bireyler için işletmelerin o yemeklerin hazırlanmasında diğer çalışanları yönlendirmeleri veya başka çalışanlara tadımını yaptırmaları mümkün olabilir. Bu konudaki bir diğer öneri de dini hassasiyetlere sahip turizm çalışanlarının son yıllarda dünyada ve ülkemizde sayısı her geçen gün artan insanların dini inançlarına uygun tatil yapabilecekleri işletmeleri de kariyer portföylerine dahil etmeleri yönünde olacaktır.

Kaynaklar

Birch, L. L., Gunder, L., Grimm-Thomas, K., & Laing, D. G. (1998). Infants' consumption of a new food enhances acceptance of similar foods. *Appetite, 30*(3), 283–295

Birch, L. L., & Fisher, J. O. (1998). Development of eating behaviours among children & adolescents. *Pediatrics, 101,* 539–549.

Birdir, S. S., İflazoğlu, N., & Birdir, K. (2019). Turist rehberi adaylarında yeni yiyecek deneme korkusu (neophobia). *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, *3*(4), 551-561.

Capiola, A., & Raudenbush, B. (2012). The effects of food neophobia and food neophilia on diet and metabolic processing. *Food and Nutrition Sciences*, *3*(10), 1397-1403.

Ceylan, V., & Şahingöz, S. A. (2019). Yetişkin bireylerde gıda neofobi düzeyinin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies.7* (2), 772-784.

Galloway, A. T., Lee, Y., & Birch, L. L. (2003). Predictors and consequences of food neophobia and pickiness in young girls. *Journal of the American Dietetic Association*, *103*(6), 692-698.

Henderson, J. C. (2009). Food tourism reviewed. *British food journal*, *111*, 317-326.

Kaplan, A. (2018). Gastronomi Turistlerinin Gıda Seçiminde Neofobi– Neofili Etkisi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Kelder, S. H., Perry, C. L., Klepp, K. I., & Lytle, L. (1994). Longitudinal tracking of adolescent smoking, physical activity and food choice behaviors. *American Journal of Public Health, 84*, 1121–1126.

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management, 28*, 423–431.

Kim, Y., Yuan, J., Goh, B.K. & Antun, J.M. (2009), Web marketing in tourism: A content analysis of web sites in West Texas. *Journal of Culinary Science and Technology, 7*, 52-64.

Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management, 33*(6), 1458–1467.

Kivela, J. & Crotts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 30*, 354-377

Koivisto Hursti, U. K. & Sjöden, P. O. (1996). Reasons for rejection of food ıtems in swedish families with children aged 2-17. *Appetite, 26*, 89-103.

Marcontell, D. K., Laster, A. E., & Johnson, J. (2002). Cognitive-behavioral treatment of food neophobia in adults. *Journal of anxiety disorders*, *16*(3), 341-349.

Martins, Y., Pelchat, M. L. ve Pliner, P. (1997). Try it; It's Good and It's Good For You: Effects of Taste and Nutrition Information on Willingness to Try Novel Foods, *Appetite, 28,* 89-102

Nordin, S., Broman, D. A., Garvill, J., & Nyroos, M. (2004). Gender differences in factors affecting rejection of food in healthy young Swedish adults. *Appetite, 43*, 295-301

Okumuş, B., Dedeoğlu, B.B. & Shi, F. (2021). Gender and generation as antecedents of food neophobia and food neophilia. *Tourism Management Perspectives, 37*, 100773.

Olabi, A., Najm, N.E.O., Baghdadi, O.K., & Morton, J.M. (2009). Food Neophobia levels of Lebanese and American college students. *Food Quality and Preference, 20*, 353-362.

Olabi, A., Neuhaus, T., Bustos, R., Cook-Camacho, M., Corvi, T. & Abdouni, L. (2015). An investigation of flavor complexity and food neophobia**.** *Food Quality and Preference*, *42*, 123–129.

Pliner, P., & Hobden, K. L. (1992). Development of a scale to measure the trait of food

neophobia in humans. *Appetite, 19*, 105-120.

Pliner, P., Pelchat, M., & Grabski, M. (1993). Reduction of neophobia in humans by exposure to novel foods. *Appetite, 20*(2), 111–123.

Raudenbush, B., Corley, N., Flower, N. R., Kozlowski, A. & Meyer, B. (2003). Cephalic Phase Salivary Response Differences Characterize Level of Food Neophobia, *Appetite,. (41)*2, 211-212.

Rozin, P. & Vollmecke, T. A. (1986). Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition, 6*, 433-456.

Sandıkçı, M., Mutlu, H. & Mutlu A.S. (2019). Mutfaklarda Profesyonellik ve İslam Çatışması. *2nd International Halal Tourism Congress*, ss. 318-328, 04-06 April 2019, Antalya, Turkiye.

Tuorila, H., Meiselman, L., Bell, R., Cardello, A. V. ve Johnson, W. (1994). Role of Sensory and Cognitive Information in the Enhancement of Certainty and Liking for Novel and Familiar Foods, *Appetite, 23*, 231-246.

Tuorila, H., Meiselman, H. L., Bell, R., Cardello, A. V., & Johnson, W. (1994). Role of sensory and cognitive information in the enhancement of certainty and linking for novel and familiar foods. *Appetite*, *23*(3), 231-246.

Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food quality and preference*, *12*(1), 29-37.

Ural, A., & Kılıç, İ. (2018). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (5. Baskı) Ankara: Detay Yayıncılık

Wolf, K. & Larsen, S. (2019). Are food-neophobic tourists avoiding destinations?. *Annals of Tourism Research, 76*, 346-349.

Yiğit, S. (2018). *Etnik mutfak ürünlerinin tercihinde neofobinin etkisi karşılaştırmalı bir uygulama* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Yiğit, S. & Doğdubay, M. (2020). Tüketicilerin yiyecekte yenilik korkusu düzeyleri üzerine bir araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 4*(1), 1-16.

DENETİM RAPORU GÖRÜŞÜ "GÖRÜŞ VERMEKTEN KAÇINMA" OLAN 2021 YILI BORSA İŞLETMELERİ DENETİM RAPORLARI İNCELENMESİ VE FİNANSAL ORANLARININ ANALİZİ

Öğr. Gör. Dr. Mükrime Öksüz Demirgubuz
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: mdemirgubuz@pau.edu.tr

Özet

Finansal yatırım yapmak isteyen yatırımcıların doğru kararlar alabilmesi için birçok bilgi ve deneyime sahip olmaları gerekmektedir. Özellikle bireysel yatırımcılar finansal bilgileri anlamakta ve doğru bilgilere ulaşmakta zorlanabilmektedir. Ancak denetim raporları herkesin kolayca ulaşabileceği ve okuyarak işletmeyi değerlendirebileceği özelliğe sahiptir. Çalışmada denetim raporu görüşü "görüş vermekten kaçınma" olan 2021 yılı borsa işletmeleri denetim raporları incelenmiştir. İşletmelerin denetim raporlarındaki ortak yönlerin ve dikkat çeken noktaların tespiti yapılmıştır. Ayrıca işletmelerin bazı finansal oranları hesaplanmış ve işletmeler değerlendirilmiştir. Sonuçta işletmelerin denetim raporundaki bilgiler ile finansal oranları karar alıcılar açısından değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Bağımsız denetim raporu, denetim görüşü, görüş vermekten kaçınma, oran analizi.*

EXAMINING THE AUDIT REPORTS OF THE STOCK EXCHANGE COMPANIES FOR THE YEAR 2021, WHOSE AUDIT REPORT OPINION IS "DISCLAIM EXPRESSING AN OPINION" AND ANALYSIS OF THEIR FINANCIAL RATIOS

Abstract

Investors who want to make financial investments need to have a lot of knowledge and experience in order to make the right decisions. In particular, individual investors may have difficulties in understanding financial information and accessing accurate information. However, audit reports have the feature that everyone can easily access and evaluate the business by reading them. In the study, the audit reports of the stock exchange companies for the year 2021, whose audit report opinion is " disclaim expressing an opinion ", were examined. The common aspects and remarkable points in the audit reports of the enterprises were determined. In addition, some financial ratios of the enterprises were calculated and the enterprises were evaluated. As a result, the information in the audit report of the enterprises and their financial ratios were evaluated in terms of decision makers.

Keywords: *Independent audit report, audit opinion, disclaim expressing an opinion, ratio analysis.*

1. GİRİŞ

Borsada işlem yapan işletmelerin finansal bilgileri kamuya açık olarak sunulmaktadır. İşletmelerin sunmuş oldukları bilgiler ve raporlar hem toplumu hem de işletme hakkında karar almak isteyen kişileri bilgilendirmektedir. Bu nedenle sunulan bilgilerin gerekli standartlar ve bilgileri içerecek şekilde oluşturulması gerekmektedir. Bu raporlardan bir tanesi olan denetim raporu işletmelerin finansal tabloları ile ilgili bilgilerin incelenmesi sonucunda oluşmaktadır. Bu rapor ve sonucunda verilen görüş özellikle finansal tabloları tam yorumlayamayan karar alıcılara kolaylık sağlayacak niteliktedir.

Bu çalışmada 2021 yılı borsada işlem gören işletmelerin 31.12.2021 denetim raporunda denetim görüşü görüş vermekten kaçınma olan firmaların denetim raporları ve finansal tabloları incelemiştir. İşletmelerin denetim raporlarındaki ortak yönlerin ve dikkat çeken noktaların tespiti yapılmıştır. Ayrıca işletmelerin finansal oranları hesaplanarak sonuçlar ile denetim raporlarındaki bilgiler yorumlanmıştır. Bu şekilde işletmelerin finansal oran sonuçları ile denetim raporları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir.

2. BAĞIMSIZ DENETİM VE DENETİM GÖRÜŞÜ

Bağımsız Denetim Standartları (BDS)'ler, bir denetçinin finansal tabloları denetlemesine yönelik olarak hazırlanmıştır. BDS, özellikle bağımsız denetçinin genel amaçlarını ortaya koymakta ve bağımsız denetçinin bu amaçlara ulaşmasını sağlamak için tasarlanmış bir bağımsız denetimin niteliğini ve kapsamını açıklamaktadır. BDS'ler, bir bütün olarak finansal tabloların hata veya hile kaynaklı önemli bir yanlışlık içerip içermediği konusunda denetçinin, vereceği görüşe dayanak oluşturacak makul bir güvence elde etmesini zorunlu kılmaktadır (BDS200, s. 4)

Denetimin amacı, hedef kullanıcıların finansal tablolara duyduğu güven seviyesini artırmaktır. Bu amaca, finansal tabloların tüm önemli yönleriyle geçerli finansal raporlama çerçevesine uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığına ilişkin denetçi tarafından verilen görüşle ulaşılmaktadır (BDS200, s. 4).

Bağımsız denetim, "bir işletmenin finansal tablolarının ve diğer finansal bilgilerini; finansal raporlama standartlarına uygunluğu ve doğruluğu hususunda, makul güvence sağlayacak yeterli ve uygun bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi amacıyla denetim standartlarında öngörülen gerekli bağımsız denetim tekniklerinin uygulanarak defter, kayıt ve belgeler üzerinden denetlenmesi ve değerlendirilerek rapora bağlanması süreci" olarak tanımlanmaktadır (Usul, 2013, s. 14).

Denetimin unsurları şu şekilde sıralanmaktadır (Kaval, 2008, s. 3):

Denetim bir süreçtir; denetim çeşitli aşamalarda gerçekleştirilerek ve bir plan dahilinde yapılmaktadır.

İktisadi faaliyet ve olaylara ilişkin iddialardır; denetim bu iddiaların doğruluğu ve güvenilirliğinin araştırılmasını gerçekleştirmektedir.

Önceden saptanmış ölçütler; işletme finansal tabloları iddialar çerçevesinde önceden belirlenmiş ölçütlerle karşılaştırılarak doğruluk ve güvenirliliğine karar verilmektedir.

Denetçi, finansal tabloların tüm önemli yönleriyle geçerli finansal raporlama çerçevesine uygun olarak hazırlanıp hazırlanmadığına ilişkin bir görüş oluşturmaktadır (BDS700, s. 8). Denetçi, yeterli denetim kanıtının toplanmış olduğu ve bu kanıtların topluca değerlendirilmesi sonucunda mali tabloların önemli hatalardan uzak olduğu görüldüğü durumlarda ***olumlu görüş*** vermektedir (Kaval, 2008, s. 181).

Denetçi, elde edilen denetim kanıtlarına dayanarak, bir bütün olarak finansal tabloların önemli yanlışlık içerdiği sonucuna ulaşırsa veya bir bütün olarak finansal tabloların önemli yanlışlık içermediği sonucuna ulaşmak için yeterli ve uygun denetim kanıtını elde edemezse, BDS 705 uyarınca raporunda olumlu görüş dışında bir görüş vermektedir (BDS700, s. 8). Bu durumda; Bağımsız Denetim Standardı (BDS), olumlu görüş dışında bir görüş verileceği zaman kullanılacak üç farklı görüş türü belirtmektedir: Sınırlı olumlu görüş (şartlı görüş), olumsuz görüş ve görüş vermekten kaçınma (BDS705, s. 6-8).

Sınırlı Olumlu Görüş: Denetçi, yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmiş ancak; yanlışlıkların tek başına veya toplu olarak önemli olduğu fakat finansal tablolarda yaygın olmadığı sonucuna varırsa veya görüşüne dayanak teşkil edecek yeterli ve uygun denetim kanıtı elde edememekle birlikte varsa tespit edilmemiş yanlışlıkların finansal tablolar üzerindeki muhtemel etkilerinin önemli olabileceği ancak yaygın olmayabileceği sonucuna varırsa sınırlı olumlu (şartlı) görüş vermektedir.

Olumsuz Görüş: Denetçi, yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmiş, yanlışlıkların tek başına veya toplu olarak finansal tablolar için önemli ve (etkisinin) yaygın olduğu sonucuna varırsa olumsuz görüş vermektedir.

Görüş Vermekten Kaçınma*:* Denetçi, görüşüne dayanak teşkil edecek yeterli ve uygun denetim kanıtı elde edemezse ve varsa tespit edilmemiş yanlışlıkların finansal tablolar üzerindeki muhtemel etkilerinin önemli ve yaygın olabileceği sonucuna varırsa, görüş vermekten kaçınmaktadır. Denetçi, birden fazla belirsizlik içeren istisnai durumlarda, belirsizliklerin her birine ilişkin yeterli ve uygun denetim kanıtı elde edilmiş olmasına bağlı kalmaksızın, belirsizliklerin muhtemel etkileşimi ve finansal tablolar üzerindeki muhtemel kümülatif etkileri sebebiyle, finansal tablolara ilişkin görüş oluşturmanın mümkün olmadığı sonucuna varırsa, görüş vermekten kaçınmaktadır.

Yeterli ve Uygun Denetim Kanıtı Elde Edilememesi Durumunun Niteliği;

Denetçinin yeterli ve uygun denetim kanıtı elde edememesi, denetimin kapsamının kısıtlanması olarak da ifade edilmektedir. Bunlar aşağıdaki nedenlerden kaynaklanabilmektedir (BDS705, s. 14):

- İşletmenin kontrolü dışındaki durumlar;

İşletmenin muhasebe kayıtlarının tamamen tahrip olması veya topluluğa bağlı önemli bir birimin muhasebe kayıtlarına kamu otoritesi tarafından süresiz olarak el konulmuş olmasından kaynaklanabilmektedir.

- Denetçinin çalışmasının niteliği ve zamanlamasıyla ilgili durumlar;

İşletmenin, bir iştiraki için özkaynak yöntemi kullanmasının zorunlu olması ve denetçinin, özkaynak yönteminin doğru uygulanıp uygulanmadığını değerlendirmek için iştirakin finansal bilgilerine ilişkin yeterli ve uygun denetim kanıtı elde edemediği; denetçinin görevlendirilmesinin (seçilmesinin) zamanlamasının, denetçiye, fiziki stok sayımını gözlemleme imkânı vermemesi; denetçinin, maddi doğrulama prosedürlerinin uygulanmasının tek başına yeterli olmadığına ve ayrıca işletmenin kontrollerinin etkin olmadığına karar vermesi durumlarından kaynaklanabilmektedir.

- Yönetim tarafından getirilen kısıtlamalar (sınırlamalar).

Yönetimin, denetçinin fiziki stok sayımını gözlemlemesinin engellemesi; yönetimin, denetçinin belirli hesap bakiyelerine ilişkin dış teyit taleplerini engellemesi durumlarından kaynaklanabilmektedir.

3. FİNANSAL ANALİZDE KULLANILAN FİNANSAL ORANLAR

Finansman, para ve sermayenin sağlanması anlamında kullanılmaktadır. Finansal yönetim, ihtiyaç duyulan fonların uygun koşullarda sağlanması ve bunların yatırım veya finansman kararlarında etkin yönetilmesi faaliyetlerini kapsamaktadır (Okka, 2018, s. 7). Finansal raporlama mevcut ve potansiyel yatırımcılar ve kredi verenlerle yatırım, kredi ve benzeri kararlar almak için kullanacak diğer kullanıcılar için yararlı bilgileri sağlamaktır (Akın vd., 2015, s. 71). Finans yöneticileri finansal analizde farklı soruları yanıtlayacak çeşitli oranları kullanmaktadır (Akgüç, 1998, s. 22).

Oran (Rasyo), finansal tablolarda yer alan iki kalem arasındaki ilişkinin basit matematiksel ifadesi olarak tanımlanmaktadır (Akgüç, 1998, s. 20). Oran analizi ise finansal tablolarda yer alan finansal kalemlerin kullanılması ile işletme hakkında bilgi elde edilmesini sağlamaktadır. Bu bilgileri elde edebilmek için oranlarda kullanılacak kalemler arasında

finansal ve muhasebesel olarak mantıksal ilişki bulunması gerekmektedir. Oran analizi finansal analizde kullanılan en yaygın tekniktir (Karadeniz, Koşan, & Kahiloğulları, 2014, s. 131). Finansal analiz, işletmelerin mali durumu ve faaliyet sonuçlarını değerlendirebilmek ve sağlanan bilgiler ile firma yönetim tarafından alınacak kararlarda temel oluşturduğundan sağlıklı karar alabilmek için gerekmektedir (Akgüç, 1998, s. 19).

Tablo 1: Finansal Analizde Kullanılan Oranlar

Oranlar		Olması Gereken Değer	Kullanım Amacı
Cari Oran	$\frac{\text{Dönen varlıklar}}{\text{kısa vadeli yabancı kaynaklar}}$	(1,5)-2	Yeterli dönen varlığa sahip olup olmadığını göstermektedir.
Asit-Test Oranı	$\frac{\text{Dönen varlıklar} - \text{stoklar}}{\text{kısa vadeli yabancı kaynaklar}}$	1	Stoklar olmadan KVYK ödeyebilme gücünü göstermektedir.
Kaldıraç Oranı	$\frac{\text{Toplam yabancı kaynaklar}}{\text{pasif toplamı}}$	(%60-%70) - %50	Varlıklarının ne kadarlık kısmının yabancı kaynaklarla finanse edildiğini göstermektedir.
Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	$\frac{\text{kısa vadeli yabancı kaynaklar}}{\text{pasif toplamı}}$	(%50)-%33	Varlıkların ne kadarlık kısmı KVYK'larla finanse edildiğini göstermektedir.
Yabancı Kaynakların Öz Kaynaklara Oranı	$\frac{\text{toplam yabancı kaynaklar}}{\text{özkaynaklar}}$	(1,5)-1	Borç dengesini ölçmek için kullanılmaktadır.
Yabancı Kaynaklar Vade Yapısı Oranı	$\frac{\text{kısa vadeli yabancı kaynaklar}}{\text{toplam yabancı kaynaklar}}$	0,66	KVYK'ların yabancı kaynaklar içerisindeki payını ölçmektedir.
Öz Kaynak Oranı	$\frac{\text{özkaynaklar}}{\text{pasif toplamı}}$	(%30)-%50	Varlıkların ne kadarının öz kaynaklarla finanse edildiğini göstermektedir.

Kaynak: (Çabuk vd., 2013, s. 64-68)

Tablo 1'de çalışmada kullanılan finansal oranlara yer verilmiştir. Bu finansal oran sonuçlarının olması gereken değerleri altı çizgili olarak gösterilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ve ülkemizde kabul edilebilir değerleri ise parantez içerisinde gösterilmektedir. Ayrıca tabloda oranların kullanım amacı yer almaktadır.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmada, borsada faaliyet gösteren işletmelerden 31.12.2021 yılında denetim raporu görüşü 'görüş vermekten kaçınma' olan işletmelerin denetim raporları ve finansal tabloları ele alınmıştır. Bu bağlamda üç işletmeye ulaşılmıştır. Bu işletmelerin denetim raporları detaylı incelenerek hangi konuların ele alınmış olduğu ortak yönlerinin ve dikkat çeken noktalarının tespiti yapılmıştır. Daha sonra işletmelerin finansal tablolarına dayanılarak belirlenen finansal oranları hesaplanmıştır. Elde edilen oran sonuçları olması gereken değerler üzerinden yorumlanmıştır. Ayrıca finansal oran sonuçları denetim görüşüyle ele alınarak değerlendirilmiştir. Denetim görüşlerine yönelik yapılan literatür çalışmasında farklı açılardan denetim görüşlerinin ele alındığı görülmüştür. Bu çalışmalar şu şekildedir:

Uyar & Çelik (2009); Borsada işlem yapan işletmelerin denetim raporları denetim işletmelerine göre incelenerek denetim görüşleri ile denetim işletmeleri arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir.

Yaşar (2015); Olumsuz denetim görüşü ile bağımsız denetçi değişikliği arasındaki ilişkiyi Borsa İstanbul'daki işletmelerde araştırılmıştır. Olumsuz denetim görüşü alan işletmelerin sonraki yılda denetçi değiştirdiklerini ayrıca işletmenin olumlu görüş alma olasılığı, önceki yıldaki olumsuz görüş türünden bağımsız iken denetçi türüne bağımlı bulunmuştur.

Gönen & Yıldırım (2019); Borsada işlem gören işletmelerin görüş vermekten kaçınma denetim görüşü alan işletmelerin denetim görüşüne dayanak oluşturan nedenler denetim kanıtları açısından ele alınarak incelenmiştir.

Mat & Önal (2019); Borsada işlem yapan işletmelerin denetim görüşünü etkileyen finansal ve finansal olmayan değişkenler incelenmiştir.

Ayanoğlu & Dölen (2020); Sınırlı olumlu görüş verilen denetim raporları Borsa İstanbul'daki işletmelerde incelenmiştir. Raporlarda sınırlı olumlu görüş verme nedenleri incelenerek sektörler ve bağımsız denetim kuruluşu açısından karşılaştırılmıştır.

Karapınar & Dölen (2020); Borsada işlem gören işletmelerin 2018 denetim raporlarında açıklanan kilit denetim konuları sektör, denetim firması ve denetim görüşü açısından karşılaştırılarak incelenmiştir.

Akdoğan (2020); Borsada işlem yapan işletmelerin bağımsız denetim raporları incelerek denetim firmalarına göre dağılımı, denetim görüşleri ve dayanakları incelenmiştir.

Akdoğan & Kılıç (2021); Borsada yer alan işletmelerin denetim raporları incelenerek; bağımsız denetçi görüşleri, kilit denetim konuları, olumlu görüş dışındaki görüşlerin dayanakları ve bu görüşleri veren denetçiler istatistiksel olarak incelenmiştir.

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Denetim raporunda görüş vermekten kaçınma görüşü verilen işletmelerin denetim raporu incelemesi ve belirlenen finansal oran analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Denetim Raporunda Görüş Vermekten Kaçınma Görüşü Verilen İşletmelerin Denetim Raporu İncelemesi:

Çalışmada ele alınan üç işletmenin 31 Aralık 2021 tarihli konsolide finansal durum tablosu ile aynı tarihte sona eren hesap dönemine ait; konsolide kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelir tablosu, konsolide öz kaynak değişim tablosu ve konsolide nakit akış tablosu

ile önemli

muhasebe politikaları da dahil olmak üzere konsolide finansal tablo dipnotlarından oluşan konsolide finansal tabloları bağımsız denetim işletmeleri tarafından incelenerek grup işletmelerin denetim görüşüne dayanak oluşturacak yeteri uygun denetim kanıtı elde edilemeyerek görüş vermekten kaçınma görüşü verilmiştir.

A İşletmesi; 25.09.2020-07.07.2021 aralığında atanan kayyum sürecinde yaşanan hukuki ihtilafların, kayyumların yetkisiz kalmalarının ve yönetim değişikliklerinin konsolide finansal tablolar üzerinde önemli ve yaygın hata riski oluşturduğu, işletmenin bağlı ortaklıklarına yönelik herhangi bir denetin kanıtı elde edilmediği, işletmenin alacakların tahsilatına ve borçların ödemelerine ilişkin herhangi bir protokol ve ödeme planı bulunmadığı, işletmenin dönem açılış bakiyelerinin doğruluğuna yönelik görüş oluşturulamadığı belirtilmiştir. İşletmenin sermaye ve sermaye yedeklerinin 2\3 ünden fazlasının kayıp olması ancak konsolide finansal tablolarda ise sermaye ve yedeklerinin yarısından fazlasını korumasına rağmen diğer sıkıntılı hususlar işletmenin sürekliliğini devam ettirme kabiliyetine ilişkin önemli belirsizlik ve şüphe oluşturduğu ayrıca işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi nakit girişi sağlanmasına bağlı olduğu belirtilmiştir.

B İşletmesi; İşletmenin peşin ödenen giderler içerisinde ele verilen avanslara ilişkin, ertelenen gelirler içerisinde yer alan alınan avanslara ilişkin, satışlarının %32'lik kısmında ilgili belge ve işlemlere yönelik, satış yeri mağaza açma işletme sözleşmesi kapsamında yapılacak ödeme ve alacakla ilgili, işletmenin almış olduğu danışmanlık ile ilgili ödeme kapsamı ile ilgili, yeterli ve uygun mutabakat elde edilemeyerek görüş oluşturulamamıştır.

İşletmenin vergi dairesine olan yapılandırma borcunu ödememesinde doğabilecek faiz, ceza ve vade farkı ile ilgili, işletme aleyhine başlayan icra takibinin etkilerine yönelik, borcuna karşılık alacağını mahsup ederek kapatma işlemine yönelik, işletme idari personelinin bazı anlaşmalara yönelik ilişkili taraf olmadığını beyan etmesi finansal tablo ve dipnotlarda ilişkili olmayan taraf olarak değerlendirilmesine ilişkin, çek senet düzenleme ve ciro etme yetkili personelin İstanbul'da olması nedeniyle sayılmadığı beyan edildiği için muhasebeleştirilen çek senetlerin bakiyesine ilişkin görüş oluşturulamamıştır.

İşletmenin ertelenen vergi varlığından yararlanmasına imkan verecek şekilde mali karın gerekli zamanda elde edilip edilmeyeceği tespit edilememiştir. Kar elde etmiş olsa da kısa vadeli borçları kısa vadeli varlıklarını aştığı ve diğer açıklamalar da dikkate alındığında işletmenin sürekliliğini devam ettirebilme kabiliyetine ilişkin ciddi şüphe oluşturabilecek önemli belirsizliğin mevcut olduğu belirtilmiştir.

C İşletmesi; İşletmenin değer düşüklüğü testine yönelik bilgi ve belgenin yeterli ölçüde temin edilememesi ve herhangi bir değerleme raporu sunulmaması, dava sürecine girmemiş borçlardan doğabilecek mali yükümlülüklerinin mali tablolara yansıtılmaması görüş oluşturulmasını engellemiştir. İşletmenin likidite durumu işletme sürekliliği açısından ele alındığında işletmenin kaynak ihtiyacı olduğu, çalışmaların yapıldığı ve nakit girişlerinin sağlanması ve kredi kuruluşları ile yeniden yapılandırma gerçekleşirse işletme sürekliliği ve finansallarının olumlu değişeceği belirtilmiştir.

Üç İşletmenin Denetim Raporlarının Ortak Yönleri Şunlardır:

- Birçok işleme yönelik yeterli ve uygun mutabakat elde edilemediği için görüş oluşturulamaması,
- İşletmelerin üzerinde davaların bulunması ve bunlarla ilgili belirsizliklerin bulunması,
- İşletmelerin alacak ve borçlarına yönelik yeterli ve uygun mutabakat bulunamaması,
- İşletmelerin taraf olduğu bankalarla yapmış oldukları işlemlerde yeterli ve uygun mutabakat bulunamaması,
- İşletmelerin işletme sürekliliğine dikkat çekilmesi.

Üç İşletme ile İlgili Dikkat Çeken Unsurlar Şu Şekilde Sıralanmaktadır:

- A ve C işletmelerinin konsolidasyon işlemine yönelik yeterli ve uygun mutabakat bulunamaması,
- A ve B işletmelerinin sayım işlemine yönelik yeterli bilginin elde edilememesi,
- A işletmesinin mali zararına ilişkin görüş oluşturulamaması,
- A işletmesinin sermaye ve sermaye yedeklerinin 2\3 ünden fazlasının kayıp olması ancak konsolide finansal tablolarda ise sermaye ve yedeklerinin yarısından fazlasını koruması,
- B işletmesinin kar elde etmiş olsa da kısa vadeli borçlarının kısa vadeli varlıklarını aşması,
- A ve C işletmelerinin 30 Haziran 2021 sınırlı denetim raporunda görüş vermekten kaçınma görüşü verilmesi,
- B işletmesinde 30 Haziran 2021 tarihli sınırlı denetim raporunda şartlı görüş verilmesi.

İşletmelerin Finansal Oran Analiz Sonuçları:

İşletmelerin finansal oran analiz sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2:İşletmelerin Finansal Oran Sonuçları

Oranlar	A	B	C
Cari Oran	1,351	0,993	0,879
Asit-Test Oranı	1,351	0,536	0,664
Kaldıraç Oranı	1,205	0,496	0,733
Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı	1,147	0,374	0,606
Yabancı Kaynakların Öz Kaynaklara Oranı	0	0,984	2,743
Yabancı Kaynaklar Vade Yapısı Oranı	0,952	0,755	0,828
Öz Kaynak Oranı	0	0,504	0,267

Tablodaki sonuçlara ve oranların olması gereken değerlerine göre aşağıda oranların yorumlarına yer verilmiştir.

Cari Oran: İşletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü yani her bir liralık borcuna karşılık ne kadar dönen varlığa sahip olduğunu göstermektedir. A işletmesinin oranı (1,351) olması işlemenin kısa vadeli borçlarını ödemede yeterli dönen varlığa sahip olmadığı ve ödemede zorlanabileceğini göstermektedir. B (0,993) ve C (0,879) işletmelerinin oranları ise A işletmesine göre daha düşük olduğu ve ödeme güçlerinin yetersiz olduğunu görülmektedir. Kısa vadeli borçlarını ödemede sıkıntı yaşayabileceklerini göstermektedir.

Asit Test Oranı: Cari oranı tamamlayan ve daha anlamlı hale getiren bu oran stoklar olmadan kısa vadeli yabancı kaynaklarını nakit ve kısa sürede nakde dönüştürülebilecek varlıklarla ödeme gücünü göstermektedir. A işletmesinin oranı (1,351) kısa vadeli borçlarını ödemede yeterli dönen varlığa sahip olduğunu göstermektedir. Diğer iki işletmenin B (0,536) ve C (0,664) oranlarına göre bu işletmelerin stoklarını nakde dönüştürmede zorlandıklarında kısa vadeli borçlarını ödemede çok zorlanacaklarını göstermektedir.

Kaldıraç Oranı: A işletmesinin oranı (1,205) olarak çıkması toplam varlıklarından fazlasının yabancı kaynaklarla finanse edildiğini göstermektedir. Bu işletmenin riskli bir şekilde finanse edildiğini göstermektedir. Diğer iki işletmenin B 0,50 (%50) ve C 0,73 (%73) oranlarına göre; B işletmesinin olması gereken ideal oranda olduğu ancak C işletmenin ise ülkemizdeki %70 üst sınırı geçiyor olması işletmenin riskli bir şekilde yönetildiğini göstermektedir.

Kısa Vadeli Yabancı Kaynak Oranı: Kısa vadeli yabancı kaynakların ağırlığını göstermektedir. A işletmesinin oranı (1,147) olması işletmenin borcunu ödemede çok zorlanacağını çünkü işletmenin çok fazla kısa vadeli borcunun olması geri ödeme riskini artırmaktadır. B (0,374) ve C (0,606) işletmelerinin oranlarına göre B işletmesinin ideal

değerlerde olduğu; C işletmesinin ise %50'yi geçtiği için borcunu ödemekte zorlanabileceği söylenebilmektedir.

Yabancı Kaynakların Öz Kaynaklara Oranı: A işletmesinin öz kaynağının negatif olması nedeniyle hesaplama yapılmamıştır. B (0,984) ve C (2,743) işletmesinin oranlarına göre; B işletmesinin oranı ideal değerde iken, C işletmesinin üçüncü kişilerden sağlanan kaynaklarının çok fazla olduğunu yani çok fazla yabancı kaynakla finanse edildiği için zorlanabileceği söylenebilmektedir.

Yabancı Kaynaklar Vade Yapısı Oranı: İşlemelerin oranları A (0,952), B (0,755) ve C (0,828) şeklinde bulunmuştur. Bu oranlara göre üç işletmede 2/3 yani 0,66 olması gereken değeri geçtiği için kısa vadeli yabancı kaynakları toplam yabancı kaynaklar içerisinde fazlaca yer kapladığı görülmektedir.

Öz Kaynak Oranı: İşletme varlıklarının yüzde kaçının ortaklar veya işletme sahibince finanse edildiğini gösteren bu oran A işletmesinin öz kaynağının negatif olması nedeniyle hesaplama yapılmamıştır. B (0,504) ve C (0,267) işletmelerinin oranlarına göre; B işletmesi olması gereken oranda iken, C işletmesinin %30 altında olmasından dolayı işletmenin yükümlülüklerini karşılamada zorlanacağını göstermektedir.

6. SONUÇ

A işletmesinde asit test oranı işletmelerin stokları olmadan ödeyebilme gücünü ölçmeye yarayan bu oran olması gereken değerde iken; diğer oranlarının kötü çıkmıştır. Alacaklarını tahsilatta sıkıntı yaşanabileceği denetim dayanağı neticesinde; alacakların tahsil edilememesi işletmenin stoklarının da olmaması ile borçlarını ödemede zorlanacağı kötü çıkan oran sonuçlarını desteklemektedir. İşletmenin asit test oranının olumlu olması burada anlamını yitirmektedir.

B işletmesinin kaldıraç oranı, kısa vadeli yabancı kaynak oranı, yabancı kaynakların öz kaynaklara oranı ve öz kaynak oranı olması gereken değerlerde çıkmakta iken; diğer cari oran, asit test oranı ve yabancı kaynak vade yapısı oran sonuçları kötü çıkmaktadır. B işletmesinin oranlarının çoğunluğu iyi çıkmasına rağmen hepsi birlikte değerlendirildiğinde denetim raporunda yer alan borçlarını ödemede ve alacakları tahsilde zorlanabileceği denetim dayanağı kötü çıkan oran sonuçlarını desteklemektedir. İşletmenin toplam yabancı kaynaklarının %75'i kısa vadeli olması işletmenin kısa vadeli borçlarını ödemede zorlanabileceğini göstermektedir.

C işletmesinin yapılan oran sonuçları kötü çıkmıştır. Denetim raporu kötü çıkan oran

sonuçlarını desteklemektedir.

Çalışmada denetim raporları ile oranların ele alınmasının sebebi birçok bireysel yatırımcının finansal analiz konusunda yeterli bilgisinin bulunmamasıdır. Yine oranları kısmen bilmek işletme hakkında olumlu veya olumsuz yorum yapmaya yetmemektedir. Bu durum B işletmesinde görülmektedir. Yatırımcıların oran sonuçlarını doğru değerlendirememesi yanlış yatırımlarla sonuçlanabilecektir. Yatırım yapmak isteyenlerin sadece birkaç oran sonuçlarına bakarak yatırım yapması yanlış olacaktır. Dolayısıyla finansal analiz konusunda yeterli bilgisi bulunmayan bireysel yatırımcıların doğru kararlar verebilmesi için bakılabileceği en kolay yol denetim raporlarıdır. Çünkü, denetim raporları içerik ve görüş olarak işletme hakkında açıklayıcı bilgiler içermektedir.

Çalışmada piyasada işlem gören her firmaya yatırım yapmanın kazanç sağlamayacağı görülmektedir. İşletmelerin denetim raporları ile finansal oranları değerlendirilerek işletme sürekliliğinin devam edip etmeyeceği incelenmeli ve özellikle bireysel yatırımcıların doğru yatırımlar yapabilmesi için onlara yönelik uygulamaların ve bilgilendirmelerin yapılması gerekmektedir.

7. KAYNAKÇA

Akdoğan, N. (2020). "Borsa İstanbul (BİST) Şirketlerinin 2017 ve 2018 Yıllarındaki Denetim Görüşleri, Bağımsız Denetçi Raporlarında Verilen Görüşün Dayanağına Yönelik Bir Araştırma". *Muhasebe ve Denetime Bakış*(59), стр. 1-18.

Akdoğan, N., & Kılıç, G. (2021). "Borsa İstanbul (BİST) Şirketlerinin 2019 Yılındaki Denetim Görüşleri, Bağımsız Denetçi Raporlarında Verilen Görüşün Dayanağı ve Kilit Denetim Konularının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi*(64), стр. 1-18.

Akgüç, Ö. (1998). *"Finansal Yönetim"* (изд. 7). İSTANBUL: Avcıol Basım-Yayım.

Akın vd., F. (2015). *"Finansal Yönetim"* (изд. 1). İSTANBUL: Beta Yayıncılık.

Ayanoğlu, Y., & Dölen, T. (2020). "Sınırlı Olumlu Görüş Verilen Denetim Raporlarının İçerik Analizi". *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisai ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22*(3), стр. 703-720.

BDS200. (б.д.). *"Bağımsız Denetçinin Genel Amaçları Ve Bağımsız Denetimin Bağımsız Denetim Standartlarına Uygun Olarak Yürütülmesi"*.

BDS700. (б.д.). *"Finansal Toblolara İlişkin Görüş Oluşturma Ve Raporlama"*.

BDS705. (б.д.). *"Bağımsız Denetçi Raporunda Olumlu Görüş Dışında Bir Görüş Verilmesi"*.

Çabuk vd., A. (2013). *"Finansal Tablolar Analizi"* (изд. 1). (S. Önce, Ред.) ANKARA: Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Gönen, S., & Yıldırım, F. (2019). "Bağımsız Denetimde Kanıt ve BİST Uygulaması". *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8*(1), стр. 1085-1097.

Karadeniz, E., Koşan, L., & Kahiloğulları, S. (2014). "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Spor Şirketlerinin Finansal Performansının Oran Yöntemiyle Analizi". *23*(2), стр. 129-144.

Karapınar, A., & Dölen, T. (2020). "Bağımsız Denetim Raporlarında Kilit Denetim Konusu Açıklamaları: Türkiye Örneği". *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 22*(4), стр. 763-780.

Kaval, H. (2008). *"Uluslararası Finansal Raporlama Standartları Uygulama Örnekleri İle Muhasebe Denetimi"* (изд. 3). ANKARA: Gazi kitabevi.

Mat, M., & Önal, S. (2019). "Bağımsız Denetim Raporlarında Denetim Görüşünü Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Borsa İstanbul İmalat Sanayi Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Uygulama". *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 21*(3), стр. 733-760.

Okka, O. (2018). *"Finansal Yönetim Teori Ve Çözümlü Problemler"* (изд. 7). ANKARA: Nobel Yayıncılık.

Usul, H. (2013). *"Türkiye Finansal Raporlama Standartları Uygulamalı Bağımsız Denetim".* ANKARA: Detay Yayıncılık.

Uyar, S., & Çelik, M. (2009). "İMKB'nda İşlem Gören Şirketlerin Görüşlerinin ve Denetim Raporlarının Denetim Şirketleri Açısından Araştırılması". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(41), стр. 140-156.

Yaşar, A. (2015). "Olumsuz Denetim Görüşü ve Bağımsız Denetçi Değişikliği Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Sanayi Şirketlei Üzerine Bir Uygulama". *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(65), стр. 81-96.

TÜRKMEN DİL BİLİMİNDE OĞUZ DİL GRUBUNA AİT DİLLERİN KARŞILAŞTIRMA YOLUYLA ARAŞTIRILMASI

Dr. Hezretgulı Durdıyev
Türkmenistan İlimler Akademisi Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve Milli El Yazması Enstitüsü
E-mail: hezretgulydurdy@mail.ru

Özet
Türkmen dil biliminde güney-batı Oğuz grubuna ait çağdaş Türkmen, Azeri, Türk ve Gagauz dilleri karşılaştırma yoluyla araştırmak üzere monografi çalışmaları aşamalı olarak gerçekleştirilmektedir. Türkmen dilcilerinin Türk soylu dilleri karşılaştırarak incelemek üzere gerçekleştirilmiş araştırmalar Türkologlar tarafından tanınmıştır. XX. yüzyılın 40'lı yıllarında Oğuz dil gubuna ait Türk soylu dilleri dil bilimi açısından karşılaştırarak incelemeye yönelik ilk denemeler yapılmıştır. 1948 yılında A.Poseluyevski Türk soylu dillerin, daha doğrusu Oğuz dil grubuna ait dillerin karşılaştırma yoluyla araştırılması konusunu ortaya koymuştur. XX. yüzyılın 60'lı yıllarının sonlarında akraba dilleri karşılaştırma yoluyla araştırma konusu tekrar gündeme gelmiştir. B.Çarıyarov Türkologların ilgisini çekegelen Türk soylu dillerin gramer yapısındaki fiil zamanlarına ilişkin konuyu Oğuz grubuna ait dillerin örneğinde karşılaştırarak araştırmıştır. Türkmen dil biliminde akraba dillerin karşılaştırma yoluyla incelenmesini belirli alanlarda ihtisaslaştırarak araştırma çalışmaları XX. yüzyılın 70'li yılların ortalarında daha da geniş kapsama sahip olmuştur. Türkmen dilcileri B.Çarıyarov, A.Borcakov, B.Hocayev, M.Söyegov, S.Ernazarov ve A.Ibrayımov'un öncülüğünde Türkmen dil bilimi, ayrıca Türkoloji tarihinde yakın akrabalığı olan Azeri, Türk ve Gagauz dillerinde çok fonksiyonlu sözcük grubundan olan fiil karşılaştırarak bilimsel araştırmaya tabi tutulmuştur. Türkmen dil bilimcilerinin sözkonusu çalışmalarında ad eylem (isim fiil), sıfat fiiller (ortaçlar), zarf fiiller (ulaçlar), dilek şart kipi, emir ve istek kipi, gereklilik kipi, ayrıca konuşma süreciyle ilgili fiiler gibi aktüel konular incelenmiştir. Bağımsızlığımızın ilk yıllarında Oğuz dil grubuna ait çağdaş Türk soylu dillerin karşılaştırılarak araştırılmasına yönelik monografi çalışmaları yurtdışı bilim camiası tarafından da takdir edilmiştir. Bu da söz konusu bilimsel çalışmaların gerek Türkmen dil bilimine gerek Türkolojiye büyük katkıda bulunduğunu teyid etmektedir. Dolayısıyla, Türk soylu dillerin Oğuz grubuna ait çağdaş akraba dilleri dilsel açıdan karşılaştırarak incelemeye yönelik ilk deneme çalışmalarının XX. yüzyılın 40'lı yıllarından başlatılmış olduğunu ve aynı yüzyılın 70'li yıllarının ortalarında kapsamının genişlemiş olduğunu, bu durumun da Türkmen dil biliminin geliştirilmesi üzere sağlam zemin hazırladığını sergilemektedir. Bu alandaki bilimsel incelemeleri daha da ileri seviyelere taşıma sorunu günümüzde de aktüel olmaya devam etmektedir.

Anahtar kelimeler: *Türkmen, oğuz, türkoloji, diller, karşılaştırmak.*

A COMPARATIVE RESEARCH OF THE LANGUAGES OF THE OGUZ LANGUAGE GROUP IN TURKMEN LANGUAGES

Abstract
In Turkmen linguistics, monograph studies are carried out gradually to research contemporary Turkmen, Azeri, Turkish and Gagauz languages belonging to the south-west Oghuz group by comparison. Studies carried out to examine Turkmen linguists by comparing Turkic languages have been recognized by Turcologists. XX. In the 40s of the 19th century, the first attempts were made to compare the Turkic languages belonging to the Oghuz language group in terms of linguistics. In 1948, A. Poseluyevski put forward the subject of researching the languages of Turkic origin, more precisely the languages belonging to the Oghuz language group, by means of comparison. XX. At the end of the 60s of the 19th century, the subject of research came to the fore again through the comparison of related languages. B.Chariyarov has researched the subject of verb tenses in the grammatical structure of Turkologists, which has attracted the attention of Turkologists, by comparing them with the example of languages

belonging to the Oghuz group. Research studies in Turkmen linguistics by specializing in certain areas of comparative study of related languages XX. In the mid-70s of the 20th century, it had an even wider scope. Under the leadership of Turkmen linguists B.Çarıyarov, A.Borcakov, B.Hocayev, M.Söyegov, S.Ernazarov and A.Ibrayimov, the verb is a multifunctional word group in Turkmen linguistics, as well as in Azeri, Turkish and Gagauz languages, which are closely related in the history of Turkology. were compared and subjected to scientific research. In the aforementioned studies of Turkmen linguists, actual subjects such as noun verb (noun verb), adjective verbs (participles), adverbial verbs (verbs), subjunctive imperative, imperative and imperative mood, and verbs related to the speaking process have been examined. In the first years of our independence, the monograph studies aimed at comparing and researching the contemporary Turkish origin languages belonging to the Oghuz language group were also appreciated by the foreign scientific community. This confirms that these scientific studies have made a great contribution to both Turkmen linguistics and Turcology. Therefore, the first trial studies aimed at examining the contemporary related languages belonging to the Oghuz group of Turkic languages by linguistically comparing them are in the XX. It was started in the 40s of the 19th century and its scope expanded in the mid 70s of the same century. This shows that this situation has prepared a solid ground for the development of Turkmen linguistics. The problem of carrying scientific studies in this field to a higher level continues to be current today.

Keywords: *Turkme, oguz, turkolog, languages, compare.*

KUZEY MAKEDONYA TÜRKLERİNCE SÖYLENEN TÜRKÜLERDEKİ KÜLTÜREL DEĞERLER

Doç. Dr. Osman Emin
"Aziz Kiril ve Metodi" Üniversitesi, Filoloji Fakültesi Türk Dili ve Edebiyat Bölümü,
E-mail: osmanemin@flf.ukim.edu.mk

Özet
Kültür gelişimi bireyin, toplumun değer yargılarını benimseyerek yaşadığı çevreye uyum sağlaması doğru veya yanlışı ayırt edebilmesi ve toplum içinde belli bir yer edinebilmesi için benimsediği davranış biçimleri ve kurallardır. Toplumlar kendilerine ait millî, kültürel, tarihî, ahlaki, manevi vb. bazı değerlere sahiptir. Bireyin aileden aldığı eğitim ve değerlerin ardından eğitim öğretim programları ile bu değerleri edinmesi de toplumun genel yapısı ve geleceği açısından oldukça önemlidir. Kültür, bireylerin bilgi ve eğitimin yanında yaşadıkları toplumun birer üyesi olarak topluma ait değerleri öğrenip bu değerleri toplum içerisinde davranışa dökebilmelerini sağlamak için gayret sarf etmekte, bu değerleri eğitim-öğretim programlarına ekleyerek bunu sağlamaya çalışmaktadırlar. Türküler ise insanların hayatındaki yaşanmışlıkları, geçmişten günümüze gelen tecrübeleri, deneyimleri, duyguları yansıtmıştır. Bunları yansıtırken duygu ve düşüncelerini, sevinçlerini, üzüntülerini, heyecanlarını, sevgilerini, mertliklerini, yiğitliklerini vb. insana ait her türlü beşeri, ruhani, soyut duyguları ait oldukları toplumun kültürüne göre, sözlü ezgilerle aktarmışlardır.

Anahtar Sözcük: *Kültür, değer, edebiyat, türkü.*

CULTURAL VALUES IN TURKISH FOLK SONG BY NORTH MACEDONIC TURKS

Abstract
Cultural development is the behavior patterns and rules adopted by the individual in order to adapt to the environment in which he lives by adopting the value judgments of the society, to distinguish between right and wrong and to gain a certain place in society. Societies have their own national, cultural, historical, moral, spiritual, etc. has some value. It is very important for the general structure and future of the society that the individual acquires these values through education and training programs after the education and values he receives from the family. In addition to culture, knowledge and education, individuals as members of the society they live in make an effort to learn the values of the society and to put these values into behavior in the society, and they try to achieve this by adding these values to their education programs. Folk songs, on the other hand, reflected the experiences of people in their lives, the experiences, experiences and emotions from the past to the present. While reflecting these, they can express their feelings and thoughts, their joys, their sorrows, their excitement, their love, their bravery, their bravery, etc. They conveyed all kinds of human, spiritual and abstract feelings of human beings with verbal melodies according to the culture of the society they belong to.

Keywords: *Culture, value, literature, folk song/ballad.*

TÜRK HALKLARININ EDEBİYATINI ÖĞRETME YOLLARI

Dr. Arif Esadov
Azerbaycan Cumhuriyeti Eğitim Enstitüsü
E-mail: arif_alim@mail.ru

Özet
Dünya kamuoyu her gün yeni başarılar kazanıyor. Gezegensel düşünceyi ve uluslararası dünya görüşünü engellemek artık mümkün değil. Bu yeni kazanımlar ne kadar önemli olursa olsun Türk düşüncesine engel olmamalıdır. Ulusal kimliğimiz ve tarihi mirasımız genç nesillere aktarılmalıdır. Bunun için edebiyat konusunun imkânlarından geniş ölçüde yararlanılmalıdır. Türk devletlerinin eğitim sistemleri, öğrencilere edebiyatın tarihsel gelişimini ve temel değerlerini aktarmalıdır. Bunun için programlarda ve ders kitaplarında özel yaklaşımlar uygulanmalıdır. Ana yaklaşımımız karşılaştırmalı bir yöntemdir. Bu yöntem sayesinde edebiyatımızın zenginliğini, kalkınmanın temel yollarını daha iyi tanıtabilir ve öğretebiliriz.

Anahtar Sözcükler: *Türk edebiyatı, ortak edebiyat, dünya edebiyatı, gezegensel düşünce, milli kimliğin korunması.*

METHODS OF TEACHING TURKISH PEOPLE'S LITERATURE

Abstract
The world community is gaining new successes every day. It is no longer possible to block planetary thinking and international worldview. No matter how important these new achievements are, they should not hinder Turkish thought. Our national identity and historical heritage should be passed on to younger generations. For this, the possibilities of the subject of literature should be used extensively. Education systems of Turkish states should convey the historical development and basic values of literature to students. For this, special approaches should be applied in programs and textbooks. Our main approach is a comparative method. Thanks to this method, we can better introduce and teach the richness of our literature and the basic ways of development.

Keywords: *Turkish literature, common literature, world literature, planetary thought, preservation of national identity.*

KÜLTÜREL MİRAS BAĞLAMINDA BURUN ÜZERİNDEN GERÇEKLEŞTİRİLEN İKONOKLAZM HAREKETİ

Öğr. Gör. Elvan Eser
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: eeser@pau.edu.tr

Özet

Tarih boyunca insanın sahip olduğu ve bugünün insanı için kültürel miras hüviyetinde olan pek çok kıymet, oluşturulduğu zaman diliminden günümüze ulaşıncaya değin yekpareliğini koruyamamıştır. Nitekim bazı hallerde somut kültürel miras öğeleri gerek zamanın ve mekânın gerekse de insanın hırçınlığından veyahut da yıkıcılığından nasibini almış ve formunu yitirmiştir. Bu tür bir bozulmada zaman ya da mekânın koşullarından kaynaklanan tabi yıkımlar veyahut da hasarlar istemsiz kabul edilirken, insan menşeli gerçekleştirilen tahribatın bilinçli ve sistematik bir biçimde vuku bulduğu kabul edilmektedir. Zira kültürel miras öğeleri üzerinde gerçekleştirilen tahribatta beşer faktörü söz konusu olduğunda kutsalın ya da iktidarın ardına gizlenen insan yeni gelen iktidarın veyahut da kutsalın gücüyle eskiyi yıkma çabasına girişmiştir. Nihayetinde ikonoklazm olarak adlandırılan bu yıkım faaliyeti din, iktidar ve insan temelli pek çok yapıda karşılık bulmuştur. İktidar ve güç söz konusu olduğunda sembolik bir değer olarak ikonlardaki burun tasvirlerinin hedef alınarak tahrip edilmesi de son derece manidardır. Bu vesileyle çalışmanın amacı insanlık tarihi boyunca burun özelinde gerçekleştirilen ikonoklazm faaliyetlerinin sebeplerini tespit edebilmek ve temellerine inebilmektir. Verimli bir çalışma ortaya koyabilmek için yazı öncesi dönemden günümüze ulaşmış olan arkeolojik ve görsel malzemenin yanında ikincil kaynaklardan geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmada dolaylı veya vasıtalı akıl yürütme metodunun yanı sıra nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın nihayetinde tarih boyunca evvel insandan günümüz topluluklarına kadar ikon burunları üzerine yapılan mana yüklemeleri, tespitler ve çıkarımlar aktarılmıştır. İncelemeler neticesinde ikonlar üzerine yerleştirilen veyahut da nakşedilen burnun sembolik olarak yüce bir değere haiz olduğu farklı mekan ve dönemlerde farklı toplumlarda aynı mana değerine tekabül ettiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sembolizm, ikonoklazm, burun.*

ICONOCLASM MOVEMENT THROUGH THE NOSE IN THE CONTEXT OF CULTURAL HERITAGE

Abstract

Many values that have been owned by human beings throughout history and that are cultural heritage for today's people have not been able to maintain their monolith from the time they were created until they reach the present day. Actually, in some cases, tangible cultural heritage items have lost their form and have been affected by the irritability or destructiveness of both time and space and human beings. In such a deterioration, natural destructions or damages caused by the conditions of time or space are accepted as involuntary, while it is accepted that human-induced destruction occurs consciously and systematically. Because when it comes to the human factor in the destruction of cultural heritage items, the person hiding behind the sacred or the power has attempted to destroy the old with the power of the new power or the sacred. Ultimately, this destructive activity, which is called iconoclasm, has found a response in many structures based on religion, power and people. It is also very significant that the nose depictions on the icons are targeted and destroyed as a symbolic value when it comes to power. On this occasion, the aim of the study is to determine the causes of iconoclasm activities carried out in the nose throughout the history of humanity and to get down to its foundations. In order to present an efficient study, a wide literature review was made from secondary sources as well as the archaeological and visual materials that have survived from the pre-writing period to the present day. In addition to indirect or mediated reasoning method, qualitative research methods were used in the study. At the end of the research, the meanings, determinations and inferences made on the noses of icons from the first human to today's communities throughout history

have been conveyed. As a result of the examinations, it has

been understood that the nose placed on the icons or embroidered has a symbolically high value and corresponds to the same meaning value in different societies in different places and periods.

Keywords: *Symbolism, iconoclasm, nose.*

TIP VE FİZYONOMİ ÇALIŞMALARINDA BURNUN YERİ VE İSTİHDAMINDAKİ DEĞERİ

Öğr. Gör. Elvan Eser
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: eeser@pau.edu.tr

Özet

Tarih boyunca her bir şeyi anlamak ve tanımak isteyen insan için bu mana yolculuğunda en karmaşık bulduğu ve hali hazırda merakını taze tutan yine kendi varlığı olmuştur. Nitekim yaratılmışlar içerisinde aklıyla kendini diğerlerinden yüce tutan insan yine kendine ait olan her bir yetiyi üstünleştirmiş ve bu üstünlüğün yaradılışındaki ve yaşayışındaki tesirini anlama çabasına girişmiştir. Dahası insanın yaşama tutunmasını sağlayan her bir uzvu aynı zamanda onun yaşam yolculuğunda da kılavuzu olmuştur. Öyle ki, bir uzvun sağlıklı ve işlevini yerine getiriyor olması kadar şekli ve formu da gerek bireysel yaşamda gerekse de toplum nezdinde büyük değer taşımıştır. Bu hal çerçevesinde gelişen fizyonomi ilmiyle birlikte insan kendi ırkını tanımış ve ikili ilişkilerini şekillendirerek geleceğine yön vermiştir. Ayrıca fizyonomi ilminin gelişmesi tarihi süreçten başlayarak bu günün insanı için de iktidarda ve istihdamda belirleyici bir faktör olmuştur. Bu gayeyle her bir uzva ederi oranınca kıymet biçen fizyonomi, denkler arasında birinci olarak kabul edilen -yaşamı bahşetmesi vesilesiyle- buruna daha büyük bir ehemmiyet vermiştir. Böylece burun karakteri ve yazgıyı belirlemede bayrak taşıyıcı hüviyete yükseltmiştir. Çalışmanın amacı burnun fizyonomi nezdinde ki, değerini ve ederini aktarabilmek ve devamında da tıp tarihi açısından burnun irdelenişini tespit edebilmektir. Sahih bir çalışma ortaya koyabilmek için ikincil kaynaklardan literatür taraması yapılmış ve devamında ise elde edilen verilerin analizine dayanılarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın nihayetinde tarih boyunca evvel insandan günümüz topluluklarına kadar *burun* üzerine yapılan tıbbi teşhisler ve tedavilerin yanı sıra fizyonomi çalışmalarında *burun*a yüklenen mana tespit edilmeye çalışılmıştır. İncelemeler neticesinde tıbben dış burnun iç burna oranla daha karmaşık bir yapı olarak kabul edildiği ve sembolik olarak yüksek bir değere sahip olduğu anlaşılmıştır. Dahası bu değer farklı çağlarda ve toplumlarda aynı mana ederine denk gelmekle birlikte bu günün insanının zihninde güce ve karaktere yönelik de kıymetli veriler barındırmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Fizyonomi, burun, karakter analizi, istihdam.*

THE PLACE OF THE NOSE IN MEDICINE AND PHYSIOGNOMY STUDIES AND ITS VALUE IN EMPLOYMENT

Abstract

For people who want to understand and know everything throughout history, it is their own existence that they find the most complex in this journey of meaning and that keeps their curiosity fresh. As a matter of fact, the human being, who considers himself higher than others with his mind among the creatures, has also excelled every ability that belongs to him and has made an effort to understand the effect of this superiority on his creation and life. Moreover, every part of a person that enables him to hold on to life has also been his guide in his life journey. So much so that the shape and form of a limb, as well as being healthy and fulfilling its function, had great value both in individual life and in society. Along with the science of physiognomy that developed around this situation, man recognized his own race and shaped his future by shaping his bilateral relations. In addition, the development of physiognomy has been a determining factor in power and employment for today's people, starting from the historical process. For this purpose, physiognomy, which values each limb in proportion to its value, has given greater importance to the nose, as it bestows life, which is considered the first among peers. Thus, the nose was elevated to the status of a flag bearer in determining the character and destiny. The aim of the study is to convey the value of the nose in terms of physiognomy, and then to determine the examination of the nose in terms of the history of medicine. In order to present an authentic study,

literature review was made from secondary sources, and then qualitative research method was used based on the analysis of the data obtained. At the end of the research, in addition to the medical diagnoses and treatments made on the nose from the first human to today's populations throughout history, it has been tried to determine the meaning loaded on the nose in physiognomy studies. As a result of the examinations, it has been understood that the outer nose has more complex structure and higher symbolic value than the inner nose. Moreover, although this value corresponds to the same meaning in different ages and societies, it also contains valuable data on power and character in the minds of today's people.

Keywords: *physiognomy, nose, character analysis, employment.*

BİLGİSAYAR TEKNOLOJİLERİ İLE ORFOGRAFİYİ ÖĞRETME

Dr. Yaylımdurdı Nazarovıç Garayew
Türkmenistan bilimler akademisinin Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve
Ulusal El Yazmaları Enstitüsü
E-mail: manyeje@mail.ru

Özet

Didaktik günümüzde öğrencilerin çok yönlü gelişmesini dikkate alıyor. Çağdaş inovasyon teknolojileri öğrencilerin ana dili ile yazma alışkanlıklarını aktivleştirmesine etki ediyor. "Türkmenistan'da dijital öğretim sistemini geliştirmenin kavramı'na" (1917) göre ülkemizin orta eğitim liselerinde derslerin ve türkmence dersinin yazma kurallarını inovasyon teknolojileri ile öğretme görevini üstlendi. Derste inovasyon teknolojileri kullanmak için farklılaşma yöntemi avantajlıdır. O yüzden yazım kurallarına ait orfogramlar kelimelerdeki kökenlerine, (asıl, temel, karışık, sonek) öğrencilerin yazılarında yapan hatalarına göre sınıflandırılıyor. Teorik materyaller ve pratik uygulamalar beyan edilmiştir. Öğretici uygulamalar: 1) öğrencilerin okunaklı yazma alışkanlıklarını geliştirmesi; 2) türkmence okunaklı yazma kurallarına ait (tema, içeriği, yapısı, süslemesi) yöntemsel talepleri ortaya çıkarmak 3) dilin okunaklı yazma kurallarına göre basitleştirilen bilgisayarda öğretici uygulamaların dersi organize etmekte imkanları ortaya çıkarmak 4) okunaklı yazma kurallarına göre yeni teorik yaklaşımların modellerini denemek 5) onun işlevini beyan etmek 6) bilgisayar ile orfografiyi öğretmenin yöntemlerine ait özellikler göz önünde bulunduruldu. Bilgisayarda öğretici uygulamalar ile çocukların yazma alışkanlıklarını geliştirmek, türkmence dersinin etkisini yükseltmek, çocuklar ile bireysel, grup, toplumsal ve özel çalışmak, karışık yazma kurallarını öğrenmek gibi görevler tamamlanmıştır.

Anahtar kelimeler: *Türkmen dili, orfografiya, bilgisayar teknolojileri.*

STUDYING OF ORPHOGRAPHIC BY COMPUTER TECHNOLOGY METHODS

Abstract

The following will be considered in the meeting: 1) to improve the orthographic skills of the pupils; 2) methodic requirements in studying orthographic of Turkmen language; 3) to find out the possibilities adaptation rules of orthography in studying process; 4) to describe the work program of the computer technologies' methods.

Keywords: *Turkmen language, orthography, computer technologies.*

Häzirki zamanyň didaktikasy okuwçylaryň köptaraplaýyn ösüşini göz öňünde tutýar. Innowasion tehnologiýalar okuwçylaryň ene dili boýunça ýazuw endiklerini işjeňleşdirmäge, lingwistik ukybyny ösdürmäge oňyn täsir edýär. "Türkmenistanda sanly bilim ulgamyny ösdürmegiň Konsepsiýasyna" (1917 ý.) laýyklykda, ýurdumyzyň orta okuw mekdeplerinde dersleriň, şol sanda türkmen dili dersiniň ýazuw kadalaryny innowasion tehnologiýalar arkaly okatmak wezipesini çözmäge ugur alyndy.

Garaşsyz, hemişelik Bitarap Türkmenistan dünýä döwletleri bilen ykdysady we medeni gatnaşyklary ösdürmegiň çäklerinde, ýaş nesli milli we dünýä ülňülerine laýyk gelýän innowasion tehnologiýalar bilen üpjün etmegi, onuň üsti bilen ýaşlaryň ukyp-başarnygyny ösdürmegi dowam etdirýär. Ýurdumyzda gurlup, ulanylmaga berlen orta, orta hünär we

ýokary

okuw mekdepler tehniki enjamlar arkaly bilim bermek işini gün-günden ýokarlandyrýar. Mekdeplerdäki hereket edýän pedagogik düzümiň işgärleri, öz alyp barýan ugulary bilen baglylykda, dersleri okatmagyň tehnologiýalary boýunça täze ylmy-barlag işleri ýola goýýarlar. Ýurdumyzyň orta medeplerinde dürli dersleri, şol sanda türkmen dili sapagyny kompýuter tehnologiýalary arkaly okatmak ýörgünli häsiýete eýe bolýar. Okuwçylarayň tehniki enjamlar arkaly guralýan okuwa höwesi gün-günden ýokarlanýar. Netijede, mugallymyň gatnaşmagynda çylşyrymly, düşünmesi kyn bolan nazary we amaly sapaklar kompýuter tehnologiýalarynyň üsti bilen ýeňilleşdirilýär. Orfografiýa boýunça ýeňilleşdirilen kadalar we ýumuşlar kompýuterde öwrediji programmalar arkaly okuwçylara ýetirilýär.

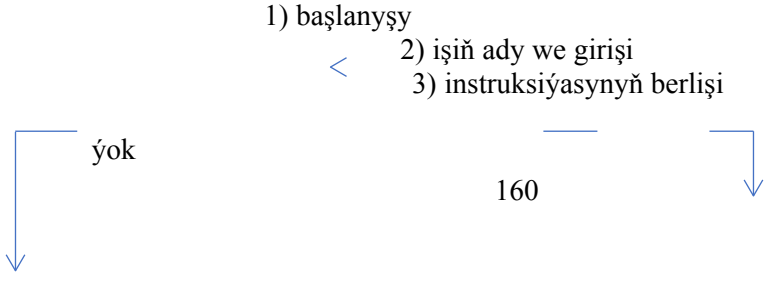
Innowasion tehnologiýalar arkaly guralýan sapakda differensirleme usuly sapaga oňaýly täsir edýär. Şol nukdaýnazardan ugur alnyp, orfografik kadalaryna degişli orfogrammalar sözlerdäki geliş aýratynlygyna (*asyl, düýp, goşma, goşulma*) hem-de okuwçylaryň ýazuw işlerinde goýberýän ýalňyşlaryna görä, ýokary, orta we pes ýetişýän şertli toparlar esasynda bölünýärler. Temalaryň mazmuny toparlaryň statusyna laýyk üýtgeşmeler bilen düzülýär.

Mysal üçin, “Dodak çekimlileriň ýazuw düzgüni” diýen tema degişli orfogrammalar asyl, düýp, goşma, tirkeş sözlerde we goşulmalarda ýazylýar. Ol orfogrammalar *algoritmler* ***(o/a, ö/e, u/y ,ü/i)*** boýunça beýan edilýär. Netijede, dodak çekimli sesleriniň dürli gurluşdaky (asyl, düýp,..) düzümlerde gelşi şekillenýär. Dodak çekimli seslere degişli orfogrammalaryň kadalara laýyk ýütgeýşi gurluşda aýry-aýrylykda şöhlelendirilýär. Şeýlelikde, dodak orfogrammalarynyň hemme görnüşlerini ýüze çykarmaga, aýdylyşy bilen ýazylyşyny deňeşdirmäge mümkinçilik açylýar.

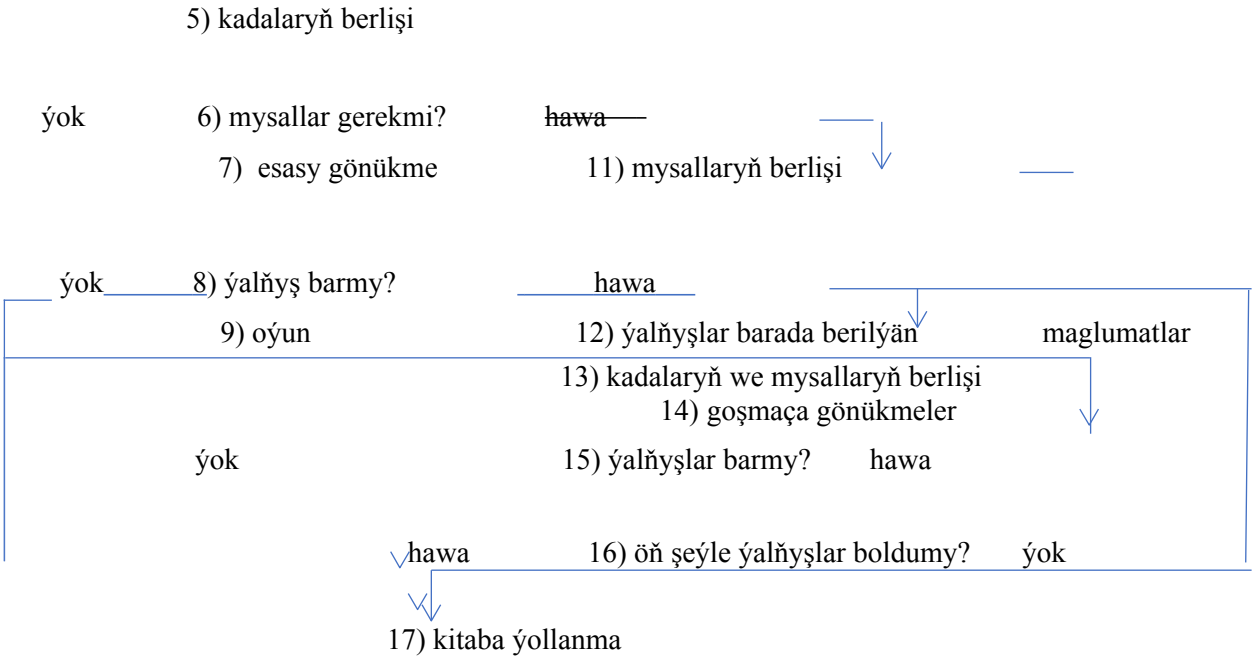
Meselem: *obo/oba, çörökdö/çörekde, tamdyrtowluk/tamdyrtowlyk, gumaksowlukdo/gumaksowlykda, çägesöwlük/çägesöwlik.*

Şu usuldan ugur alnyp, her bir gurluşdaky orfogrammalar boýunça nazary we amaly materiallar hödürlenilýär. Nazary materiallarda dodak çekimli seslere degişli *kadalar* we amaly işlerde bolsa *gönükmeler, ýumuşlar* beýan edilýär.

Okuwçy kompýuterde öwrediji programmalar bilen işlemek üçin, aşakdaky shema boýunça hereket edýär.



4) kadalarbilen tanyşjakmy? hawa



Bu shema okuwçynyň işini maksada gönükdirmäge kömek berýär. Kompýuterde programmadan peýdalanýan okuwçy eýýäm hödürlenilýän işlerden özüne gerekli işi saýlamaga mümkinçilik alýar. Ol berlen shemadaky işleriň toplumyndan islegine görä nazary bilimleri ýa- da gönükmeler bilen işlemäge degişli ýumuşlary saýlap alýar.

Mugallym dil materiallaryny, hususan-da orfografik kadalaryny teswir etmezden öň, çylşyrymly ýazuw kadalary ýeňilleşdirme (adaptirleme) arkaly beýan etmegiň aladasyny etmeli bolýar. Mysal üçin, “Dodak çekimlileriň ýazuw düzgüni” diýen temany “Giň dodak çekimliler” we “Dar dodak çekimliler” diýen iki kiçi böleklere bölüp, ***o ,ö*** *we* ***u, ü*** çekimli sesleriniň asyl, düýp, goşma, tirkeş, alynma sözlerdäki we goşulmalardaky ýazuw kadalardan ugur alýar.

Şunlukda, kompýuterde öwrediji prgorammalara girizilen materiallar okuw işlerini täze esaslaryny döredip, okuwçynyň geçilen temany doly derejede özleşdirmegine, mugallymyň döredijilik işiniň ýokarlanmagyna hem-de mekdep didaktikasyna innowasion tehnologiýalary aralaşdyrmagyň usulyýetini işläp düzmäge borçlandyrýar.

Biziň alyp baran ylmy-barlag işlerimiz okuwçylaryň orfografik endigini kämilleşdirmäge, türkmen dili sapagyny kompýuter tehnologiýalary arkaly alyp barmaga ýardam edip:

a) okuwçylaryň ýazuw işlerine goýberýän ýalňyşlaryny düzetmegiň;

b) kompýuter tehologiýalary arkaly orfografik kadalary üznüksiz öwretmegiň we özbaşdak işlemegiň;

ç) türkmen diliniň orfografik kadalary boýunça kompýuter tehnologiýalary üçin elektron serişdeleri taýýarlamagyň;

d) türkmen diliniň orfografik kadalaryny kompýuter tehnologiýalary arkaly öwretmegiň usulyetini işläp düzmegiň tejribesini görkezmäge ýardam etdi.

TÜRKMENCE VE FARSÇA'DA BENZETME EDATIYLA YAPILAN DEYİMLER
(Hayvan adlarının kullanıldığı deyimlerin örneğinde)

Öğr. Gör. Gülşat Gundogdiyeva
Mahtumkulu Devlet Üniversitesi, Fars Dili ve Edebiyatı
E-mail: gundogdyyewagulsat9@gmail.com

Özet
İşbu makalenin konusu hayvanat dünyasının temsilcilerinin isimlerinin geçtiği, Türkmence ve Farsca'da eşdeğer anlamda kullanılan benzetme edatıyla yapılmış olan deyimlerin ortaya çıkarılması ve iki dildeki işlevsel prensiplerinin belirlenmesidir. Makalenin başlıca amacı karşılaştırılmakta olan iki dildeki deyim birimlerinin karşılaştırmalı tahlilinin yapılması ve onlardan benzetme edatıyla yapılan deyimlerin eşdeğerlerinin ortaya çıkarılması, dolayısıyla incelenmekte olan iki dilin arasında sıkı tarihi ilişkilerinin mevcudiyetinin sergilenmesidir. Tamamen farklı dil ailelerini temsil eden Türkmence ile Farsça'nın deyimlerinin incelenmesi ve onların içinden tam ve kısmi eşdeğerlerinin ortaya çıkarılması dil bilimi dalında derinlemesine incelenmesi gereken sorunlardan biridir. Araştırma sonuçları tarihi süreç içerisinde şekil ve kısmi olsa da anlam değiştiren, ayrıca günümüzde yaygın olarak kullanılan ve karşılaştırılmakta olan iki dilin kelime dağarcılğında varlığını sürdüren eşdeğer deyimelerin ortak noktalarını ve aralarındaki farkı, ayrıca, leksikoljik, semantik ve yapı özelliklerini belirleme imkanı temin etmektedir. Ortaya atılan sorunların incelenmesi üzere karşılaştırmalı araştırma yöntemi kullanılmıştır. İncelenmiş olan örneklere dayanarak iki halkın temsilcilerinin de aynı veya anlamca birbirine çok yakın deyimler kullandıkları sonucuna varılabilir. Karşılaştırılmış olan örneklerin belirli kısmında sözcük ve ses farklılıkları göze çarpsa da anlam bütünlüğü mahfaza edilmiştir. Böylece, iki halkın bitmez tükenmez dilsel zenginliği olan özgün deyimler eski dönemlerden günümüze kadar varlığını aktif olarak sürdürmektedir.

Anahtar kelimeler: *Türkmence, Farsça, benzetme edatıyla yapılan deyimler, karşılaştırmalı tahlil, hayvanlar.*

COMPARATIVE PHRASEOLOGICAL UNITS IN THE TURKMEN AND PERSIAN LANGUAGES
(On the examples of phraseological units, in which the names of animals are used)

Abstract
The topic of this paper is the identification of equivalent comparative phraseological units in the Turkmen and Persian languages, which use the names of representatives of the fauna and the principles of their functioning in two languages. The main purpose of the paper is a comparative analysis of phraseological units of two compared languages, identification of equivalent comparative phraseological units in them, as well as showing the existing close historical relationships between the two languages under study. The study of phraseological units of the Turkmen and Persian languages,belonging to different language families, the identification of full and partial equivalents in them is an important issue in the process of deepening knowledge in the field of linguistics. The study results make it possible to identify similarities and differences, as well as features in the vocabulary, semantics and structure of equivalent phraseological units of the two compared languages, preserved in the dictionary treasure trove of the Turkmen and Persian languages, which have changed their form and partly their semantic load over time, and are widely used today. The comparative research method was used to achieve the set objectives. Based on the given examples, it can be concluded that the representatives of the two nations use the same or very similar concepts in their phraseological units. Despite the fact that some of them differ somewhat in lexical composition or phonetics, the semantic similarity is generally preserved. Thus, from ancient times to the present day, original phraseological units have been actively used, which are inexhaustible source of the languages of the two peoples.

Keywords: *Turkmen language, the Persian language, comparative phraseological units, comparative analysis, animals.*

Good relations between peoples that have been going on for a long time have had an influence on the culture and traditions of the nations, as well as on their languages. The mutualinfluence of languages is most clearly sensed when sonsidering the examples of words, terms and set phrases. This situation can be proven using the examples of the mutual relationship between the Turkmen and Persian languages.

The Turkmen and Persian languages are rich in meaningful, wise words, set phrases and phraseological units. The appropriate use of set phrases contributes to the enrichment of each person's vocabulary, the further development of speech culture, and enhancing the expressiveness of the language. Comparative phraseological units have a special significance among set phrases in the Turkmen and Persian languages. In addition to similarities in the comparative phraseological units used in languages, it is possible to see distinctive features. It depends on the characteristics of each nation's culture, history, religion, attitude to the surrounding environment, and everyday life. During the research, no specially prepared scientific works related to the mentioned phraseological units have been found. However, in scientific works by Russian scholars L.S. Peisikov "Лексикология современного персидского языка" (Пейсиков, 1975), Y.A. Rubinchik "Основы фразеологии персидского языка" (Рубинчик, 1981) and G.S. Goleva "Фразеология современного персидского языка" (Голева, 2006), by Turkmen scientists K. Babaev "Türkmen dilinde idiomalar" (Babaýew, 1962) and the candidate dissertation by O. Nazarov "Сопоставительный анализ соматических фразеологизмов русского и туркменского языков" (Назаров, 1973), work by A. Ovezov "Türkmen edebi dilinde alynma sözleriň ulanylyşy" (Öwezow, 1988), scientific articles by Armenian scientist E.K. Karabaktyan "Особенности способов и приёмов перевода фразеологизмов различных языковых культур" (Карабакцян, 2012) and Turkmen scientist M. Tugiyeva "Komparatiw frazeologizmler we olaryň deňeşdirme bölegini düzýän sözleriň toparlara bölünişi" (Tugiýewa, 2010) and "Rus hem türkmen dillerindäki adýektiw komparatiw frazeologizmler" (Tugiýewa, 2012) contain analisis of comparative phraseological units. Despite the fact that several scientific studies have been conducted in this field, it is necessary to study it thoroughly, more precisely, to continue the analysis of comparative phraseological units in the Turkmen and Persian languages.

The characters used in these phraseological units are generally known patterns. According to Russian scientist Y. A. Rubinchik, the number of comparative phraseological units set phrases always due to the newly emerging set phrases. However, not all figurative comparisons have the same degree of stability (Рубинчик, 1981: 101). The uniqueness of each people and difference of their understanding of the world can be seen through phraseological units. For example, peoples interconnect the character of the same animal and the different characters of a person. In the Turkmen and Persian languages, a donkey is associated with rudeness, stupidity or sometimes with diligence. In other languages, it is associated with stubbornness or patience (Телия, 1986: 108). A person is compared to a chicken (cock) in the Turkmen and Persian languages to indicate his aggressiveness. In other languages, it indicates stupidity or diligence (Телия, 1986: 108). Similar situations can also be found when using objects of inanimate nature. For example, "water" is associated with tenderness, skill and pureness in one language, while in another language it can be used to indicate something flavorless. As for comparative phraseological unites related to human body parts, a "palm" can mean a flat, straight or narrow place in some of them, whereas in other languages it indicates the clarity and concreteness of something. The comparative study of such phraseological units allows for better learning and understanding the worldviews, culture, and characteristics features of the people who speak that language.

Comparative phraseological units mainly consist of two components. Such phraseological units are formed according to the model such as "noun + comparative conjunction" in the Turkmen language and "comparative conjunction مثل (mesl) + noun" in the Persian language. Comparative phraseological units are characterized mainly by the connection to the characteristic features of animals, birds, insects, fish, plants, abstract concepts and specific items (objects). However, since the same phraseological unit can have several meanings in some cases, one more auxiliary word (adjective or verb) can be added to the two components. It should be noted that, in addition to the simple verb form, the compound verb is also used in the comparative phraseological units of the two languages, and the verbs in some phraseological units are presented as the infinitive in the dictionaries of the two languages, which persons and tenses change depending on the context. The item (object) being compared can mean animate or inanimate object, and its characteristic feature. Russian scientist V. N. Teliya says in this regard: "Human mind first interprets the properties of some object in "human-like" signs, and then again transfers them to a person". (Телия, 1986: 108).

In the course of the research, many comparative phraseological units were identified in the two languages. In the composition of artistic linguistic means discussed in the work, equivalent examples of the names of fauna representatives were shown.

The actively used phraseological units in the two compared languages have the names of animals and insects such as horse, goat, donkey, lamb, camel, cow, hen, cock, mouse, cat, dog, wolf, fox, deer, badger, snake, bear, dragon, monkey, snake, lizard, mite, wasp, ant and shard-beetle, as well as the named of birds, including cock, sparrow, haw, and nightingale. Moreover, the analysis provided an opportunity to see that the names of domestic animals appear more often in the composition of comparative phraseological units than those of wild animals. This can be explained by the fact that people always see their domestic animals and observe their behavior. As Russian scientist S.M. Demidov pointed out, it is a natural situation that people's attitudes towards animals varied in different periods of society's development. Such attitudes were primarily related to animals' appearance (beauty, size), physical characteristics (strength, speed, endurance), as well as their role in everyday human life and economic activities (Демидов, 2020: 143). Let's refer to examples to prove what has been said. The word "dog" is frequently found in Turkmen comparative phraseological units, which often has the same negative character as in Persian comparative phraseological units. For example, the Turkmen people say "he is like a dog" about a person who answers a question rudely (TDDS, 2016: 609). Its equivalent expression in Persian goes like همه پاچۀ را سگ مثل گرفتن (mesl-e säg paçe-ýe häme ra gäräftän; word-for-word translation: "bites everyone's legs like a dog") (Голева, 2006: 68). In the Turkmen colloquial language, it is said that "he barks like a dog" when anybody quarrels or blames someone loudly. A phraseological unit with the same meaning and structural composition is used in the Persian language such as واق سگ مثل کردن واق (mesl-e säg wag wag kärdän; word-for-word translation: to bark like a dog") (Голева, 2006: 90).

The Turkmen and Iranian peoples use an absolutely synonymous phraseological unit "like a mad dog" (TDFS, 1976: 126) and هار سگ مثل (mesl-e säg-e har; word-for-word translation: "like a mad dog"), respectively, to describe a very severe, angry and hot-tempered person (Голева, 2005: 332).

According to Iranian belief, a dog has seven lives. Therefore, they equate a healthy, strong and viable person capable of great endurance with a dog, and apply to him a

phraseological unit مثل سگ هفت جان داشتن (mesl-e säg häft jan daştän; word-for-word translation:

“he has seven lives like a dog”). There is a phraseological word combination with the same meaning in the Turkmen language that contains the word “dog” (TDDS, 2016, 609), but it is not in the form of a comparative phraseological unit. As can be seen from the examples, the word “dog” is used in the phraseological units of both languages to emphasize an object or situation, and in many cases the dog’s negative character is indicated.

In the comparative phraseological units of the two nations, the word “donkey” is used to describe a person’s rudeness, stupidity, lack of understanding or excessive capacity for work. For example, when talking about a rude, stupid and dull person, in the Turkmen language it is said “like a donkey”, and in Persian there are its complete equivalents الاغ مثل and we خر مثل (mesl-e här; word-for-word translations: “like a donkey”) (Голева, 2005: 191).

There are complete equivalents in comparative phraseological units of the two languages under review containing the word “donkey”, to which a verb is added. These are “to work like a donkey” (TDFS, 1976: 80) in Turkmen, and کردن کار خر مثل (mesl-e här kar kärdän; word-for-word translation: “to work like a donkey”) in Persian (منصور شاهی, 1963: 475). In both languages, these phraseological units mean that one is working very hard, until exhaustion. During the research, another Persian synonymous expression of the mentioned set phrases was identified, where the word “dog” is used instead of “donkey”. This is کندن جان سگ مثل (mesl-e säg jan kändän; word-for-word translation: “overstrain oneself like a dog, exert oneself to the utmost” (Голева, 2005: 332), and there is also a Turkmen wise saying that refers to the mentioned animal, which goes: “like reading a “lecture” in the ear of a donkey”. This concept is found in Turkmen sources both as a proverb ((PÇ, 2016: 374) and as a phraseological unit (TDDS, 2016: 355). Perhaps it is a proverb that had turned into a phraseological unit due to its active use among the people. This sentence in Persian is said in the form of comparative degree without the addition of an affix, i.e. not using the word مثل (mesl): خواندن یاسین خر گوش بهِ (be guş- e här ýasin handän; word-for-word translation: “to read a “lecture” in the ear of a donkey”) (منصوری مهتاب, 1380: 80).

In the two languages compared, there are several phraseological units associated with camel. In the Turkmen language, the phraseological unit “like a camel” has three meanings: 1) “giant, big (stout, clumsy)”; 2) “sluggish, indifferent, careless”; 3) “rude, clumsy (man)” (TDDS, 2016: 320). If we look at the equivalent set phrase in Persian شتر مثل (mesl-e şotor; word-for-word translation: “like a camel”), we will see that it fully corresponds in its components to the above-mentioned Turkmen phraseological unit. However, if we take into

consideration their meanings, we can see that they differ from each other. The Persian phraseological unit is always used to refer to a person who keeps chewing or hopping about (ППП, 1961, 295). In the course of research, the Persian phraseological units were identified that, although they does not match the structure of the Turkmen phraseological unit mentioned above, fully corresponds to its first and second meanings: لوح شتر مثل (mesl-e şotor-e luh; word- for-word translation: "like a short-haired camel with a load") and شاه شتر مثل (mesl-e şotor-e şah; word-for-word translation: "like a king's camel") (ПРС, 2008: 93).

The word "maya", which means "camel" in the Turkmen language, more precisely, "an offspring of the Arvana breed of camel", is referred to for comparison with the beauty, grace and slenderness of women, where a phraseological unit "like Maya" (TDDS, 2016: 91), and sometimes expressed as Akmaya in spoken language, is used, but no phraseological unit equivalent to that in the Turkmen language was not found in Persian.

During the research, set antonymous similarities were also identified in the two languages, which had resulted from the use of the word camel. There are phraseological units in the Turkmen and Persian languages, such as "like a camel's heel" (Öwezow, 1988: 217), and شتر- پاشنه مثل (mesl-e paşne-ýe şotor; word-for-word translation: "like a camel's heel"), respectively (Голева, 2005: 88). Although their translation is identical, they are completely different in meaning (semantics). This phraseological unit means "shameless, impudent person" in the Turkmen language, and "dry black bread" in Persian.

In the Turkmen language it is said "like a lamb" (the form "like a sheep" is also often used) to describe a quiet and mild person. The Iranians have a phraseological unit بره مثل (mesl- e bärre; word-for-word translation: "like a lamb"), which is similar both in translation and meaning (Голева, 2006: 107).

When speaking about a person who appears in an undesirable place, pokes his nose into other people's affairs and intermeddles, a comparative phraseological unit "like the front leg of a goat" (TDFS, 1976: 90) is used in the Turkmen language. There are phraseological units in Persian that are perfectly identical in meaning, but do not have the animal's name and are completely different in structure. These are هرهم نخود (هر) آش (nohud-e häme-ýe (här) aş; word- for-word translation: "a pea for all dishes" (Голева, 2006: 91) and ناشسته قاشق مثل (mesl-e gaşog-e naşoste; word-for-word translation: "like an unwashed spoon") (ППП, 1961: 301). As we can see, the last analogous phraseological unit is the complete equivalent of the Turkmen

phraseological unit “like an unwashed spoon” (TDFS, 1976: 388). The complete equivalent of the mentioned phraseological unit in Persian is used mainly when talking about children.

In the course of the research, another Turkmen phraseological unit containing the word “goat” and its homonymous equivalent in Persian were found. Taking into account the playfulness and swiftness of the goat, the Turkmens say “like a goat” in the spoken language referring to a lively person, often children. It has been identified that there is an equivalent that has a perfectly similar structure in Persian that goes بـز مـثـل (mesl-e boz; word-for-word translation: “like a goat”) (Нассири, 2013: 61). The meaning of this Persian phraseological unit is completely different from that in the Turkmen language, which is used when talking about a coward.

There are perfectly identical comparative phraseological units in the Turkmen and Persian گـاو مثـل (mesl-e gaw; word-for-word translation: “like a cow”) (Голева, 2005: 438) languages, used to emphasize the rudeness, lack of culture and ignorance of a person). Some sources contain information that the mentioned identical set phrases are also used in both languages within the meaning “a voracious and insatiable person” (Öwezow, 1988: 217) or sometimes “a fat, clumsy person” in the Persian language (ППП, 1961: 306).

As was mentioned above, the same animal is associated in different languages with the appearance and character traits of a person. For example, when the Turkmens describe a girl’s prettiness, slenderness and beauty, they say “like a fallow deer” (TDFS, 1976: 242). During the research, it was found that there is a comparative phraseological unit آهو مثل (mesl-e ahu; word- for-word translation: “a fallow deer”) (Öwezow, 1988: 217) that completely matches with the above phraseological unit in terms of its meaning and structural composition. One more finding to be noted is that this phraseological unit in Persian has other, completely different meanings. Its first meaning is “fast”, “swift” and in its second meaning is “coward” (Голева, 2005: 29).

As among other nations, the Turkmens and Iranians associate brave, vigorous, fearless and strong men with lions. As a result, the phraseological unit “like a lion” (TDDS, 2016: 362) and اسـت شـیر مثل (mesl-e shir äst; word-for-word translation: “like a lion”) (, منصـور شـاهی 307 :1963) came into existence.

There are comparative phraseological units in the Turkmen and ersian spoken languages such as “like a turtle” (БРТС, 1986: 645) in Turkmen and پشـت سـنـگ مثل (mesl-e sangposth; word-for-word translation: “like a turtle”) (ППП, 1961: 293) in Persian. When

the Turkmens

compare a person with a turtle, they mean his slowness, while the Iranians associate this creature with its caution, alertness and circumspection.

The Turkmens use the set phrase “like a snake” in a conversation for comparison with a spiteful and insidious man, especially a cunning woman. Its equivalent in Persian is افعی مثل (mesl-e äf'i; word-for-word translation: “like a viper”) (Голева, 2006: 95), and there is also evidence that it means “rude, moaning woman”.

Now let’s analyze the semantic features of comparative phraseological units associated with bird names. Among the Turkmen and Iranian peoples, and “owl” is associated with bad human qualities. For example, in the Turkmen language, a lonely, unsociable person is said to be “like an owl” (TDDS, 2016: 129) and in Persian, a person who brings misfortune and trouble is called شوم بوم مثل (mesl-e bum-e shum; word-for-word translation: “fatal like an owl”".

The Turkmens describe a quarrelsome and pugnacious man saying “like a rooster on the point of crowing” (TDFS, 1976: 142) or in an abbreviated form “like a rooster”. It was found that there is a phraseological unit in Persian, completely identical in meaning, but slightly different in content: جنگی خروس مثل (mesl-e horus-e jängi; word-for-word translation: “like a fighting cock”) (Голева, 2006: 95).

Turkmens use to say about a person who eats and drinks very little “like a bird”. The word “swallow” is used instead of “bird” in the Persian equivalent of this comparative phraseological unit: ulanylyp, ابابیل مثل (mesl-e äbabil; word-for-word translation: “like a swallow”) (ПППП, 1961: 254). It was also found out that the mentioned Turkmen phraseological unit has the meanings “light” and “quick, fast” (TDFS, 1976: 132).

The article compares the Turkmen and Persian similar phraseological units related to the names of representatives of the animal world. An attempt was made to identify the similarities, differences and features of the etymology of linguistic units actively used by representatives of the two peoples, and show the diversity of the semantics of phraseological units in the two languages belonging to different language families. In the course of the comparative analysis, a number of similar phraseological units in the two languages associated with animal names, which are completely or partially identical, have been found. This has once again proved the importance of comparing the phraseological units of the Turkmen language with the linguistic units in other languages.

References

Пейсиков, Л.С. (1975). *Лексикология современного персидского языка*. – Москва: Изд-во Московского университета. – 207 с.

Рубинчик, Ю.А. (1981). *Основы фразеологии персидского языка*. – Москва: Наука. – 276.

Голева, Г.С. (2006). *Фразеология современного персидского языка*. – Москва: Муравей. – 223 с.

Babaýew, K. (1962). *Türkmen dilinde idiomalar*. – Aşgabat. – 200 s.

Назаров, О. (1973). *Сопоставительный анализ соматических фразеологизмов русского и туркменского языков*: дис.... канд. филол. наук: 10.02.02. – Aşgabat.

Öwezow, A. (1988). *Türkmen edebi dilinde alynma sözleriň ulanylyşy*. – Aşgabat: Ylym. – 266. Карабахцян, Э.К., Григорян, Е.О. (2012). *Особенности способов и приемов переводафразеологизмов различных языковых культур* // «Филология и лингвистика в современном обществе». Международная заочная научная конференция. – Москва. – С.109

Tugiýewa, M.H. (2010). Komparatiw frazeologizmler we olaryň deňeşdirme bölegini düzýän sözleriň toparlara bölünişi // Türkmenistanda ylym we tehnika. – № 1. – S.65-73.

Tugiýewa, M.H. (2012). Rus hem türkmen dillerindäki adýektiw komparatiw frazeologizmler // Beýik Galkynyş eýýamynyň batly gadamlary. – Aşgabat. – № 1. – S.343-346.

Телия, В.Н. (1986). Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – Москва: Наука.144 с.

Демидов, С.М. (2020). Растения и животные в легендах и верованиях туркмен. Серия «Этнография туркмен». Вып.1. – Москва: Старый сад. – 446 с.

TDFS (1976). Türkmen diliniň frazeologik sözlügi. S.Altaýewiň we beýlekileriň redaksiýasy bilen. Aşgabat: Ylym. – 400 s.

Голева, Г.С. (2005). Фарси-русский фразеологический словарь. – Москва. – 554 с.

TDDS (2016). Türkmen diliniň düşündirişli sözlügi. I tom. – Aşgabat: TDNG. – 648 s. شاهی منصور. اصطلاحات فارسی ایران. – پراک، 1963. – ص992.

s. 560 – gullugy. neşirýat döwlet Türkmen Aşgabat: – çeşmesi Paýhas (2016). مهتاب منصوری، ضرب المثل های ایرانی، تهران، 1380، ص302. PÇ

ППП (1961). Персидские пословицы и поговорки. Сост., перев. и комментарии Х.Г.Короглы. – Москва: Изд-во Восточной лит-ры. – 364 с.

ПРС (2008). Персидско-русский словарь, под ред. Ю.А.Рубинчика. Т. II. –Тегеран: Гуттенберг. – 848 с.

БРТС (1986). Большой русско-туркменский словарь. Под ред. Б.Чарыярова, С.Алтаева. Т. I – Москва: Русский язык. – 816 с.

Нассири, М. (2013). Фразеологизмы в персидском и русском языках: сопоставительный аспект разных видов. – Москва. https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizmy-v-persidskom-i-russkom-yazykah-sopostavitelnyy-aspekt-raznyh-vidov

ABOUT SOME PERSONAL NAMES OF TURKMEN

Doç.Dr. Ata Gylyjov
Türkmenistan ılımlar akademisinin Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve Ulusal El Yazmaları Enstitüsü
E-mail: manyeje@mail.ru

Abstract
When studying Turkmen anthroponyms, we proceeded from the living conditions of the people, natural features, professional activities, etc. Turkmen personal names can be words denoting, for example, the concepts of time associated with color, toponymic names, names of plants, etc. In the region under study, personal names associated with the names of the months of the lunar calendar, the names of the seasons and days of the week are actively used. Here are examples of anthroponyms formed from the names of the months of the lunar calendar: *Aşyr (a shir)* – the name of the first month of the Muslim lunar year. With this component, proper names are formed in the Turkmen language. Male names: *Ashir, Ashirberdy, Ashirdurdy, Ashirmammad, Ashirtagan, etc.* Female names: *Ashirbibi, Ashirgul, Ashirbike, etc. Sapar (with apar)* – the name of the second month of the Muslim lunar year . With this component, proper names are formed in the Turkmen language. Male names: *Sapar, Sapargeldy, Saparmammed, Saparm y rad, etc.* Women's names: *Saparbike, Sapargul, Ogulsapar, Saparbibi, etc.* As we know, our great-grandfathers for many centuries strictly observed national traditions in the naming system. They passed down the culture of naming children from generation to generation. This is clearly seen from the above examples. Personal names as an object of lexicology are an integral part of the vocabulary of the Turkmen language. As a rule, most personal names are formed on the basis of everyday words. In the Turkmen family, when adhering to children, they rely on national traditions. Over time, some names become obsolete, become archaic, but new personal names emerge.

Keywords: *Turkmen language, anthroponyms, personal names, names of the months.*

TÜRKMENLERİN BAZI KİŞİ İSİMLERİ HAKKINDA

Özet
Türkmen antroponimlerini incelerken insanların yaşam koşullarından, doğal özelliklerinden, mesleki faaliyetlerinden vb. yola çıktık. Türkmen kişisel adları, örneğin renkle ilişkili zaman kavramlarını, toponimik adları, bitki adlarını vb. ifade eden kelimeler olabilir. İncelenen bölgede, ay takviminin aylarının isimleri, mevsimlerin ve haftanın günlerinin isimleri ile ilişkili kişisel isimler aktif olarak kullanılmaktadır. Ay takvimindeki ayların adlarından oluşan antroponim örnekleri: *Aşyr (a şir)* - Müslüman ay yılının ilk ayının adı . Bu bileşen ile Türkmen dilinde özel adlar oluşur. Erkek isimleri: *Ashir, Ashirberdy, Ashirdurdy, Ashirmamma d , Ashirtagan vb.* Kadın isimleri: *Ashirbibi, Ashirgul, Ashirbike, vb. Sapar (apar ile)* - Müslüman ay yılının ikinci ayının adı . Bu bileşen ile Türkmen dilinde özel adlar oluşur. Erkek isimleri: *Sapar, Sapargeldy, Saparmammed, Saparmyrad, vb.* Kadın isimleri: *Saparbike, Sapargul, Ogulsapar, Saparbibi vb.* Bildiğimiz gibi, büyük dedelerimiz, yüzyıllar boyunca adlandırma sisteminde ulusal gelenekleri sıkı bir şekilde gözlemlediler. Çocuklara isim verme kültürünü nesilden nesile aktardılar. Bu, yukarıdaki örneklerden açıkça görülmektedir. Sözlükbilimin bir nesnesi olarak kişi adları, Türkmen dilinin söz varlığının ayrılmaz bir parçasıdır. Kural olarak, çoğu kişisel isim günlük kelimeler temelinde oluşturulur. Türkmen ailesinde çocuklara isim verirken ulusal geleneklere güvenirler. Zamanla, bazı isimler modası geçmiş olur, arkaizme dönüşür , ancak yeni kişisel isimler de ortaya çıkar.

Anahtar kelimeler: *Türkmen dili, antroponimler, kişisel adları, ayların adları.*

As the scientist V. A. Nikonov noted, "The first principle of anthroponymy, as well as all onomastics, is historicism" [6.7.]. Turkmen personal names are also inextricably linked

with

the centuries-old history of the Turkmen people. As you know, anthroponyms, being a creative process, arise, improve and replenish in one of the historical periods and are closely related to the development of society, as they are passed down from generation to generation.

The anthroponymic system of each nation differs from each other in its geographical distribution, history and belonging to a certain, i.e. specific people. Turkmen anthroponyms also have their own specific features, because Turkmen personal names reflect economic, political conditions, cultural life, folk traditions, worldview, spiritual world, creative ability of the people. As you know, the issues of lexical-semantic classification of personal names are reflected in the research works of Turkic and European scientists, such as L. Rashoni, V. A. Nikonov, E. Begmatov, Z. B. Mukhammedova, S. Ataniyazov, Z A. Sadikhov, A. G. Shaikhulov, T. Dzhanuzakov, G. F. Sattarov, Sh . Zhaparov et al. Studying Turkmen anthroponyms, we proceeded from the living conditions of the people, natural features, professional activities, etc. Turkmen personal names can be words denoting, for example, the concepts of time, associated with color, toponymic names, names of plants and etc. In this scientific article, we will consider some lexical-semantic groups of Turkmen anthroponyms in the western region of Turkmenistan.

1. Anthroponyms denoting seasons, days of the week, time

In the region under study, personal names associated with the names of the months of the lunar calendar, the names of the seasons and days of the week are actively used. Here are examples of anthroponyms formed from the names of the months of the lunar calendar:

Aşyr (Ashir) **-** the name of the first month of the Muslim lunar year. With this component, proper names are formed in the Turkmen language. Male names: *Ashir, Ashirberdy, Ashirdurdy, Ashirmammad, Ashirtagan, etc.* Female names: *Ashirbibi, Ashirgul, Ashirbike, etc.*

Sapar (Sapar) **-** the name of the second month of the Muslim lunar year. With this component, proper names are formed in the Turkmen language. Male names: *Sapar, Sapargeldy, Saparmammed, Saparmyrad, etc.* Female names: *Saparbike, Sapargul, Ogulsapar, Saparbibi, etc.*

Rejep (Rejep) **-** the name of the seventh month of the Muslim lunar year. With this component, a proper name is formed in the Turkmen language. Male names: *Rejep,*

Rejepmurad, Rejepdurdy, Rejeptaghan, Rejepgeldy, etc. Female names: Rejepbibi, Rejepgul, *etc.*

Meret (Meret) - the name of the eighth month of the Muslim lunar year. With this component forms a proper name in the Turkmen language. Male names: *Meret, Meretgeldy, Annameret, Meretdurdy*. Female names: *Meredtach, Ogulmered, Meretbibi, Meretbike* and others. *Those* born in this month are also called *Shaban, Shabanaly, Barat, Baratgeldi,* but they are very rare.

Oraz /Araz (Oraz /Araz) is the name of the ninth month of the Muslim lunar year. With this component, a proper name is formed in the Turkmen language. Male names: *Oraz, Orazdurdy, Annaoraz, Araztagan, Arazklych* etc. Female names: *Orazjemal, Orazsoltan, Orazgul / Arazgul, Arazbibi, Arazbike* and etc.

Baýram (Bayram) **-** name of the tenth month of the Muslim lunar year. With this component, a proper name is formed in the Turkmen language. Male names: *Bayram, Bayramklych, Bayramtuvak, Bayramtagan.* Female names: *Ogulbayram, Bayramtach, Bayrambike, Bayramgul and others.*

Gurban (Kurban) - name of the twelfth month of the Muslim lunar year. With this component, a proper name is formed in the Turkmen language. Male names: *Kurbandurdy, Kurbankuli, Kurbanmammed,* Women's names: *Kurbanbike, Kurbangul, Kurbanjemal, Ogulkurban, etc.*

Remezan (Remezan) is a Muslim fast observed during the month of Oraza. In the region under study, only a male name is found: *Remezan.* Male names *Rozy, Rozymurad, Rozyjuma* is also associated with Muslim fasting.

From old-time the Turkmens have a tradition of naming children with the names of the days of the week. Mostly they used the names *"Anna"* or "*Juma"* (Friday), this day was a holiday in the past. For example, in personal names with the word *"anna"* there are the following male and female anthroponyms, such as *Anna, Annaberdy, Annaklych, Annabay, Annatagan, Annakurban, Annatuvak, Annabibi, Annagul, Annatach* and others. Anthroponyms with the word *"juma"* are used in the following constructions, for example, male names: *Jumadurdy, Jumadovlet, Jumamurad* and etc.; female names: *Jumagul, Jumabibi, Jumabike* and etc.

In the Turkmen language, the names of the seasons are found in the following anthroponyms:

Güýz (guiz) - autumn. This word is found as a component of male and female names. For example, male names: *Guizgeldy, Guizdurdy, Guizmammed, Guizmurad* and etc. Female names are few in number: *Guizdzhan, Guizbibi*, etc.

Gyş (gysh) - winter . Male names: *Gyshberdy, Gyshdurdy*. Female names are not found. With the word *gar* (snow) there are male names *Gargeldy, Garberdy, Garly, Garyagdy, Garmammed* etc.

Turkmen linguist, corresponding member of AST Zuleikha Bakievna Muhammedova notes that this group of anthroponyms has female personal name – *Karbibi* and it is very rare and met only in the Yemud dialect [5. 36].

Ýaz/bahar (yaz / bahar) - spring. This component occurs in male and female names: *Yazklich, Yazdurdy, Yazberdy, Yazgul, Yazbibi, Yazbike, Bahar, Gulbahar, Bahargul* and others.

Tomus (tomus) - summer, **tomus aylary -** summer time. *Jovza* - (male name, means "born in the summer"). There is no female name.

This group includes chronoanthroponyms, i.e. personal names formed from the names of holidays, memorable dates, etc., for example: *Ýeňiş* (victory, May 9), *Nowruz* (Novruz, New Year's Day, March 21), *Saýlaw* (election day), etc.

2. Anthroponyms associated with color

Proper names associated with color are widespread in toponymy, ethnonymy, and also in anthroponymy of the Turkic peoples. For example, as the linguist O. B. Molchanova notes, in the Altai anthroponymy the word *"gara"* (black) basically means *"swarty", "black-haired", "black-eyed",* and the word "*ak"* (white) is also involved in the formation of personal names among the Altaians, but compared to the word *"gara"* is not used much [4.30].According to materials collected from different regions of Turkmenistan, personal names associated with color are mainly found in the following anthroponyms:

Ak (ak - white). The ak component is part of the male names *Agoyli, Akmurad, Akmamed, Akkurban*, etc. They basically mean *"light-skinned", "fair-skinned"*. In female complex names, the word *"ak",* in addition to the main meaning of color, also means "*pure", "cleanly"*. For example, *Akbibi, Akbabek, Akgozel, Akgyul*, *Aknur, Aky, Aknabat,* etc. The word *"ak"* can be used in anthroponyms and in the meaning of *"first", "firstborn"*.

Gara (gara - black). This word in the Turkmen literary language has many meanings. In addition to the designation of color, it has the meanings *"gara ate"* (strong wind), *"gara manglai"* (unfortunate), *"gara jurek"* (envious), *"gara gong"* (weekdays, rainy day. e.g., set aside money for a rainy day), etc. In the studied regional anthroponymy, the word *gara* basically means "strong, strong, courageous", and in the meaning of color "swarty". Anthroponyms formed with the word *gara are* mainly used in male names. For example, *Kara, Karadzha, Karabathir, Karadurdy, Doodle, Karatai, Karatagan* , etc. Rarely found in female names : *Karagyz* (dark-skinned).

Gök / **Mawy** (blue). These words in anthroponymy mean the color of the eyes of a child or are found in the meaning of the sky. The following male names are found with these words, for example, *Goki, Gokje*, *Mavy, Mavynazar, etc.* The anthroponyms formed with these words did not occur with female names.

Gyzyl/Guba (gyzyl **-** red, reddish brown). It used for showing the color of the child's body or it is used in the meaning *of "precious"*. This group includes the following male names *Kyzyl, Kyzylbai, Kuba, Kuvash,* female names *Kyzylgul, Kyzylalma* etc.

Sary (sary - yellow). The anthroponym Sary is mainly used for showing the color of the child 's hair, i.e. yellow-haired. The scientist A. Gapurov notes that "the component of sary, found in the personal names of the Turkic peoples, in addition to color, means *"old" , ' who has seen the world ' , ' having life experience '* " [3.23]. This word is used for formation of the following anthroponyms in the inýestigated region: male names - *Sary, Saryja, Amansary, Annasary,* in female names - *Sarygyul, Sarygyz* and others.

Goňur/Mele (gongur, mele - brown, beige). In our opinion, in anthroponymy these words are also associated with color and are found only in male names. For example, *Kongur, Kongurja* (in some cases, these names can also be formed from ethnonyms), *Mele, Meledzhe , Melesh* (a swarthy child).

In the modern Turkmen literary language, personal names associated with color are high-frequency. Above mentioned anthroponyms in the system of personal names *Akgozel*, *Akgül*, *Akbibi, Akmurad*, *Akmamed*, *Kara*, *Karadja* are met very often in the inýestigated region.

2. Anthroponyms associated with ethnonymy and toponymy.

Toponymic and ethnic anthroponyms in personal names of Turkmens are rooted in deep ancient times. It should be noted that the use of these words as toponyms or ethnonyms is based on centuries-old wisdom. Parents giving their child toponymic name, first of all, they wanted to indicate the place of birth of the child or the place of residence of their ancestors.

In the modern Turkmen literary language, personal names of toponymic origin are high- frequency. Such anthroponyms in the system of personal names in the region under study are very common. For example, a famous scientist, doctor of philology, lexicographer Soltansch Ataniyazov writes that “such names (topo anthroponyms) are found more or less in all dialects of the Turkmen language, but in the Krasnovodsk region (now the Balkan velayat - A.K.) they are met very often. Here, not only the names of well-known objects such as *Etrek, Sumbar, Balkan, Chagyl* are used, but also the names of little-known medium-sized objects such as *Yngdarylan, Chetili, Tutli, Bugdayly, Degshana*" [1, 23]. By the way, the above mentioned phenomenon is one of the specific anthroponymic features of the region.

Personal names belonging to this category can be divided into several groups:

a). Anthroponyms associated with the toponymy of the Balkan velayat. This group of personal names is the most numerous. Examples include: *Bekdash, Chagyl, Iskender, Jebel, Tuver, Bugdayly, Etrek, Esenguli, Baleishem, Tutli, Shahman, Getdin, Aiding, Kamyshlydzha, Belek, Belekbay, Balkan, Balkandurdy, Gorgan, Hasar (mountain), Meshrep (gorge), Chendir, Sumbar, Jemer* and many others.

b). Anthroponyms associated with the toponyms of other velayats of Turkmenistan: *Ashgabat, Tejen, Tejendurdy, Bayramali, Archman, Akhalli, Mary, Durun, Koshili, Jeyhun, Havers* and etc.

c). Anthroponyms formed from toponyms located outside of Turkmenistan: *Mashat, Mashatdurdy, Mashatbibi, Kyabe, Gurgen, Gurgenli, Medina, Khyvali*, etc.

Ethnonyms found in Turkmen anthroponymy are directly or indirectly connected with the history of the people. They entered the system of Turkmen anthroponymy in different periods of history. Based on the collected materials, personal names formed from ethnonyms can be divided into two groups:

1). Anthroponyms formed from the names of various nationalities who maintained contact with the Turkmen at different times: *Gazak, Gazakbay, Gazakmurad, Ozbek, Ozbekbay, Orsgeldy, Kurt, Arap, Galpak, Nogai* and etc.

2). Anthroponyms formed from the names of various ethnic groups according to the tribal affiliation of the Turkmen: *Teke, Tekemurad, Yomutdurdy, Gokleng, Chovdur, Seyid, Khoja, Khojam, Shikhdurdy, Makhtum, Chakan, Igdir, Chekir, Nokhur, Atabay, Jafarbay, Tana, Ata* etc. Ethnoanthroponyms belonging to this group significantly exceed the first group in number. Anthroponyms associated with toponymic and ethnic names are found mainly in male names.

As we know, our ancestries for many centuries strictly observed national traditions in giving names. They passed down the culture of naming children from generation to generation. This is clearly seen from the above examples. Personal names as an object of lexicology are an integral part of the vocabulary of the Turkmen language. As a rule, most personal names are formed on the basis of everyday words.n In Turkmen family naming children rely on national traditions. Over time, some names become obsolete, become archaic, but new personal names are emerged.

REFERENCE

Atanyyazov (1978). Атаныязов С. Adyň näme? – Ашгабат: «Магарыф».

Öwezov (1989). Öwezow A. Türkmen dilinde sözüň we sözlük sostawynyň ösüşiniň ýollary. –Aşgabat: «Ylym».

Gapurov (1987). Гапуров А. Имя и история. – М.: « Наука».

Molçanova (1985). Молчанова О. Б. Прилагательные семантических полей, «чёрный цвет» и «белый цвет» в ономастике алтайцев. // Сов. тюркология. №3, с.30-42.

Muhammedova (1957). Мухаммедова З. Б. К вопросу о личной ономастике у туркмен. // Труды ИЯЛ, вып.2.

Nıkonov (1974). Никонов В. А. Имя и общество. – М.: « Наука».

TÜRK VE AZERBAYCAN EDEBİYATINDA ROMANTİZM EĞİLİMİ

Doç. Dr. Aydan Handan
Bakü Devlet Universitesi, Türk Filolojisi Bölümü
E-mail: aydan19@mail.ru

TURKISH AND AZERBAIJANI ROMANTICISM

Abstract
This article is devoted to the analysis of the creativity of representatives of the romanticism of Turkish and Azerbaijani literature. The article deals with some parallel moments of poet and play writer Abdulhag Hamid, Rajizade Mahmud Akram and Hussein Javid's works. The characteristics of Romanticism, the history of creation and its effects on literature are studied.

Keywords: *poetry, literature, Hugo, romanticism, Turkish poets, drama.*

Giriş

Türk edebiyatında romantizm, Tanzimat dönemi edebiyatı boyunca takipçilerini bulmuş ve gelişmiştir. Romantizm Fransa'da bir edebiyat akımı olarak yaranmış, orada gelişmiş ve diğer halkların edebiyatını etkilemişti. 1820 ve 30'larda şekillenen romantizmi neredeyse Fransız Devrimi'ni bu eğilimin itici gücü olarak düşünmek mümkündür. Bu devrim, despotik, mutlak kurallara karşı keskin bir protesto oldu. Bu devrimin sonucu olarak, insana olan bakış tarzı tamamen değişmiştir. Artık herkes ayrı bir insan olarak görülüyor ve edebiyatta insanın iç dünyasının, kendi dünyasının var olması, bir istisna olmamıştır. Bu nedenle, antik Yunan edebiyatında, klasik edebiyatta sahip-köle ilkesine karşı güçlü bir protesto ortaya çıkmaya başlar. Zamanın yazarı ve şairi halkın daha iyi anlaşılması için halk edebiyatına ve folkloruna başvurmayı tercih ediyor.

Romantizmin ideologları Montesquieu, Voltaire, Russo gibi filozoflardı. Romantik edebiyatın hâkim olduğu klasik edebiyat, edebi ve mantıklıydı. Romantikler burjuvazini eleştirerek, sıradan insanların duygu ve isteklerini eserlerine konu olarak seçiyordu. Klasik edebiyatın aksine, romantikler gözlerini hem fiziksel hem de ahlaki açıdan kusurlu insanlara çevirmiş ve onları kahraman olarak görmüştür. İdeal insan tipinden ayrılan romantikler rüyalar dünyasına sığınmış, ancak hayatta daha gerçek olan insanları edebiyata taşımış oldular.

Türk Edebiyatında Romantizm Eğilimi ve Hamid

Türk edebiyatında, romantizm eğilimi en çok devamcısı olan bir eğilimdir desek hiç yanılmarız. Bilindiği gibi, tanzimat edebiyatı döneminde Fransız edebiyatının Türk edebiyatı üzerinde güçlü bir

etkisi olmuştur. Türk yazarları ve şairleri Avrupa yazarlarından etkilenmiş, edebiyata yeni konular ve

türler getirmişlerdir. Namık Kemal, Ahmed Midhat, Abdulhak Hamid, Recaizade Mahmud Ekrem, romantizmin etkisine uğramış sanatçılardı. Bu edebiyatın en ünlü temsilcilerinden ikisi Hamid ve Ekrem idi. Ölüm konusu, insan özgürlüğü problemi, Hamid'in eserlerinde sıkça karşılaştığımız ekzotik ülkeler tasvirleri romantizmin etkisinin bir belirtisiydi. Bütün bunlar Fransız romantizminin etkisinden kaynaklanıyordu. Elbette, Hamid'in üzücü hayat hikayeleri, şairin tekrar tekrar ölüm konusunu ele almasının nedenlerinden biridir. Ancak, genel olarak romantik edebiyata bakacak olursak, bu eğilimin tüm temsilcilerinin hemen hemen aynı konulara değinmiş olduğunu görebiliriz. Örneğin, romantizmin kurucularından biri olan Hugo, 20.Yüzyılın sonlarında Fransa'daki bu eğilimin zaferinin simgesiydi. Onun eserlerinde sıkca doğu konusunu bulmak mümkün. Hugo nu eserlerinde Doğu konusundan bahsedince İspanya konusunu örnek verebiliriz. Hamid, "Duhter-i Hindu", "Eşber" ve "Tarık Yahud Endelüs fethi" de dahil olmak üzere, eserlerinde doğu çevresinin tasvirlerini bir romantik yazar olarak tercih etti.

Asil burjuva sınıfının tartışmalı atmosferi, bu çevreden olmayan ve dolayısıyla toplumda yer bulamayan bireyler, çeşitli komplekslerden muzdarip olan ferdler Hamid'in eserleri arasında bir kahraman olarak yer almıştır. "Finten" eseri bu konu açısından çok ilginçtir. 1886'da, Hamid İngiltere'deyken İngiliz toplumunun çeşitli üyeleriyle tanışma fırsatına sahip oldu. Özellikle, aristokrasi temsilcileriyle tanışma Hamidi "Finten" ve "Cünun i aşk" ı yazmaya teşvik eder. Finten, Hamid'in İngiliz asalet topluluğuna katılmak için çeşitli entrikalar kuran bir Kanadalı kadının hikayesini anlatıyor. O eşiyle yalnız parası yüzünden evli. Çünkü aristokrat toplumuna katılması için paranın olması onun fikrince önemli koşullardan biridir. Finte'nin fiziksel olarak kusurlu bir çocuğu var. Finte'nin en büyük arzusu oğlunu İngiliz cemiyetinin içine sokmak ve halkın yüksek zümre temsilcisi olmaktır. Bu arzuya ulaşmak için her türlü çirkinliğe hazırdır. [4, 475]

Davalaciro Finte'nin oğlunun babasıdır. Bu köle, vahşi, etik kurallardan uzak, en ilkel insanlardan biridir. Finten'in diğer sevgilisi Lord Dick dir. Lord Dick İngiliz asillerinden biridir. Finten, toplumdaki konumunu pekiştirmek için oğlunun Lord Dikinki olduğunu iddia ederek, onu kullanır. O, eserde "ucube" adıyla geçen fiziksel olarak kusurlu oğlunu Lordun yardımıyla yüksek toplumda yer alanların sırasına katmaya çalışıyor. Finten'in başında çeşitli tuzaklar, entrikalar var. Bu kadının tek amacı İngiliz 141ristocrat toplumuna girmek. Finten Lord Dick ile evlenmek istiyor. Blanche adında bir kız, Fintin'in entrikalarının bir sonraki kurbanı. Aslında, Blanche Dick sadece evraklarda evlenmeli, hasta hastalıktan hemen sonra ölmeli ve Finten onun yerine geçmelidir. Ancak, olaylar Finte'in plnladığından farklı gelişir ve Lord Dick, Blanche'a gerçekten aşık olur. Bakım ve sevgi sayesinde Blanch, iyileşir. Eserde anlatılan toplumla, Hamid ingilizlerin içyüzünü açmaya çalışmaktadır. Hamid, İngilizlerin onları diğer milletlerden üstün sayması konusuna değinir.

1916'da "Finten" eserini yayınlarken, Hamid esere çok güzel ve anlamlı bir önsöz yazar. Burada

İngilizler ve İngiliz siyaseti arasındaki farkı göstermeye çalışır. Hamid şöyle yazar: "İngilizler diğer insanları hor görürler. Bu kişi mükemmel, o İngiliz değil! .. B adam çok zengin, maalesef dünyayı bir İngiliz olarak gelmedi. Bu kadın inanılmaz derecede güzel ama ingiliz değil! " Politikaya gelince, bu merkezlerin politikaları yırtıcıdır. Britney Lean, siyasette yetişkinleşmiş bir kedidir, büyüdü ve başkaları için nankör. ... siyaseti korumaz. O yemek yerken yemek istiyor. Şişlik, çarpma, tahriş, rahatsızlık, rahatsızlık. Bunlar ayrı boyutlarda. "[3, 67]

Gördüğünüz gibi, Hamid, yapay olarak yaratılan İngilizlerin "asil" perde arkasındındaki çirkinliğini ortaya çıkarmaya çalışır. Hasta Blanch, anormal bir Ucube, vahşi Davalaciro, romantiklerin edebiyata getirdiği fiziksel olarak hatalı insan karakterlerinin tam bir örneği olarak düşünülebilir.

Recaizade Mahmud Ekrem Eserlerinde Romantizm

Başka bir Türk romantiği olan Recaizade Mahmud Ekrem'dır. Recaizade şiirlerinde romantik, nesir eserlerinde ise bir gerçekçidir. Ünlü "Araba Sevdası" romanı, gerçekçi bir düzyazının güzel bir örneği olarak kabul edilir ve döneminin sorunlarını doğru bir şekilde yansıtır. Şair Akram, doğa, ölüm, insan ve doğa, kadın ve aşk gibi konuları işlemektedir. Onun eserlerinde ölüm konusu tesadüfi olarak işlenmedi. Racaizade'nin şiirinde aşkların etkisi belirgindir. Şairin kişisel yaşamındaki trajedilerin sanat çalışmaları üzerinde derin bir etkisi var. Hayatında gördüğü acılar ve ağrılar Recaizade şiirinde geniş bir biçimde işlenmiştir. Özellikle şiirin "Magruka" şiiri tamamen bu anlamda bir örnek sayılabilir. Ölüm hakkındaki düşünceler ve "övgü-i ila ilahi" fikri birçok şiirinde rastlanır. Hamidd'den farklı olarak, Recaizade ölüm hakkındaki düşüncelerinde daha ılımlıdır. Hamid, "Makber" da ölüme isyanını artırırken, hayattaki her şeyin boşuna olduğunu ve ölümün tanrının elinde olduğunu söyler.

Şairin yaratıcılığının büyük kısmı doğa konusu alır. Recaizade, doğuştan gelen her bir şeyde güzelliğin ne olduğunu bulmaya çalışır. "Nev Bahar", "Yad et" gibi şiirlerinde şairin doğadan etkilendiği hissedilir. Özellikle bu konuda yazdığı şiirlerde, şairin romantik eğilime olan bağlılığını hissediyoruz. Doğanın tüm inceliklerini eserlerinin içinde tasvir eder. Çiçekler, yapraklar, deniz, şafak, gece, mehtap, mezar, kuşlar, yaratıklar şairin şiirlerini oluşturan unsurlardır. [2, 63]

Doğa hakkında konuşurken Recaizade ayrıca doğa ile ilgilenir. Şair genellikle insan psikolojik havasını tamamen yansıtmak için eserlerinde doğa tasvirlerini kullandı. "Mağruka" şiirinde, eşinin ikinci evliliğini kaldıramayan kız, denizle arasında bir bağın olduğunu hiss ederekve hayatına son vermek için kendini denize atar. O zamanlarda bu konu tamamen yeniydi. Sanat hayatının ilk dönemlerinde divan edebiyatından etkilenen şairin şiirlerinde Lefkoşalı Galip beyin etkisini hissetmek mümkündür. Ancak, giderek Avrupa edebiyatıyla tanışma, şairin yaratıcılığında

yeni konulara ve yeni biçimlere yol açar. Recaizade'nin "Zemzeme" adlı şiirlerinden oluşan bir toplu, sanat hayatının ikinci dönemine aittir. Bu şiir döneminde Fransız şairi Lamartin'in etkisini görüyoruz. Şiir

kitapları için başlıkların seçiminde bile büyük romantik şairlerden etkilenmiş olduğunu görürüz. Recaizade'nin "Tefekkur" ve "Zemzeme" başlıkları Lamarti'nin eserlerinden alınmıştı. Bu dönemde şair, anavatanında romantik bir edebiyat yaratmaya başlamış ve romantizmin hususiyyetlerine yönelmiştir. İlgi çeken duygular, duygusal arzular, rüyalar, üzüntüler, kişisel yaşamdan gelen üzüntüler, Recaizade yaratıcılığının genel atmosferini düzenlemeye başlıyor. Bu döneme ait olan "Yakacık'ta akşamdan sonra bir mezarlık" şiiri, tam bir Lamartin stilidir ve romantik edebiyatın bir örneği olmuştur.

Şüphesiz, şairin yaratıcılığında oğlu Nejat ın ölümü de etkilemiş oldu. Onun dünyaya gelişi şairi yeni umutlara doğru addımlamağa, geleceğe sığınmaya sevk ettiği halde, ölümü kapanmayan bir yara gibi onu daima sızlatmış ve artık sanatında yer alan keder, ölüm, karamsarlık konularının daha da kabarmasına, tüm ağrısı ve acısıyla işlenmesiyle sonuçlanmıştı. Nejat henüz bir çocukken, şair ona "Tefekkür" şiirini ithaf eder. Bu şiir, şairin duygularından oluşur. Recaizade'nin şiiri tamamen yazarın duygularını içerir. Ölüm konusu, bu şairin şiirinin en yaygın temasıdır. Ünlü Türk edebiyat eleştirmeni, araştırmacı Ahmed Hamdi, Tanpınar Recaizade'nin yaratıcılığından söz ederken onun şiir dilini eleştirmişti. Araştırmacıya göre onun eserlerinin hem dilinde, hem de biçiminde kusurlar var. Tanpınar'a göre, Recaizade okurken, profesyonel bir şair olarak görülmemelidir. İnovasyona açık olan şair, deneylerini sürekli olarak kullanmış ve yeni arayışlarında bir biçim kusuru vardır. [4, 486]

Zannımızca, Ekrem'in şiirde nelere önem verdiğini, hangi yolu tercih ettiğini daha iyi anlamak için onun şiir hakkında söylediklerine dikkat etmek gerekir. Recaizadenin edebiyat hakkında görüşleri onun çeşitli makalelerinde yansımıştır. "Talim-i Edebiyat", "Takdir-i elhan" ve "Üçüncü zemzeme" mukaddemesindeki görüşlerinden ileri çıkarak diyebiliriz ki, Recaizade şiiri hiss, düşünce, hayalden ibaret olarak görmüştür. Düşünce anlayışında şair derin felsefi görüşleri nazarda tutmamakdadır. Onun düşünce dediği kavram duygusal ve hüzünlü, üzüntü dolu hayallere kapılmalardır. İşte bu hislerle dolu şiirler şairin türk edebiyatına verdiği yeni ruhlu, duygusal şiir örneklerinde kendini tam gösterir.

Azerbaycan Romantizmi ve Hüseyn Cavit Sanatı

Yukarıda isimlerini saydığımız yazar ve şairler aracılığıyla Avrupa'dan Türkiye'ye geçen ve oradan Azerbaycan'a etkileyen romantizm akımı Hüseyin Cavid sanatında da kendi tezahürünü bulmuş oldu. O, yaratıcılık boyunca romantik bir şair, oyun yazarı olarak faaliyet göstermekle birlikte, yaşadığı dönemin toplumsal-siyasi olaylarına da göz yummamıştı. Birçok eserinde Cavid her türlü felaketin, edavetin, zulme karşı çıkmış, savaşları lanetlemiştir:

Cahan bir katlgah olmuş, aman yox zülmü vahşetten,

Bu insan mezhebinden kimse çıkmaz, kimse kurtulmaz.

Bütün tarihi hep gözden keçir ta bed hilkatten,

Evet, bir böyle hüznaver, elempervəe bahar olmaz,

Könüller kan, çiçekler kan, bütün çöller, çimenler kan,

Mısralardan görüldüğü gibi, Cavid kan dökülmesinden çok endişelidir, kin ile doludur. Romantizmde, doğa özgürlük, özgürlük ve sakinlik olarak tanımlanır. Dar bir yasal çerçeveden uzaklaşan insanlar doğanı bir barınak gibi görürdüler. Bu gerçeklerden kaçmak ve doğanın güzelliğine sığınmak birçok şair ve yazarda fark edilebilir. Türk romantikleri, Hamid, Recaizade ve devrimci şair Tevfik Fikret'in birçok eserinde bu hissedilmektedir. Örneğin, Recaizade doğanın güzelliğini övmüş ve sanattaki güzelliğin önemli olduğunu söylemişti. Hüseyin Cavid'in bir ünlü şiirinde "Benim tanrım güzelliktir, sevgidir" fikrini söylemiş, bu, sanki şairin hayat sloganını ifade ediyordu. Cavid, doğanın güzelliğine verdiği önemde ireli giderek, köyü şehre ve kırsal yaşamı şehir hayatına tercih ediyor.

Kendimi mahv ettim kendi elimle

Göyde ne bhtiyar idim ... Ah, öyle

Vahşi kuşlar kimi yaşıl bağlarda,

Tarlalarda, ormanlarda, dağlarda

Gün geçirseydim hiç böyle solmazdım.

Şairin kendisi gibi, kahramanları da köy yaşamını arzular ve idealleştiriyor. Caviddeki doğaya olan sevgi, 1879'da Türk romantik Hamid tarafından yazılan "Sahra" şiirinde de belirtilmiştir. Bu şiirde, yazar doğada yaşayan Bedevilerle birlikte şehir sakinlerinin yaşamlarını karşılar ve sahrada yaşayanların yaşam tarzını tercih eder. Onları karşılaştırıken şair "Biri endişeden aman bulmaz, biri endişeye zaman bulmaz" diye yazıyor. Ve sonuçta, doğada yaşayanlara tercih verir.

Beledi nuşi zehri möhnet eder

Bedevi taze tazə şiri leziz

O taayyüş deyib cihada gedər

Bunu ov etleri eder telziz

Batı Avrupa romantizminin estetik görüşleriyle kullanılmış olan Hamid Sahra kitabında, özellikle Ekrem gibi Cenab Şahabeddin ve Tevfik Fikret gibi şairlerin önünde yeni ufuklar yaratmıştır. Tabii ki, estetik kaynaklarını türk romantizminden alan Azərbaycan romantiklerinde de doğaya olan sevgi buradan gelirdi. Doğa Huseyn Cavid'in "Afet" oyununda da idealize edilir. Cavid'in eserlerinde, doğa güzelliği yüceltmek için bir araç olarak seçilmiştir ve aynı zamanda doğa resimleriyle kamusal görüşlerini tamamlamayı başarmıştır. Aynı çizimler Türk şairlerinde de bulunabilir. Örneğin, Tevfik Fikret'in "Mai Deniz" şiiri, deniz şairin fikirlerine hemdem olan bir unsurdur.

Hüseyin Cavid, Abdülhak Hamid gibi oyunlarında da tarihi figürlere hitap etti. Fakat bu tarihsel kişilikleri asla idealleştirmedi. Hamidin Eşber tarihi piyesinde İskender, Cavid in "Topal Teymur"

piyesiyle sesleşir. Hüseyn Cavid şiir santı kendi uslubuyla seçilir. Şair eserlerinde kafiye düzümüne, mısralardakı ahenge büyük önem verirdi. Hüseyn Cavidin biçim ve konuyla bağlı yenilikleri şiirimize yeni soluk katmışdır. Cavid şiirinde ritm, ahenk, müzik büyük önem taşır. Aruzun hangi behrinde yazırsa yazsın, şair poetik müzik yaratırdı.

Hüseyin Cavid'in şiirlerinde çok sayıda milli folklor etkisi var. Sözlü halk edebiyatımızın örnekleri ninniler, maniler, ağıtlar onun eserlerinde sık sık görülmektdir. Sözlü halk edebiyatını yaratıcı bir şekilde kullanan Cavid halkı ile birlikte olmuştur ve şimdi, anlamlı sğzler ve deyimlere dönüştürülen kelimeler haline gelmiştir. Mesela "Şeyh Sanan" piyesindeki şiirler halk şiirinin örnekleriyle söylenmiştir:

Uzaklaştım gülümden, sevgilimden,
Ayrı düşdüm vatanımdan, elimden
Hep sızladım, bir şey gelmez elimden,
Yar-yar deyib gece gündüz ağlaram.
Bu mısralarda aşıq edebiyatının ruhu hiss olunur.

Genel olarak, aşık şiir sözlü edebiyat, Türk halklarının şiir sanatının her zaman güçlü bir şekilde etkilemiştir. Benzer örnekler Rza Tevfik, Faruk Nafiz, Orhan Seyfi'de bulunabilir. Cavid'in çalışmasında Yunus Emre, Dadaloglu, Karacaoğlan'ın yazdığı aşık şiiri tarzına rastlıyoruz.

Romantik şiir temsilcilerinin eserlerinde aşk teması çok yaygın bir konudur. Ekrem, Hamid ve Cavid bu konuda birçok eser yazmışlar. Bu eserlerde ortak noktalar da vardır. Cavid, sevgilisini "Bahar Şebnemleri" kitabındaki "Uyuyur" adlı şiirinde uyuyarak anlatır. Sevgilinin uykusu, şairin hayallerinin gücüyle doğada yaşanan olaylarla karşılaştırılır. O, bülbülün, kuşların susmasını ve rüzgarların soğumasını istiyor, böylece sevgilisinin uyanmamasını istiyor.

Uyuyur,uf, ey belalı könül,
Çırpınıb durma, sen də sus artık!
Vurma, sus! İşte susdu hem bülbül
Dur, hayatım da getse, dur azacık,
Uyuyur çünki aşinayi-helal,
Uyuyur çünki gayeyi-amal...

Şairin aşk konusunda yazdığı şiirləri arasında “Git” şiiri de diller ezberi olmuştur. Bu şiirinde şair vefasızlıkdtn , sevgi namine söylenen boş sözlerden, vadləeden gileylenir:

Beni anlatma ki aşk, alemi-sevda ne imis?
Bilirim ben seni, git! Her sözun efsane imis.

Git, gulum, git, güzelim! Baska bir aşık ara, bul!
Duydum artık senin aşkındaki mana ne imis!..
Bivefasen, melek olsan bele uymam daha, git!
Kim ki uymuş sana, gönlüm kibi divane imis.

Sonuç

Cavid ve Hamid arasında çok paralellik bulmak mümkündür. Her iki sanatçı da hem Aruzda hem de hecede yazmış, her ikisi de romantizmin temsilcileri olan dramatik eserler yaratmışlardır. Abdulhak Hamid'in eserlerini yakından tanıyanlar, Cavid ile onun sanatı arasında büyük bir benzerlik olduğunu görerler. Cavid tarih konusunda birçok eser yazmıştır. Hamid'in "Eşber", "Tarık", "Tazer", "İbn Musa" gibi dramatik eserleri, Cavid'in tarihsel dramalarına benziyor. Örneğin, Şeyh Sanan dramasındaki Zahra ve Azra isimleri Hamid'in "Tarık" isimlerini tekrar eder. Cavid'in eserlerinde yer alan karakterlerin çoğu Hamin'in oyunlarındaki şahslara benziyor. Cavid'in Şeyh Sanan oyunundaki bazı makamları bile, Hamid'in "Zeynab" oyunundaki parçaları hatırlatıyor.

Cavid ve Hamid'in yaratıcılığı arasındaki benzerlikler oldukça çoktur. Şüphesiz, Hamid sanatı şairi etkilemiştir. Edebiyatın ilk yıllarında Türkiye'de eğitim gören Cavid, Hamid ile birlikte Namık Kemal, Tevfiq Fikret, Recaizade Mahmud Ekrem gibi sanatçılardan etkilendi. Bu etki hem temalarda hem de tarzlarda belirgindir. Ancak bizler Cavid'in sadece bu güçlü şairlerin etkisi altında yazmadığını, kendineözgün eserler yarattığını, güzel ve anlamlı eserleriyle Azerbaycan edebiyatına yeni katkılarda bulunduğunu unutmamalıyız.

Kaynaklar:

1. Kabaklı, A. (1994). *Türk Edebiyatı*. III Cilt. İstanbul.
2. Parlatır, İ. (1986). *Recaizade Mahmut Ekrem*. Ankara.
3. Enginün, İ. (1986). *Abdülhak Hamid Tarhan*. Ankara.
4. Tanpınar, A.H. (1997). *XIX. Asır Türk Edebiyatı Tarihi*. İstanbul.
5. Yazıcı, R. (1991). *Türk Edebiyatı*. Konya.
6. Xəndan, R.Z. (1981). *Cavid sənəti*. Bakı.
7. Cavid, H. (2005). *Əsərləri. Beş cilddə.* Bakı.

ANDALIP'IN SANATINDA FÜTÜVVETNAMECILIK

Tacigözel Hocageldiyeva
Türkmenistan
E-mail: manyeje@mail.ru

Halkimizin ata babadan devam edegelen helal ve saf yolunda giden hürmetli Cumhurbaşkanimiz Türkmen halkinin tarihini, edebiyatini, sanatini gelenek ve göreneklerini ayrintili olarak temel şekilde ögrenmeyi devletimizin öncelikli görevlerinden biri olarak tayin etti. Sayin Cumhurbaşkanimiz kültürün ve halk yaradiciliginin tarihini, Türkmen edebiyati'nin yazar ve şairlerinin eserlerini, geçmişte yaşamiş Türkmen düşünürlerin felsefi mirasini ögrenmenin ve onlarin yaradiciliklarinin anlatilmasinin ilmi mektebi geliştirmekte mühim bir cihet oldugunu dile getirdi.

Türkmen Edebiyati tarihinde enfes ve zengin bir sanat mirasi birakan söz üstatlarindan biri Nurmuhammet Andalip'tir. Şairin bize biraktigi edebi mirasi onun Arap, Fars dillerini çok iyi derecede inceledigini şarkin tarihini, edebiyatini eksiksiz bildigine delalet eder.

Genel edebiyati ya da o devirde yaşayan yazar ve şairlerin edebi mirasini tam olarak idrak etmek için ondan önceki edebiyatçilara bakmak gerekmektedir. Bu Andalip'in sanati için de böyledir. Çünkü eski ve orta asir edebiyatinin özellikleri, gelenekleri 16-17 asir hatta 18-19 asir Türkmen edebiyati'nda da kendi tesirini göstermiştir.

Nurmuhammet Andalip'in edebi mirasinda, onun eserlerinde orta asirlarda yaygin olan fütüvvetnamecilik geleneginin izlerini görebiliriz. 8-16 Asirlarda bütün dogu dünyasinda fütüvvetnamecilik gelenegi yaygin olarak görülüyordu. Arap, Fars, Türki dilde yazilan fütüvvetnamelerin çeşitli türleri oluşmuştu.

Fütüvvet aslen Arapça kökenli, kadim Türkmen kelimesidir. ,,Feta" kökündendir. ,,fete" Çagdaş Türkmencede yigit anlamindadir. Yigit dedigimizde cömertlik, alçakgönüllülük, affedicilik, insaniyet gibi iyi hasletleri kendisinde cem eden kämil insan göz önünde tutulmaktadir. Daha dogrusu bu söz günümüzde kullandigimiz ,,er" kelimesiyle eş anlamlidir. Türkmenler yigiy bilip sevdigine ,,er' ya da ,,er kişi"demektedir. Böylece en güzel haysiyetleri kendinde toplayan ve başka insanlara da dogru yolu gösteren kämil insana ,,yigit,er", yani

,,feta" denmektedir. Onlarin yoluna ise fütüvvet denmiştir. Kämil haysiyetli insanlarin yolu olan fütüvvet yolu hakkinda tarihte eserler yazilmiştir ve bu eserler ,,Fütüvvetname" olarak adlandirilmiştir. Türki, Arapça, Farsça yazilan Fütüvvetnamelerden bizim bildiklerimizin

sayisi elliye yakindir. Degişik milletlerin edebiyatini ögrenenlerin dikkatini çeken fütüvvetnamecilik

gelenegi ve fütüvvetnameler hakkinda dünya edebiyatinda çeşitli ilmi araştirmalarin yapildigi kaynaklardan görülmektedir. Bu konu hakkinda etraflica yapilan ilmi araştirmalarin arasinda Alman ilim adami Taeschner Franz'in. "Des Futuvvet kapitel in Gulshehris altos – manischer bearbeitung von Attars mantig ut – Tayr". Berlin, 1932., Der anatolische Dichter Nasiri und sein Futuvvetname (Molla Nasir'in Futuvvetnamesi). Leipzig, 1944., Türk alimleri Abdülbaki Gölpinarli'nin „Islam ve Türk illerinde Fütüvvet cemiyeti ve Kaynaklari". Istanbul, 1949., Neşet Çagataý'in „Fütüvvetcilikte Ahiligin özellikleri". Ankara, 1976., Cemal Anadolu'nun „Türk-Islam medeniýetinde Ahilik düşüncesi ve „Fütüvvetnameler". Ankara, 1991., Torun Ali'nin. „Türk edebiýatinda türkçe Fütüvvetnameler". Ankara, 1998.) gibi çalişmlari zikredebiliriz. Sözünü ettigimiz araştirmalarin hepsinde tahminen 13-14 asirda yaşamiş türkmen düşünürleri, yazarlari Yahya ibn Halil ibn Çopan Burgaz'in fütüvvetnamesine özel yer verilmesine, ayrica ögrenilmesine münasiptir. Çünkü onun kendisi, türkmen düşünürlerinin kendi halki için birçok hizmet ettigi, güzel yaradiciligyla Türkmenin adini yükseklere kaldiran älimlerden biri oldugunun açik delilidir. Biz bunun böyle oldugunu Yahya ibn Halil'in eserinin bir nüshasinin Italya kütüphanelerinden getirilen „Fütüvvetname"adli eserini eski Türkmenceden günümüz Türkmencesine uyarladigimizda gördük. Çeşitli ilmi kaynaklarda verilen bilgilere göre Yahya ibn Halil 13 asrin sonlarinda orta ve bati Anadolu topraklarinda kurulan Menteşeogullari Türkmen beyligindendir.

Türkmen älimi Yahya ibn Halil'in kendinden öneceki fütüvvetnamecilik gelenegine bakarak yazdigi nefis „Fütüvvetname" adli eseri türkmence yazilan Fütüvvetnamelerin ilklerinden sayilir. Bunun için de halkimizin tarihini, edebiyatini, dilini, milli gelenek göreneklerini ögrenmede eserin kiymeti çok büyüktür. Hangi dilde ya da hangi asirda yazildigina bakmadan Fütüvvetnameler insanlari temiz ahlakliliga, iyi davranişa davet edip, onlar her yönüyle dogru insan olmaya çagiriyor. Bunun kendisi hiç bir zaman kiymetini kaybetmeyecek insanlik için önemli bir meseledir.

Affedicilik, temizlik, alçakgönüllülük, cömertlik, insanin iyiligini anlatip, ayibini örtmek gibi Fütüvvetnamelerde öne sürülen temel fikirler Nurmuhammet Andalip'in bütün sanatinin içinde bariz bir şekilde görülmektedir. En önemli haysiyetleri, yüksek ahlak sifatlarina davet etmek, onlari kendinde terbiye etmenin yoluna koymak, bu işin temelinde „feta, yigit"denilen kutsal mertebeye uygun olan kämil insani kemäle erdirmek maksadi Fütüvvetnamelere mahsus olan temel özelliklerdendir.

Fütüvvetnamelerde hazret Ali, Ibrahim Aleyhisselam, Yusuf Aleyhisselam, Yuşa Aleyhisselam gibi kerametli şahsiyetler de bu yüksek mertebeye sadece güzel ahlaklari, kämilligiyle haketmiş oldugu çeşitli rivayetler ve örneklerle beyan edilmektedir.

Bunlarin bazilarina Yahya ibn Halil'in ,,Fütüvvetname" adli eserinden örnekler verelim. Bir gün hazreti Resul Aleyhisselam hazret Ali'ye aytdi (dedi):

– Ey, Ali, sana yovuzlik (kötülük) kilana sen ne kilar sen? – dedi.

Ali aytdi:

– Men eylik (yahşilik) kilar men.

Sonra Resul Aleyhisselam aytdi:

– Eger, ol kişi yovuzligini artdirsa, sen ona ne kilar sen? – dedi.

Ali:

– Eger, ol kişi mana yovuzligini artdirsa, men eyligimi artdirar men – dedi.

Yene Resul Aleyhisselam aytdi:

– Ey, Ali, eger, ol kişi dayim (her zaman) yüregini hun (kan) eylese, sen ona ne kilar sen? – dedi.

Ali:

– Ol kişi günde mün gez (bin kez) cigerim gan eylese ve könlümi yiksa, men onun könlüni bir zerre yikman – dedi.

Hazreti Resul buyurdi: "Ali yali (gibi) yigit yok, zülpükar yali giliç yok".

Gördügümüz gibi hazret Ali affediciligi ve kötülüge iyilikde cevap verdigi için, erlik yaptigi için ona yigit mertebesi veriliyor.

Halk arasinda agizdan agiza söylenerek günümüze ulaşan ,,Iyilige iyilik her kişinin işidir, kötülüge iyilik er kişinin işidir" şeklindeki atasözü vardir. Bu güzel sözlerin aslinin nerden çiktigini yukardaki timsali okuyunca anliyoruz. Kötülük edene iyilikle cevap ermek özelligi yigitlik mertebesine mahsus en güzel fikirlerden biri de Andalip'in ,,Yusuf u Züleyha" destaninda Yusuf'un agabeyleriyle olan vakiasinda açiga çikiyor. Bir zamanlar kendisinin elini ayagini baglayarak kuyuya attiklari ve sonra bir tüccara on sekiz gara tengeye (akçeye) satan agabeylerini şehrin kapisindan girdiklerinde Yusuf taniyor ve:

– Onlar cefa ettiler, biz vefa edecegiz. Onlar hata ettiler, biz affedecegiz deyip, er kişiye yakişacak şekilde hareket etti.

Babasinin başindan geçen olaylari duyan ogullarinin ,,Ey, baba, öyle olsa onlara niçin zulmetmiyorsunuz, affediyorsunuz?" diye sorduklarinda Yusuf: ,,Ey, oglum, cefa yerine vefa kilmak lazim. Git, onlarin hizmetinde ol. Ne isterlerse ver. Hangi hizmeti isterlerse caninla kabul et" deyip nasihat ediyor.

Andalip burda Yusuf'un usta yüz hatlanyla affedicilik, suçlunun suçunu affetmek, kötülüge iyilikle karşilik vermenin er kişilere mahsus oldugunu anlatiyor. Orta asirlarda yaygin olarak Fütüvvetnamelerde tek tanricilik düşüncesini anlatmaya oldukça önem verilmiştir. Türkmence yazilan Fütüvvetnamelerin en eskisi oldugu düşünülen Yahya ibn Halil 'in Fütüvvetnamesi'nde de Ibrahim Aleyhisselam'in Allah'in birligine iman ettigi için „yigit" adiyla Kur'an'da geçtigi anlatiliyor. Yahya ibn Halil bu olayi kitabin Ibrahim Aleyhisselam'a bagişlanan özel bir bölümünde beyan etmekle tek olan Allah'a iman etmeyi ve ondan başka hiçbir şeye tapmamaya çagiriyor. Ibrahim Aleyhisselam Allah'in birligine, ezeli ve ebedi olduguna inanir. Onu ateşe atsalar da, suya atsalar da bir olan Allah'tan yüz çevirmez. Nemrut'un putlarini yikip ateşte yakar ve yigit mertebesine layik olur. Burada bir şeyi iyi bilmek gerek. Züleyha Yusuf'a kavuşmak için kirk yil cevr ü cefa çeker. Onun muradina ermesine çeşitli zorluklar, engeller sebep olur. O her yola başvurarak Yusuf'u kendine boyun egdirmeye çalişiyor. Sonunda o kendi dua dileklerini kabul etmeyen, kendine hiçbir şekilde fayda getirmeyen putlarin hepsini vurup parçalayip ateşte yaktiktan sonra Allah'in birligine iman ediyor ve sonunda muradina eriyor. Bu vakialari beyan etmekle Andalip tek Allah'a iman etmeyi, ona ibadet etmeyi vaaz ediyor.

Nurmuhammet Andalip'in Zeynelarap destaninda Zeynelarap'in Hezreti Muhammed'i severek kendi dininden çikip onun dinine geçmesi Züleyha'nin ikbaline denk geliyor.

Gördügümüz gibi orta asirlarda bütün Islam dünyasina yayilan fütüvvetnamecilik gelenegi ve bu gelenekle ilgili yazilan fütüvvetnameler Türkmenlerin klasik şairlerinden biri olan Nurmuhammet Andalip'in sanatinda da kendini göstermektedir.

Andalip'in sanati fütüvvetnamelerle sadece farkli yönlerde degil, fikir ve konu bakimindan da alakalidir. 13-14 asirlarda edep, insanlik, ruh ve ahlak temizligiyle alakali Türkmence yazilan fütüvvetnamelerin en eskisi oldugu düşünülen Yahya ibn Halil'in fütüvvetnamesinde gelenek ve göreneklerimiz, ahlak kurallarimiz ananelerimizle alakali mantikli düşünceler Nurmuhammet Andalip'in sanatinda özgün şekilde geliştirilmektedir.

Kaynaklar

Türkler. Ankara, 2002, cilt 6. 731-732 s. Türk Tarihi. Ankara. 2002, cilt 4. 272,274 s.

Islam Ansiklopedisi. Istanbul, 1996, cilt 13, 265 s.

Nurmuhammet Andalip. Destanlar. Aşgabat, 1991, 219 s.

YUSUF HAS HACİP'İN "KUTADGU BİLİG" ESERİ TÜRK HALKLARI KÜLTÜREL MİRASI

Doç. Dr. Halide İmamova
Taşkent Devlet Şarşınaslık Üniversitesi, Türkşinaslık Fakültesi, Türk Filoloji Bölümü
E-mail: imamova.h68@gmail.com

Özet
Eski Türk dünyası kültür hayatının örneği olmuş "Kutadgu Bilig" Yusuf Has Hacip tarafınca 1069-70 yili yazılmış ve Tavğaç Buğra Han'a sunulmuştur. Yusuf Has Hacip'in "Kutadgu Bilig" eseri günümüze kadar birçok bilim adamlarınca incelenmiş olmasına rağmen hala çeşitli konular için önemli kaynaklardan sayılır. Eser, Türk dili ve edebiyatından, türk tarihi ve kültüründen, insanlararası ilişkilerden başlayarak devlet düzeyindeki siyasi ilişkilere kadar anlatıyor. Bu anlatımın esas aracı dildir. Bilindiği gibi, dil milletin kültür aynasıdır. Eser, Türk toplumunun yaşam tarzı, eğitim düzeyi, gelenek ve görenekleri dil birimleri (ekler, zamirler, akrabalık adları, atasözleri), paralinguistik (dil ötesi) birimler (jest ve mimikler), simgeler aracılığıyla ifade edilir. Günümüzde Çağdaş Türk Lehçelerinde kullanılmakta olan bir sürü atasözlerinin kökeni, "Kutadgu Bilig"de yankılanmaktadır. Sözkonusu atasözleri türklerin yaşam tarzı, dünyayı anlayış biçimi ve kültüründen örnekler verir. Toplum insanının iletişimde dikkat etmesi ve dengeyi koruması, tutumunu kontrol etmesi kişinin ne kadar eğitimli olduğunu sergiler. Bu nedenle, Yusuf Has Hacip'in "Kutadgu Bilig" eseri turk toplumu ve kişisinin kültürel mirasını dünya toplumuna sergilemektedir.

Anahtar sözcükler: *Kutadgu Bilig, dil, toplum, kültür.*

TURKISH PEOPLE'S CULTURAL HERITAGE OF YUSUF HAS HACIP'S "KUTAGU BILIG"

Abstract
"Kutadgu Bilig", an example of the cultural life of the old Turkic world, was written by Yusuf Has Hacip in 1069-70 and presented to Tavğaç Buğra Han. Although Yusuf Has Hacip's "Kutadgu Bilig" has been studied by many scientists until today, it is still considered an important source for various subjects.
This study tells from Turkish language and literature, Turkish history, and culture, starting from interpersonal relations to political relations at the state level. The main tool of this expression is language. As it is known, language is the mirror of the culture of the nation. The work is expressed through the lifestyle, education level, traditions and customs of the Turkish society, language units (affixes, pronouns, kinship names, proverbs), paralinguistic units (gestures and mimics), symbols. It covers Turkish language and literature, Turkish history, and culture, starting from interpersonal relations to political relations at the state level. The origin of many proverbs used in Contemporary Turkish Dialects today is echoed in "Kutadgu Bilig". The proverbs in question give examples from the way of life, understanding of the world and culture of the Turks. Paying attention to communication, keeping the balance, and controlling the attitude of the people of the society shows how educated the person is. For this reason, Yusuf Has Hacip's "Kutadgu Bilig" presents the cultural heritage of the Turkish society and its person to the world community.

Key words: *Kutadgu Bilig, language, society, culture.*

TÜRK DEVLET VE TOPLULUKLARINDA ORTAK DİL SORUNU

Doç.Dr. Elçin İbrahim
Azerbaycan Diller Üniversitesi, Türkiye Araştırmaları Merkezi
E-mail: elchinibrahimov85@mail.ru

Özet
Sovyetlerin dağılmasından sonra Türk cumhuriyetleri ayrı ayrı bağımsız devletler olarak uluslararası alanda kendilerini göstermeye başladılar. Yeni bağımsız olan cumhuriyetler ekonomide, bilimde, sanatta, sporda kısacası tüm alanlarda dünyaya açılmaya ve ilişkiler kurmaya başladılar. Özellikle yaşanan bu gelişmeler, Türk toplulukları için yeni olanaklar ortaya çıkardı. Ülkeler arasında yakınlıklar, ilişkiler ve eski tarihi bağlar güçlendirildi. Türk cumhuriyetleri kültür bakanlarının, üniversite rektörlerinin, bilim adamlarının, akademisyenlerinin ve araştırmacıların katılımlarıyla Türkiye'de ve diğer Türk cumhuriyetlerinde çeşitli konularda devamlı olarak konferanslar, sempozyumlar ve kurultaylar düzenlendi. Türk halklarının ve topluluklarının konuştuğu ortak iletişim dili bu toplantılarda esas dikkatleri çeken konular oldu. Yüksek düzeyde düzenlenmiş toplantılarda katılımcıların aynı tarihî dönemde oluşan dilin farklı ağızlarda iletişim kurması bazı durumlarda belirli zorluklarla ve anlaşmazlıklara neden olmuştur. Tarih boyunca Türkler aslında kökeni ortak olan çeşitli lehçeleri konuşmuşlardı. Yüksek düzeyde düzenlenen toplantılarda dil ve alfabe hakkında fikirler hep gündemin bir numaralı tartışma konusu olmuştur. Türk toplulukları arasında ortak alfabe birliğine gidilip gidilemeyeceği, ortak bir yazı dili, iletişim dili oluşturulup oluşturulamayacağı konuları bu toplantılarda sürekli dile getirilerek çözüm yolları araştırılıyordu. Bugün küreselleşen dünyada ilmî, ekonomik, politik ilişkileri en üst düzeyde kurmak için Türk topluluklarının ortak bir iletişim diline ihtiyacı vardır. Türkiye Türkçesi Türklerin yaşadıkları devlet ve topluluklara artık yol açmıştır. Türkiye Cumhuriyeti bugün Türkçe konuşan ülkelerle medeni, ekonomik, eğitim alanlarıyla ilgili çok üst düzeyde ilişkiler kurmaktadır. Demek ki, Türkiye Türkçesi Türk coğrafyasına artık yol açmıştır. Türkiye Türkçesi Türk lehçeleri arasında ortak konuşma dili için aracılık yapmalıdır veya yapabilir. Fakat Türkçenin kendi dâhilinde küçük sorunların olduğunu da söylemeliyiz. Türkiye Türkçesi Türk halkları arasında ortak iletişim dili olmak sorumluluğunu almak istiyorsa o zaman Türkçedeki küçük sorunları gidermekle işe başlayabilir. Günümüzde Türklerin topluluk şeklinde yaşadıkları ülkelerdeki sorunları (milli dilde eğitim, basın vd.) onların gittikçe tehlike altına düşmelerine sebep olmaktadır. Belki de bugün bu ciddi sorun gibi görünmeye bilir ama ileride bunun acı sonuçlarını yaşamamak için ilk önce Türk devletlerini, daha sonra da topluluklardaki Türkleri ortak bir dil etrafında toplamalıyız.

Anahtar kelimeler: *Türkçe, dünya dili, Türk cumhuriyetleri, ortak türkçe, türk toplulukları*.

THE COMMON LANGUAGE PROBLEM IN TURKISH STATES AND COMMUNITIES

Abstract
After the collapse of the Soviet Union, the Turkish republics began to show themselves in the international arena as separate independent states. The newly independent republics began to open up to the world and establish relations in all fields in economy, science, art, sports. These developments, in particular, have opened up new possibilities for Turkish communities. Relationships, relations and old historical ties between the countries were strengthened. Continually held conferences, symposiums and congresses on various subjects in Turkey and other Turkic republics with the participation of Turkish republics ministers of culture, university rectors, scientists, academics and researchers. The common language of communication spoken by Turkish peoples and communities was the main focus of attention at these meetings. In high-level meetings, the participants' communication in different dialects of the language formed in the same historical period caused certain difficulties and disagreements in some cases. Throughout history, Turks actually spoke various dialects with a common origin. Ideas about language and alphabet have always been the number one discussion topic at the meetings held at high level. Throughout history, Turks actually spoke various dialects with a common origin. Ideas about language and alphabet have always been the number one discussion topic

at the meetings held at high

level. In these meetings, the issues of whether a common alphabet union could be established, a common written language and a communication language were constantly being discussed in these meetings, and solutions were sought. Today, Turkish communities need a common language of communication in order to establish scientific, economic and political relations at the highest level in the globalizing world. Turkey Turkish has now led to the states and communities in which Turks live. Today, the Republic of Turkey establishes high-level relations with Turkish-speaking countries in the fields of civil, economic and education. So, Turkey Turkish has now paved the way for Turkish geography. Turkey Turkish should or can mediate for a common spoken language between Turkish dialects. But we should also say that Turkish has minor problems within itself. If Turkey Turkish wants to take the responsibility of being the common language of communication among Turkic peoples, then it can start by fixing minor problems in Turkish. Today, the problems of Turks in the countries where they live as a community (national language education, press, etc.) cause them to become increasingly endangered. Maybe this may not seem like a serious problem today, but in order not to experience the painful consequences of this in the future, we must first gather the Turkish states and then the Turks in the communities around a common language.

Keywords: *Turkish, world language, Turkish republics, common Turkish, Turkish communities.*

VARDAR'IN İNCİSİ, ÜSKÜP'ÜN SİMGESİ "BURMALI CAMİİ"

Dr. Öğr. Üyesi Seyhan Murtezan İbrahimi
Uluslararası Balkan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe Öğretmenliği Bölümü
E-mail: smibrahimi@ibu.edu.mk

Doç. Dr. Selçuk Kürşat Koca
Sakarya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
E-mail: kursadkoca@gmail.com

Özet
Kültür, geçmişten günümüze birikimli bir bütünü, düşünce ve eylemin ortak ürünlerini ifade eder. Asırlarca, tarih sahnesinde toplumlararası, kimlikler arası etkileşim yaratmış, 'Ben'in mevcudiyetini, aidiyet duygusunu meydana getirerek hafızaya gönderme yapmıştır. Medeniyet tarihimizin ve o tarihe tutunabilmemizin, ilerleyebilmemizin en önemli sebebi sahip olduğumuz kültürel mirasımızdır. Milli dilimizin yansıması olan, geçmişten günümüze aktarılan değerlerin yaşatılmasını sağlamak, kimliğimizin geleceğe dönük kültürel bağlamda olduğu kadar, toplumsal bağlamda da inşasını sağlayacaktır. Balkanlar, günümüzde Osmanlı dönemi Türk medeniyeti izlerini görebildiğimiz ve bu mirasın en önemli taşıyıcısıdır. Ancak tarihten günümüze gelen birçok eser olduğu gibi varlığını koruyamamış yapıtlar da vardır. Bu yapıtlardan biri Üsküp'te bulunan Vardar'ın İncisi, Üsküp'ün Simgesi Burmalı Camii'dir. Burmalı Camii, II. Bayezid döneminde Karlızâde Mehmed Bey tarafından inşa edilmiştir. Caminin kapısındaki kitabeye göre cami Eylül 1495 yılında tamamlanmıştır, 1923 yılında Sırplar tarafından yerine Kral Petar Meydanlığı yapılması için yıkılmıştır. Çalışmamızda, köksüzlüğe kök salmaya çalışan bir caminin Türk, Arnavut ve Makedon basınında ve edebiyatındaki yansımaları üzerine durulacaktır. 1963 yılındaki büyük depremde Vardar nehrinin sağ tarafında bulunan caminin yerine inşa edilen ordu evleri yıkılır. Boş kalan bu arazide Makedonlar tarafında "Üsküp 2014" projesi kapsamında Ortodoks Kilisesi inşa etme çalışmaları başladı. Makedonyalı Türk, Arnavut ve Boşnak müslümanlara ait sivil toplum kuruluşları ve halk bir araya gelerek "Burmalı Camii Platformu"nu kurarak, protestolarla yapılan kilise inşaatı durduruldu. Ancak, kilise yerine oraya yeniden ordu evi inşa edilmesi durdurulamadı. Camiden geriye Kurşunlu Handa bulunan yazı levhası, Üsküp şehir parkında bulunan birkaç sütun kalmıştır. İncelememizde, bu kargaşalı dönemde caminin kimliğini yansıtan, yazılar üzerinde de durulmuştur.

Anahtar kelimeler: *Burmalı Camii, Balkanlar, Üsküp, kültürel miras, kimlik.*

THE PEARL OF VARDAR, THE SYMBOL OF SKOPJE "BURMALI MOSQUE"

Abstract
Culture expresses a cumulative whole from the past to the present, the common products of thought and action. For centuries, it has created inter-communal and inter-identity interaction on the stage of history and has made reference to memory by creating the presence of 'I' and a sense of belonging. The most important reason for our civilization history and our ability to hold on to that history and progress is our cultural heritage. Ensuring the survival of the values that are the reflection of our national language and transferred from the past to the present will ensure that our identity is built in the social context as well as in the cultural context for the future. The Balkans is the most important carrier of this heritage, where we can see the traces of the Ottoman period Turkish civilization today. One of these works is the Pearl of Vardar in Skopje, the Symbol of Skopje, the Burmalı Mosque. Burmalı Mosque, II. It was built by Karlızâde Mehmed Bey during the Bayezid period. According to the inscription on the door of the mosque, the mosque was completed in September 1495. It was demolished by the Serbs in 1923 to replace it with King Petar Square. In our study, the reflections of a mosque trying to take root in rootlessness in Turkish, Albanian and Macedonian press and literature will be emphasized. In the great

earthquake of 1963, the army houses built instead of the mosque on the right side of the Vardar River were destroyed. On this vacant land, the Macedonians started to build an Orthodox Church within the scope of the “Skopje 2014” project. NGOs belonging to Macedonian Turks, Albanians and Bosnian Muslims and the public came together to establish the "Burmalı Mosque Platform" and the construction of the church, which was carried out with protests, was stopped. However, the rebuilding of the army house instead of the church could not be stopped. The writing sign in Kurşunlu Han and a few columns in the city park of Skopje remained from the mosque. In our study, the writings reflecting the identity of the mosque in this turbulent period are also emphasized.

Keywords: *Burmalı Mosque, Balkans, Skopje, cultural heritage, identity.*

DÖVİZ KURU İLE HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Dr. Bahar İslamoğlu
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: bislamoglu@pau.edu.tr

Özet
Bu çalışmanın amacı Türkiye için döviz kuru ile havayolu taşımacılığı arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Araştırma 1994-2019 dönemi için yıllık veri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analizde döviz kurunu temsilen Reel efektif döviz kuru ve havayolu taşımacılığını temsilen dış hat yolcu ve yük taşımacılığı verileri kullanılmıştır. Değişkenler arasında uzun dönemde eş bütünleşme ilişkisi olup olmadığı Engle- Granger (EG) and Philip-Outlaris (PO) ile incelenmiştir. Elde edilen test sonuçları dış hat yolcu sayısı ve yük taşımacılığı değişkenlerinin her biri ile döviz kuru değişkeni arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: *Döviz kuru, havayolu taşımacılığı, eşbütünleşme.*

REVIEW OF THE RELATIONSHIP BETWEEN EXCHANGE RATE AND AIRWAY TRANSPORT: AN APPLICATION ON TURKEY

Abstract
The purpose of this study is to analyze the relationship between exchange rate and airline transport for Turkey. The search was carried out using annual data for the 1994-2019 period. The analysis uses the external line passenger and freight transport data representing the Reel effective exchange rate and airline transport, representing the exchange rate. The long-term co-integration relationship between variables has been examined by Engle-Granger (EG) and Philip-Outlaris (PO). The results of the test show that there is a long-term co-integration relationship between the number of outlines passengers and the exchange rate variable for load transport.

Keywords: *Exchange rate, airway transport, co-integration.*

GELENEKSEL TÖREN KEŞKEĞİNİN DENİZLİ YÖRESİNDEKİ KÜLTÜREL GELİŞİM VE FARKLILIKLARI

Melike Karateke
Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi

Samet Önder
Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
E-mail: ondersam@hotmail.com

Özet
Binlerce yıllık kadim bir geleneğin ürünü olarak keşkek, UNESCO somut olmayan kültürel miras listesine de dâhil edilen değerli bir kültür ögesidir. Yalnızca bir yemek olarak değerlendirilemeyecek kadar köklü bir geçmişe sahip olan keşkek, hazırlanış, sunum ve ortaya çıkış sürecinde özellikle Türk milleti için pek çok özgün değeri içerisinde barındırır. Türk milletinin var olduğu farklı coğrafyalarda, Orta Asya'dan Anadolu'ya kadar süregelen tarihsel süreç içerisinde de yaşamaya devam ederken; ulusal, bölgesel ve daha sonra yerel manada sofraların vazgeçilmez yemeklerinden biri olarak karşımıza çıkar. Geleneksel törenlerde özellikle birlik ve beraberliğin simgelerinden biri olmuş keşkek; Anadolu'nun her karış toprağında geçmişten geleceğe aktarım yapan bir kültür köprüsü vazifesi görür. Neredeyse tüm bölgelerde bu yemeğin ana malzemesi buğday olsa da; dövme, pişirme, sunum ve tüketme safhalarında farklı ananeler gözlenir. Denizli yöresi de bu bağlamda 'döğme aşı' olarak da bilinen keşkeğin yoğun olarak yaşadığı, her ilçesinde, kasabasında, köyünde ve hatta mahallesinde ayrı ayrı bahse konu değişimin ve ardından gelen yoğun kültürel zenginliğin izlendiği coğrafi noktalardandır. Türkiye'de birçok yörede rastladığımız keşkek yemeğinin Denizli'de de yapıldığı bilinmektedir. Yazımızda Denizli yöresi özelinde, çeşitli ilçe ve ilçelere bağlı olan köylere ait olan keşkek yemeğinin oluşum safhasında gözlenen kültürel örf, adet ve geleneklerin varlığı ile bu değerlerin ve ortaya çıkan yemeği çeşitliliği ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Keşkek, kültür, Denizli, farklılık, gelişim, döğme aşı.*

THE DIFFERENCES AND THE IMPROVEMENT OF TRADITIONAL KESKEK DISH IN DENIZLI

Abstract
As a product of an ancient tradition for thousands of years, keşkek is a valuable cultural item which is also included in the UNESCO intangible Cultural Heritage List. Keşkek, which has such a deep-rooted history that it cannot be considered as a mere dish,contains many unique values especially for the Turkish nation in its preparation, presentation and emergence process. While it continues to live in different geographies where the Turkish Nation exists, in the historical process from Central Asia to Anatolia; It appears as one of the indispensable dishes of national, regional and later local tables. In traditional ceremonies, keskek has been one of the symbols of unity and togetherness; It acts as a cultural bridge transferring from the past to the future in every inch of Anatolia. Although wheat is the main ingredient of this dish in almost all regions; different traditions are observed in the stages of forging, cooking, presentation and consumption. For example, Denizli region, in this context, is one of the geographical points where the keskek, which is also known as 'döğme aşı' in this context, is densely populated, where the change in question and the intense cultural richness that follow are observed separately in each district, town, village and even neighborhood. It is known that the Keşkek dish, we encounter in many regions of Turkey, is also cooked in Denizli. In our article, the existence of cultural customs, traditions and customs observed in the formation phase of the keskek dish, which belongs to the villages of various districts and districts in Denizli region, and the diversity of these values and the resulting food will be discussed.

Keywords: *Keşkek, culture, Denizli, difference, evolution, döğme aşı.*

Denizli/Merkez

Denizli'nin merkezinde yaşayan halk için keşkek geleneksel açıdan önemli bir yere sahiptir. Özellikle düğün törenlerinde, aşure ayında yapılan keşkek birçok ilçe halkının kullandığı buğday ile yapılmaktadır. Pişmeden önce suda bekletme işlemi burada da karşımıza çıkmaktadır ancak ılık su ile bekletme farklılığı vardır. Islatma dedikleri bu aşama bittikten sonra kaynama –haşlama- aşaması vardır. Denizli merkez halkı bu işlemi toprak çömlek içinde yapmaktadır. Keşkek yapımında toprak çömlek kullanımının ilçelerde yoktur bu sebeple Denizli merkez keşkeğini ayıran bir özellik olarak değerlendirebiliriz. Kaynama işlemi tamamlandıktan sonra ezme işlemi için ilistre ''bir çeşit süzgeç'' adındaki araç kullanılır. İlçelerde tahta kaşık, soku gibi araçlar kullanılırken Denizli merkez halkı bu aracı kullanarak bir farklılık daha göstermektedir. İlistrenin küçük deliklerinden alta geçen buğdaylar ezilmiş ve kabuğundan ayrılmış olur. Bu deliklerin üst kısmında kalan iri taneler ise tekrar kaynatılır, ezilen buğdaylarla karıştırılarak bir arada tekrar kaynama işlemi görür. Üzerine tuz, eritilmiş tereyağı ve ayrı yerde pişmiş olan parça et ilave edilir. İkram esnasında Denizli merkezinde kızdırılmış yağ içine salça ve baharatlar eklenerek sos yapılır, bu sos keşkek üzerine dökülür. Parça et yerine kavrulmuş kıyma da koyulmaktadır. Kıyma Denizli'de diğer ilçelerde karşımıza çıkmamış olup, şehrin merkez keşkeğine ait bir özelliktir. Çoğunlukla bu şekilde yapılan keşkeğin etsiz, salçasız tereyağı ile tüketimi de mümkündür.

Babadağ

Babadağ keşkeği ilçenin en önemli kültürel ürünlerinden biridir. Geleneksel bir tören yemeği olarak uzun yıllardır ilçede yapılan ve tüketilen keşkek genellikle mayıs ya da haziran aylarında yapılır. Bu yapım esnasında kolektif birliktelik önemsenir hem yapım hem de tüketim aşamalarında ilçe sakinleri iç içedir. Buğdaylar büyük kazanlarda kaynatıldıktan sonra, serme işlemi sonrasında kurutulur. Kuruyan buğdaylar dibek taşına alınır ve burada dövülür. Dövme işleminin ardından tekrar kaynatma işlemi yapılır ve keşkek asıl işlem göreceği günün öncesinde 1 gün süreyle kabarması için bekletilir. Ertesi gün kabaran buğday su ile birlikte bir kazana alınarak tekrar kaynamaya alınır. Ayrı bir kazanda kırmızı et iplik iplik olana dek haşlanır, kemiklerinden ayrılır. Kurulan üçüncü kazanda ise haşlanan etler dövülmeye başlanır. Burada etin dövülme aşaması Babadağ keşkeğinin en önemli

noktalarındandır. Etin dövme

işlemi bittikten sonra diğer kazanda kaynayan buğday yavaş yavaş keşkeğin yapılacağı kazana alınır. Tuz ve karabiber de eklenerek bütünleşme sağlanır. Öyle ki, et ve buğday birbiriyle bütünleşene kadar birlikte dövülür. Bu, Babadağ keşkeğinin en karakteristik özelliğidir. Sunum esnasında tereyağı ve kırmızıbiber ile birlikte servis edilir. Keşkeği yapan kişiye herhangi bir hediye ya da bahşiş verilmez, başlangıçta anlaşılan bir yapım ücreti vardır işin sonunda o takdim edilir.

Çal

Çal yöresinde keşkek yemeği genellikle düğünlerde yapılır. Düğünden bir veya iki gün öncesinde keşkeklik buğday düğün sahibi tarafından meydanda bulunan dibeğe getirilir. Köy kahvehanesinde olan gençlere düğün sahibi dibekte buğday dövüleceğini duyurur. Gençler yapacakları iş karşılığında ne alacaklarını sorar; düğün sahibi lokum, bisküvi ve sigara vereceğini söyler. İkna edilen gençler, buğday dövme işini bilen bir yaşlı öncülüğünde dibekte ıslatılmış olan buğdayı soku adını verdikleri 1 metre uzunluğundaki malzeme ile dövme işlemini yapar. İşi bilen ihtiyar ise buğdayın kabuğunun ayrıldığını kontrol etmek için eliyle ara ara karıştırır. Düğün günü gece keşkek pişeceği için buğday düğün evine getirilir. Diğer ilçelere kıyasla Çal ilçesinde keşkek haşlama aşamasından geçmemektedir. Buğday sadece su ile pişmek üzere kazan içine alınır. Az az su ekleyerek ve uzun tahta kepçe ile hem karıştırıp hem ezme işini yapan kadınlar keşkeği hazır hale getirir. Pişme esnasında kaymak yağı -kaynayan sütün üzerine çıkan süt yağından elde edilir- eritilerek ilave edilir. Bakır kaplarda ikram edilecek olan keşkek üzerine sade şekilde eritilmiş kaymak yağı dökülür. Özellikle etli nohut ile ikram edilmelidir ki bu yemek keşkek üzerine dökülerek tüketilir. Keşkek içine et koyulmaması da diğer keşkeklerden ayıran bir özellik olarak karşımıza çıkar. Çal yöresinde Tavas, Çivril, Bekilli ilçelerine kıyasla keşkek pişirme aşamasında erkek bulunmamaktadır çünkü öncesinde erkekler dibek içinde buğdayı oldukça dövülmüş hale getirmiştir, pişirmeyi ise kadınlar yapar. Baklan ilçesi ile coğrafi yakınlığı olmasına rağmen Çal'da keşkek yapılırken davul-zurna eşliğinde oynama görülmemektedir. Bahşiş, hediye verme geleneği Çal ilçesinde de vardır ancak ''el emeği'' adıyla tanımlanmaktadır.

Acıpayam

Acıpayam'da tören yemeği olarak değerlendirilen, özellikle düğün ve mevlitlerde yapılan keşkek yemeği için kullanılacak olan buğday değirmende kırdırılır. Kırdırılan buğdaya yörede yarma adı verilir. Hazırlanan yarma, dibek içinde dövülür ve pişeceği

günden bir gün

önce ıslatılır. Bu işleme Acıpayam'da ''tavlanma'' denmektedir. Tavlanan yarma ertesi gün büyük bir kazanda haşlanır. Kazanda haşlanma sırasında hiçbir kaşık buğdayın içine sokulmaz. Bunun sebebi; keşkeğin kazana yapışacak olmasıdır. Buğdayları haşlama sırasında sade su kullanılır, diğer ilçelerin aksine et suyu kullanılmaz. Haşlama aşaması bittikten sonra kazanın altındaki ateş biter ve uzun saplı tahta kepçe ile iki ya da üç kadın keşkeği ezer. Acıpayam ilçesinde keşkek yemeği incelendiğinde kadınların rol alması dikkat çekicidir. Buğday tamamen ezilmez; biraz sulu ve buğdaylar ise dişe gelecek kıvamda olur. Keşkek kazanda pişer. Buğdaylar piştikten sonra içine eritilmiş tereyağı eklenir ve kısa bir süre daha pişme işlemi devam eder.

Keşkek, törene gelen misafirlere ikram edilirken paslanmaz çelikten olan çanaklarda servis edilir. Keşkek üzerine tereyağı eritilip dökülür. Ancak üzerine dökülen bu yağda kırmızı toz biber ya da pul biber olmaz. Diğer ilçelerde et de koyulabilirken Acıpayam yöresinde yapılan keşkeklerde et bulunmaz. Özetle, Acıpayam'da düğünlerde ikram edilen geleneksel keşkek yemeği oldukça sade ve sulu yapılmaktadır. Denizli'nin diğer ilçelerine kıyasla keşkek yapımı esnasında erkekler bulunmaz sadece kadınlar keşkek yapmaktadır. Son olarak, keşkek kazanda bu şekilde pişirildikten sonra kapağı kapatılır ve düğün ya da mevlit sahibinden kapağın açılması için bahşiş istenir. Kapak bahşiş karşılığı açılarak ikram edilir.

Baklan

Baklan'da düğünlerde yapılan keşkek için kullanılacak olan buğday daha önceden su içinde bekletilir. Bu işleme Baklan'da tavlanma denmektedir. Keşkek, özellikle cumartesi günü öğle saatlerinde yapılmaya başlar. Bunun için önceden bekletilen buğday evden alınır ve gençler davul, zurna eşliğinde oyunlar oynayarak, diğer insanlar ise yürüyerek meydana gelir. Meydanda bulunan keşkek taştan oyularak elde edilen dövme dibeğine getirilir. Getirilen buğday bu dibeğin içine dökülür, gençler ise dibeğin etrafına dizilir. Bu etkinlik sırasında ne kadar çok genç bulunursa o kadar iyi demektir. Dövme aşamasına ağaçtan elde edilen soku denilen malzeme ile dibek etrafındaki gençler buğdayı sırayla vurarak döverler. Kabuğu soyulana kadar dövülen buğdayın içine herhangi bir yağ ve et eklenmez. Misafirlere ikram edileceği esnada üzerine kırmızı toz biber ile eritilmiş tereyağı dökülür. Çoğunlukla keşkek yanında nohutlu ve kemikli et servis edilir. Bu yemeğin suyu keşkek üzerine dökülerek de yenir. Meydanda hazırlanan keşkek yine oyunlar eşliğinde düğün evinde diğer düğün yemeklerini yapan kişiye teslim edilir. Düğün sahibi keşkeği döven her gence gücü yettiği

kadar para verir.

Teslim işleminden sonra aşçı kazanda pişirme kısmına geçer. Dibekte soku ile dövülen buğday kazanda haşlanmaya başlar ve haşlama bittikten sonra bu kez ağaçtan yapılan tokmak isimli alet ile ezme işlemine geçilir. Bütün bu işlemler bittikten sonra keşkeğin dinlenmesi için kapak kapatılır. Kazanın kapağı açılsın diye düğün sahibi bu kez aşçıya bahşiş verir. Gençlerin davul- zurna ile oyunlar oynaması keşkek yapılan güne bir şenlik havası katmaktadır. Diğer ilçelere kıyasla Baklan'da yalnızca mutlu olunan törenlerde keşke yapılır. Böylesine şenlik içinde keşkek yapılmasının Baklan ilçesini diğer ilçelerden ayıran ilginç bir özellik olduğunu ifade edebiliriz.

Tavas

Denizli'nin Tavas ilçesinde keşkek yemeği özellikle düğünlerde yapılır. Tavas keşkeğinde dövme buğday ve sadece su kullanılmaktadır. Buğday önce büyük bir kazanda en az üç saat boyunca hiç karıştırılmadan haşlanır. Diğer yandan da kuzu eti haşlanır. Haşlanan buğday iki erkek tarafından karşılıklı olarak tokmak ya da büyük tahta kaşık yardımıyla ezilir ve erimiş tereyağı içine ilave edilir. Kadınlar ise haşlanan kuzu etini parçalar. Pişmiş ve ezilmiş olan buğdaya parçalanmış kuzu eti ilave edilerek tekrar kaynatma işlemi yapılır. Buğdayı ezme dışında keşkek sürekli olarak karıştırılmaz. Birçok ilçedeki gibi misafirlere servis esnasında keşkek üzerine kırmızı toz biberli kızartılmış tereyağı dökülür. Düğün evinde yapılan keşkeğin kapağı açılsın diye aşçı düğün sahibinden bahşiş alır. Tavas ilçesinde keşkeğin yapımıyla ilgili dikkat çeken nokta birlikteliğe daha çok önem verilmesidir.

Kale

Kale ilçesine ait olan keşkek düğünlerde pişer ve değirmenden geçirilmiş, kırılmış buğdayla yapılır. Burada da kullanılacak olan buğdayın daha önceden suda bekletilme işlemiyle karşılaşırız. Pişirme aşamasında öncelikle suyla buğdayın haşlanması vardır ancak yağlı yapılacak ise köylerde ulaşması daha kolay olan tereyağı veya hayvansal yağ kazana koyulduktan sonra buğday ve su ilave edilir. Haşlanma kısmında Kale'de de kazan içine herhangi bir kaşık sokulmamaktadır. Sebebi yine buğdayın, kazanın dibine yapışmasını önlemektir. Oldukça düşük ısıda pişirilir. Misafirlere ikram edilirken birçok ilçede olduğu gibi keşkek üzerine kırmızı toz biber, Kalelilerin boyalı biber dediklerini bir baharat çeşidiyle karıştırılan eritilmiş tereyağı ile dökülür. Keşkek üzerine karabiber döküldüğü Denizli'de sadece Kale ilçesinde karşımıza çıkar. Etsiz sade yapılan keşkek Acıpayam keşkeği ile benzerlik göstermektedir. Acıpayam ilçesinde olduğu gibi paslanmaz çelikten elde edilen

çanaklarda sunulur. Çanak tercihinin bu şekilde olmasının sebebi ise; eski köy yaşamında seramik, porselen, cam gibi malzemelerden yapılmış mutfak eşyalarının yaygın olmamasının yanı sıra keşkeğin daha sıcak tutulmak istenmesi olarak yorumlayabiliriz. Birçok ilçede gelenek olan bahşiş veya hediye verme durumu burada yoktur.

Çivril

Denizli'nin Çivril ilçesinde genel olarak karşımıza çıkan düğünlerin yanında, bayramlarda da keşkek bir gelenek olarak evlerde pişirilmektedir. Çivril keşkeğinin en dikkat çekici farklılığı içinde soğan olmasıdır. İlk olarak buğday -kırılmamış buğday- yıkanır, ayrı yerde soğan yağ ile kavrulur ve su eklenir. Su kaynayınca yıkanmış buğdaylar ilave edilerek haşlanır. Haşlanma işlemi bitince, Acıpayam keşkeği gibi içine eritilmiş tereyağı ilave edilir. Bir diğer aşama ezme yani dövme işini Çivril'de erkekler yapmaktadır. İçine herhangi bir et konmaz. Bekilli, Tavas ve Acıpayam'da karşımıza çıkan keşkeğin üzerine yağ dökme işlemi Çivril'de yoktur. Misafirlere ikram esnasında, ayrıca pişirilen sade et kavurma keşkek üzerine konur ve yine Denizli yöresinin farklı noktalarında sıklıkla karşımıza çıkan pişiren kişiye bahşiş veya hediye verme geleneği Çivril'de görülmemektedir.

Honaz

Düğünlerde, bayramlarda ve cenazelerde yapılan geleneksel bir yemek olan keşkeğin Honaz'da bu törenlerin hiçbirinde geleneksel olarak yapılmadığı yalnızca münferit şekilde evlerde yapıldığı görülür. Honaz'ı diğer ilçelerden ayıran bu özellik dikkat çekicidir. Honaz'da keşkek ne zaman yapılır sorusunun cevabı ise aşure ayıdır. Yalnızca aşure ayında cami önünde ya da meydanda pişirilen keşkek Honaz'da tavuk eti ile yapılır. Bu durum Honaz'ı diğer ilçelerden ayıran başka bir özelliktir. Keşkek yapılacağı günden önceki akşam buğday ıslanır ve kazanda su ile haşlanır. Ezme işlemini Honaz'da erkekler yapmaktadır. Diğer ilçelerde erkekler tokmak kullanırken Honazlı erkekler ağaçtan yapılmış kepçe ile bu işlemi gerçekleştirir. Honaz keşkeği de Acıpayam keşkeği gibi çok ezilmez. Honaz da bahşiş ya da herhangi bir hediye verme geleneği karşımıza çıkmamaktadır.

Bozkurt

Bozkurt ilçesinde topluluk olan her törende keşkek yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Hatta öyle ki; Bozkurtlular evlerine gelen her misafire keşkek ikram etmek ister. Bozkurt, ilçesinde tören keşkeğinin yapımı için buğdayın kabuğu değirmende soyulmalıdır. Diğer

ilçelerde karşımıza çıkan, pişirileceği günden önceki akşam suda bekletme işlemi burada da karşımıza çıkar. Bu işlemin Bozkurt'taki ismi ıslatmadır. Kazan odun ateşinin üzerine alınır ve buğdaylar su ile haşlanmaya bırakılır. Bu ilçede haşlama esnasında kaşık sokulmamalıdır çünkü keşkek kazana yapışabilir. Buğdayla açılmaya başladığında tahtadan, uzun saplı bir kepçe ile Acıpayam'daki gibi kadınlar tarafından ezme -dövme- işlemi gerçekleştirilir. Bu işlem bitiminde haşlanmış tavuk ya da kırmızı et ve eritilmiş tereyağı ilave edilir daha sonra tekrar kaynatılmaktadır. Misafirlere ikram edilirken ise üzerine tarhanalı tereyağı, kırmızı toz biberli tereyağı ya da sadece yağ dökülmez, salçalı tereyağı dökülür. Başka ilçelerde karşımıza çıkan pişirene bahşiş verme geleneği Bozkurt'ta yoktur. Bahşiş düğünde yapılan pilav kapağının açılması için verilmektedir. Düğünde pilav yoksa keşkek kapağı açılması için bahşiş verilebilir. Bozkurt keşkeği günümüzde Denizli'de en çok tüketilen keşkek şekillerindendir. Bu keşkeği diğerlerinden ayıran özelliğinin salçalı tereyağı ile ikram edilmesidir.

Çameli

Acıpayam'da karşımıza çıkan kırdırılmış buğday yani yarma Çameli ilçesinde de pişeceği günden önceki akşam yıkanır ve suda bekletilir. Ertesi gün sabah olduğunda sadece su ile haşlama işlemi gerçekleştirilir. Diğer taraftan tavuk ya da kırmızı et haşlanır. Haşlanan etler parçalanırken -Çameli ilçesinde didikleme denir- etin suyu keşkeğe ilave edilir. Hazır olan etler de yarma ile dövülmek için ilave edilir. Dövme yani ezme işlemini bu ilçemizde de erkekler uzun saplı tahta kaşık ile yapmaktadır. Bu aletin özel bir adı yoktur. Misafirlere ikram esnasında Tavas keşkeği gibi kırmızı toz biberli tereyağı keşkeğin üzerine dökülür. Keşkek pişiren kişiye bahşiş verme geleneği Çameli ilçesinde havlu, yazma adını verdikleri bir çeşit başörtüsü ve eteklik adını verdikleri kumaş olarak karşımıza çıkar.

Bekilli

Bekilli ilçesinde iki farklı keşkek yapımı karşımıza çıkar. Özellikle Üçkuyu köyünde buğday düğünden önceki akşam suda bekletilir. Düğün günü kazana su ve buğday alınır ve buğdayın kabukları iyice açılana kadar hiç karıştırmadan haşlanır. Haşlama esnasında su azaldığında tekrar su ya da et suyu ilave edilir. Dövme aşamasına geçildiğinde keşkek içine daha güzel dağılması sebebiyle kuzu eti de ilave edilir ve buğdayla birlikte et de dövülür. Dövme işini düğün evindeki erkekler sırayla büyük tahta kepçe ile kazan içinde kenarlara vurarak gerçekleştirir. Sakız kıvamı yani kaşıktan dökerken uzayana kadar dövme işlemi

gerçekleştirilir. Tereyağı ve sıvıyağ pişen keşkek içine ilave edilerek kısa bir kaynama

işleminden daha geçerek iyice kıvam almış olur. Son olarak misafirlere ikram esnasında ‘’cici’’ adını verdikleri kızartılmış tereyağı dökülür. Diğer ilçelerde de karşımıza çıkan bir gelenek olarak keşkek kazanının kapağı açılsın diye düğün sahibi pişiren kişiye bahşiş verir.

Bekilli’nin Çoğaşlı köyünde ise diğer keşkeklere göre farklılıklar vardır. Bu farklılıklardan biri haşlanan buğdayın ezilmesi ya da dövülme dedikleri işlem esnasında nohut ilave edilmesi olarak söylenebilir. Buğday ve nohut kazan içinde tokmak ile erkekler, uzun tahta kaşık ile kadınlar tarafından tamamen ezilir. Birçok ilçede sade ya da kırmızı etli keşkek karşımıza çıkarken Bekilli-Çoğaşlı köyünde tavuklu keşkek vardır.

Buğday ve nohut başka işlem görürken bir yandan tavuk haşlanır, suyu ise ezilmiş buğday-nohut karışımına eklenir. Tavuk eti ise parçalanıp -didiklenip- keşkek içine ilave edilir. Misafirlere ikram sırasında üzerine dökülen yağın da bir farlılığı vardır. Bu farklılık eritilen tereyağının toz tarhana ile karışmasıdır. Bir başka farklılık ise daha çok düğünlerde tercih edilen bu geleneksel yemek Çoğaşlı köyünde ölen kişinin ardından yedinci günde cenaze evinde pişirilerek dağıtılır.

SONUÇ

Yazımızda bu noktaya kadar ifade edilen Denizli yöresinde keşkek yemeğinin törensel boyuttaki değeri ile çok kısa mesafede dahi gerek kullanılan malzemeleri gerekse kültürel boyuttaki değişken etkinlikleriyle zengin bir kültürel birikimi incelemiş olduk.

Denizli’de tören keşkeğinin kültürel gelişimi irdelendiğinde yemeğin genellikle düğünlerde yapılıyor olması karşımıza çıkmış bulunuyor. Bu noktada, Keşkek yemeğinin insanların mutlu oldukları günlerde bir topluluğa ikram edilmesi ile günümüzde de devam eden bir gelenek olduğu söylenebilir. Eski dönemlerde toplu törenlerde keşkek yapımının nedeninin buğday üretimini köylerde yaşayan insanların çoğunun yapabilmesi, köylerde yaşayan bu insanların besledikleri hayvanların sütünden tereyağı elde edip etini de tüketebilmesidir. İlçeler arasında çeşitli farklılıklar dikkat çekmektedir. Soğanla yapılan Çivril keşkeği, üzerine tarhanalı tereyağı dökülen Bekilli’nin Çoğaşlı köyünün keşkeği, mutlaka etli nohut yemeğiyle ikram edilen Çal-Baklan keşkeği, çok ezilmeden ve sulu bırakılan Acıpayam keşkeği, eti de dövülen Babadağ keşkeği birbirleri arasında farklılıklar göstermektedir.

Dövme işlemini daha çok erkeklerin yapma sebebi ise fiziksel güç üstünlüğünün erkeklerde olmasıdır. Bu durumu, keşkek dövme işleminin zor olması oldukça kol gücü

istemesi olarak değerlendirebiliriz. Hatta öyle çok güç gerektirmektedir ki Çal-Baklan yöresinde bu işi genç erkekler yapmaktadır. Keşkek yemeğinin birbirine yakın olan ilçelerde benzer malzemeler ve aşamalarla yapıldığını söylememiz mümkündür. Bunun sebebi coğrafi yakınlık nedeniyle birbirlerinden gördükleri şekilde yapmaları veya yakın bölgenin insanları olması sebebiyle damak zevklerinin benzer olup benzer keşkeği tercih etmeleridir. Birçok ilçede keşkeğin etli yapılmasını ise Türk milletinin misafirlerine verdiği değeri etli bir yemek ikram ederek göstermesi olarak değerlendirmek mümkündür. Günümüzde evlere gelen misafirlere dahi etli yemek yedirmek verilen değerin ve saygının bir göstergesidir. Geleneksel tören yemeği olarak adlandırılan Keşkek bir sonraki nesillere aktarılırken hem kullanılan malzemeler hem yapılma amacında hiçbir değişime uğramamıştır. Eski ve yeni nesil arasında adeta bir köprü görevi gören Keşkek Denizli yöresinde önem taşıdığı kadar Türkiye'nin dört bir yanında da önem taşımaktadır.

LEXICAL-SEMANTIC ANALYSIS OF THE NATIONAL KYRGYZ WALL CARPET ORNAMENTS

Dr. Nurgul Karybekova
Kyrgyz-Turkish Manas University
E-mail: nurgul.karybekova@manas.edu.kg

Abstract
This article presents the lexical-semantic analysis of the ancient Kyrgyz wall carpet ornaments as a traditional cultural phenomenon. National ornaments are considered to be part of the ethnocultural tradition of the people that contain the most valuable elements of the social and cultural heritage that have been preserved and passed down from ancestors for many centuries. There is no special study devoted to the lexical and semantic features of the national ornaments on rare Kyrgyz wall carpets in linguistic literature. The description, names, and meaning of each ornament are explained in detail. National ornaments are viewed in parallel with similar samples of relative Turkic nations. The article is focused on the analysis and classification of more than 30 different names, descriptions, and meanings of each ornament on the ancient wall carpets called "tush-kiyiz". With a help of the analysis of these ornaments a valuable source of knowledge about Kyrgyz culture, history, mentality, and lifestyle are reflected. This study can make a significant contribution to linguocultural studies.

Keywords: *Lexical-semantic analysis, wall carpet, ornaments, cultural heritage, linguocultural studies.*

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE YEŞİL ENERJİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Öğr. Gör. İbrahim Halil Kazoğlu
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: ikazoglu@pau.edu.tr

Öğr. Gör. Elif Hilal Nazlıoğlu
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: enazlioglu@pau.edu.tr

Özet
Günümüz dünyasında sürdürülebilirlik kavramı hayatın her alanında yer edinmeye başlamış olup turizm sektörü için de uygulanmaya başlamıştır. Enerji maliyetleri, 7/24 yaşayan bir endüstri olan turizm endüstrisi için işletme giderlerini artıran bir kalemdir. Turizm özelinde enerji giderlerini azaltmak önemli bir konu haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının içeriğinden dolayı turizm endüstrisinde yenilenebilir enerji kullanımı hem çevreye olan katkısı hem de enerji giderlerini azaltması yönünden oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı turizm endüstrisi için enerji maliyetleri ve sürdürülebilirlik kavramları doğrultusunda turizmde yenilenebilir enerji kaynağı kullanımı ve enerji maliyetlerinin turizm işletmelerinin gelirlerine olan katkısı Türkiye literatürü taranmaya çalışılarak araştırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, yenilenebilir enerji kaynak ve kullanımının belirli bir düzeyin altında olduğu ve turizm endüstrisi için ilgili kaynağın kullanımının gerekli olduğu yönündedir. Çalışmanın daha detaylı alan yazın taramasıyla desteklenerek (genişletilerek) turizm endüstrisine, politika yapıcılara ve alan yazına katkısının daha fazla olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm, yenilenebilir enerji.*

A REVIEW ON THE USE OF GREEN ENERGY IN THE TOURISM INDUSTRY

Abstract
In today's world, the concept of sustainability has started to take place in all areas of life and has started to be applied for the tourism sector. Energy costs are an item that increases operating expenses for the tourism industry, which is an industry that lives 24/7. Reducing energy costs has become an important issue in tourism. Due to the content of the concept of sustainability, the use of renewable energy in the tourism industry is very important in terms of both its contribution to the environment and reducing energy costs. The aim of this study is to investigate the use of renewable energy sources in tourism and the contribution of energy costs to the incomes of tourism enterprises in line with the concepts of energy costs and sustainability for the tourism industry, by scanning the literature. The findings are that the renewable energy resource and use are below a certain level and the use of the relevant resource is necessary for the tourism industry. It is thought that the study will contribute more to the tourism industry, policy makers and literature by supporting (expanding) with a more detailed literature review.

Keywords: *Sustainability, sustainable tourism, renewable energy.*

Giriş

Turizm gelirlerinin ülke ekonomilerine olumlu katkı sağladığı birçok çalışma ile ortaya konulmuştur. Ayrıca turizm endüstrisindeki büyümenin devam etmesi, özellikle büyük ölçüdeki turist hareketlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkileri de pek çok araştırmaya konu olmuştur (Nurlu ve Kesgin, 2007). Sürdürülebilir turizm yaklaşımında çevreye verilen zararın

en asgari seviyede olması ve bununla birlikte doğal ve kültürel yapıların ve kaynakların da korunması esası vardır. Ancak sürdürülebilirlik sadece doğal kaynaklar ve çevreyi konu alan bir kavram değildir. Sürdürülebilirlik çevresel etki, ekonomik göstergeler ve sosyal refah konularını da içerisinde barındıran bir kavramdır (Finkbeiner, vd., 2010). Dolayısıyla, işletmelerin de sürdürülebilirliği konusuna değinmek gerekmektedir. İşletmeler için hedeflenen sürdürülebilirliği sağlamak aynı zamanda kârlılık ve değer maksimizasyonuna ulaşmak için atılması gereken en önemli adımlardan biri işletme maliyetlerini minimum seviyeye çekmektir. Bu çalışma, turizm işletmeleri için ciddi bir maliyet unsuru olan enerji kullanımına odaklanmaktadır. Günümüz enerji politikaları incelendiğinde enerjinin ucuz ve kesintisiz şekilde elde edilmesi hedeflenmektedir. Nüfusta meydana gelen artış, sanayinin gelişmesi ve teknolojinin ilerlemesi insanlığın enerjiye olan talebini her geçen gün arttırmaktadır. Artan bu talep karşısında ise tükenebilir/yenilenemez enerji kaynaklarının gün geçtikçe azalmaya devam etmekte, yakın bir gelecekte de bu rezervlerin tamamen tükeneceği tahmin edilmektedir. Aynı zamanda tükenebilen/yenilenemeyen kaynakların kullanımı küçümsenemeyecek ekolojik sorunlarına sebebiyet vermesi ülkeleri her geçen gün yenilenebilir kaynaklardan enerji temin etmeye yönelik ar-ge faaliyetlerine ve yatırımlarına yönelmeye zorlamaktadır (Uludağ ve Doğan, 2018).

Gerçekleştirdiği hemen her faaliyet için enerji kullanan turizm endüstrisi de bu hedef ve yaklaşım doğrultusunda hareket etmelidir. Özetle bu çalışma, yenilenebilir enerji kullanımı ile turizm işletmelerindeki enerji maliyetlerinin en aza indirgenerek ekonomik açıdan daha kârlı, ekolojik açıdan ise daha çevreci bir enerji yönetimini teşvik etmesi açısından yol gösterici niteliktedir. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilirlik kavramı özelinde turizm endüstrisinde yenilenebilir enerji kullanımı ve Türkiye turizmi açısından önemini ortaya koymaktır.

Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler su ve enerji tüketimi bakımından büyük bir tüketici statüsündedir (Belber ve Kale, 2018: 91). Turizm endüstrisinde enerji giderleri yaklaşık olarak %8-12 oranında yer tutmaktadır (Öztürk, Öztürk ve Dombaycı, 2018: 17). Müşterilere sunulan hizmetlerden dolayı enerji kullanımı büyük bir yer tutmaktadır. Turizm işletmelerinde tüketilen su miktarı, ısıtma ve soğutma için kullanılan enerji, aydınlatma, havalandırma ve temizlik gibi faaliyetlerden dolayı enerji kullanımı büyük bir önem taşımaktadır (Kasim, 2007; Gössling vd., 2005: 419; Gümüş ve Örgev, 2018: 73). Enerji kullanımı için gerekli olan kaynakların ithal ediliyor olmasından dolayı enerji

maliyetleri bu işletmeler için her geçen gün artmaktadır. Sürdürülebilir turizm kapsamında kaynakların

tüketilmemesi ve gelecek nesiller için korunması gerektiğinden dolayı hizmetlerin sürdürülebilir olması için enerjinin daha uygun elde edilebilmesi önemli olmaya başlamıştır.

Yenilenebilir enerji kullanımının turizm işletmelerinde artması çevreye olan zararı azaltacak, maliyetleri düşürecek ve sürdürülebilirliğin önemini ortaya çıkarabilecektir. Günümüzde turistler çevre bilinci olan, doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara değer veren ve turizmin bu kaynaklar üzerindeki etkilerinin farkında olan bireylerdir. Turizm endüstrisinde enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi gibi faaliyetler artmış ve çevresel yönetim sistem uygulamaları uluslararası standartlara kavuşmuştur (Akoğlan Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 18). Turizm endüstrisinin tüketim odaklı yapısından dolayı uluslararası rekabette sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda uygulamaları işletmelerde kullanılması turistlerin o bölgeleri tercih etmelerine sebep olabilmektedir. Rekabetin en üst seviyede olduğu günümüzde, rekabet avantajı elde etmek ya da rekabet üstü kalabilmek için çevreye duyarlı işletme olmak ve bu doğrultuda faaliyetler gerçekleştirmek turistlerin daha çok ilgisini çekecektir. Doğal kaynakların kıt (sınırlı) olması bu kaynakların dikkatli ve tasarruflu kullanılmasını gerekli kılmaktadır (Çayır, 1995: 83).

Turizm işletmeleri doğal kaynaklara bağımlılığından dolayı çevresel değişimlere çok fazla duyarlı olmaktadır. Orman yangınları, doğadaki kirlilik, aşırı gürültü ve çarpık kentleşme gibi olumsuzluklar turistlerin tatil faaliyetlerini direkt olarak etkileyebilmektedir. Yenilenebilir enerji kaynakları ile enerji üretimi yapılabilmesi için kıt kaynak kullanımına gerek olmaması ve ekonomik olmasından dolayı turizm işletmelerinde tercih edilebilir duruma gelmelidir. Enerji kaynaklarının sürdürülebilirliği hedefine yenilenebilir enerji kullanımıyla ulaşmaya çalışmak aynı zamanda turizm endüstrisinde hizmet maliyetlerinin düşmesi ve ekonomik açıdan daha karlı bir yönetimin ortaya çıkmasına olanak sağlayacaktır (Gümüş ve Örgev, 2018: 73).

Sürdürülebilirlik kavramı

Tarihsel süreçte insanoğlu, doğa ve çevre üzerinde birçok eylemlerde bulunmuş, kentleşme düzeyi, sanayileşme, nüfus artışı gibi aktörlerin de ortaya çıkmasıyla beraber çevre ile ilgili çeşitli sorunlar baş göstermeye başlamıştır. Bu sorunlar göz ardı edildiği müddetçe de çevre üzerinde geri dönülemez hasarlar bırakmıştır. Nüfus, kentleşme ve sanayileşmedeki artış devam ederken ve bu artışla beraber çevre ve doğal kaynaklar tahrip edilirken bir yandan da insanoğlunun ihtiyaçları da bu doğrultuda artmaya devam etmiştir. Bu durumun farkında olan

bilim insanları sürdürülebilirlik kavramı üzerinde durmaya başlamıştır (Özmehmet, 2008: 1854).

Sürdürülebilirlik kavramı, her geçen gün önem kazanmaya devam eden, uygulama alanını ve kapsamını genişleten bir kavramdır. Sürdürülebilirlik kavramının altı çizildiği tarihsel süreçlere göz atıldığında; Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği 1966'da "Maksimum Sürdürülebilir Kazanım", 1969'da "İnsan hayatının sürdürülebilir kalitesi" konularını ele almış, 1972 Stockholm Konferansı'nda "Küresel kalkınmanın çevresel sonuçları için sürdürülebilir hassasiyetler" konusu gündeme gelmiş, 1987 Brundtland Raporu'nda "Bizim Ortak Geleceğimiz" başlığı altında sürdürülebilirlik kavramının en yaygın tanımı geliştirilmiş, 1992 Rio Zirvesi'nde "Sürdürülebilirliğin Çevre Boyutu" ele alınmış, 1997'de Küresel Raporlama Girişimi ile "Sürdürülebilirlik Raporlaması Rehberi" yayımlanmış, 2005 yılında BM Sorumlu Yatırım Prensipleri Girişimi ile yapılan ve yapılacak yatırımların sürdürülebilir hedeflerle uyum içerisinde olması için program geliştirilmiş, 2012'de Rio+20 Zirvesi ile sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin iş model ve süreçlerine entegrasyonu için kavramsal destekler sunulmuş, 2015 Paris Anlaşması ile "Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi" oluşturularak çevre sorunları ve çözüm önerileri için yeni rotalar belirlenmiştir (Yücer ve Kudak, 2020: 625-626). Dolayısıyla kapsamı ve uygulama alanı genişleyen sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir büyüme, sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir enerji gibi çok çeşitli kavramlarla literatürde yer edinmiştir.

Sürdürülebilirlik kavramına ilişkin yapılan tanımlamalar incelendiğinde, genel itibariyle 1987 yılında yayımlanan Brundtland Raporu içerisinde yer verilen tanımdan hareketle şekillendiği görülmektedir. Bu raporda sürdürülebilirlik, "Bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin de ihtiyaçlarını da göz ardı etmeyen faaliyetler bütünü" olarak tanımlanmıştır (Anand ve Sen, 2000: 2034). Sürdürülebilirlik, temel olarak herhangi bir sistemin fonksiyon, süreç ve üretkenlik vb. faaliyetlerinde gözle görülebilir bir azalma ya da bozulma olmadan gelecekte de var olabilme yeteneğidir (Chapin, Torn ve Tateno, 1996: 1017). Dolayısıyla, doğal sermaye stokunda bir azalmaya sebep olmadan gelecek nesillerin de en az bugünkü nesillerin sahip olduğu doğal sermayeye sahip olmaları amaçlanmaktadır (Çetin, 2006: 2).

Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik kavramının hayatımıza girmesiyle beraber turizm ve çevre ilişkisi üzerinde daha fazla durulan konulardan biri olmuştur (Kaypak, 2012: 12). Sürdürülebilir turizm kavram olarak sürdürülebilir kalkınmaya dayanmaktadır, sürdürülebilir kalkınma ise ekonomik

kalkınma ve çevreciliğe dayanmaktadır (Alkan, 2015: 6693). Çevre bilinci, çevrenin değerlendirilmesi, doğal çekicilikler gibi konular turizm için kilit role sahip sermayelerdir. Bir başka deyişle, ekonomik gelişim sağlanırken çevredeki kaynakların ve doğal güzelliklerin korunması hem turistin hem de yerel halkın tatmininde bir denge unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır (Hunter, 2002: 9). Sürdürülebilir turizmde amaç gerek turistin gerekse yerel halkın ihtiyaçlarının karşılanması ve ekonomik kaynak olarak kullanılan çevresel çekicilik unsurlarının zenginleştirilmesi ve korunmasıdır (Edgel, 2020: 2). Bölgeler arası farkların kapanması ve bölgesel kalkınmanın bayrak taşıyıcısı olarak nitelendirdiğimiz turizm endüstrisi, çevre ve doğal kaynaklarla sıkı sıkıya bir ilişki içerisindedir. Kalkınma ve çevre çelişkisinin uyumuna dikkat edilmesi gerekliliğinden hareketle sürdürülebilir turizm kavramı ortaya atılmıştır (Atalık ve Gezici, 1994: 80).

Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların kullanımında sürdürebilirlik ilkesine bağlı kalarak ve biyolojik çeşitliliği koruması açısından günümüz turizm yaklaşımlarının başında gelmektedir (Kaypak,2012: 12). Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), sürdürülebilir turizm kavramını insanın doğrudan ya da dolaylı olarak etkilediği çevrenin bozulmadan ve değişime uğratılmadan, kültürel bütünlük, çevresel süreçler, biyoçeşitliliğin sürdürüldüğü ve bütün bu kaynakların turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını karşılamak adına yönetildiği bir süreç olarak tanımlamaktadır (McKercher, 2003: 4). Sürdürülebilir turizm; insanın ve çevrenin birlikte var olmasıdır. Burada asıl amaç turizmin gelişimiyle paralel olarak, doğal, kültürel, ekolojik ve biyolojik tüm kaynakların korunması ve bu unsurların sürekliliğinin sağlanmasına uygun turizm planlarının belirlenmesi ve uygulamaya konmasıdır (Kervankıran, 2011: 62).

Enerji Kaynaklarının Sürdürülebilirliği

Enerji, iktisadi ve sosyal kalkınma bakımından gerekli olan ve küresel ölçekte yaşam standardını arttıran bir unsurdur (Bilgen vd., 2008: 373). Aynı zamanda enerji, toplum ve doğa arasındaki etkileşimlerde kilit rol üstlenmiş bir unsurdur. Her ne kadar iktisadi kalkınma açısından olmazsa olmaz bir unsur niteliğinde olsa da maalesef çevre açısından kesinlikle olumsuz etkileri olmayan bir enerjiden bahsetmek pek mümkün değildir. Dolayısıyla enerji konusu sürdürülebilirlik şemsiyesi altında disiplinlerarası bir konu olarak ele alınması gereken bir konudur (Dinçer, 2002: 137). Enerji ile ekonomi arasındaki ilişki 1970'li yıllarda pek çok bilim insanı tarafından üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir. Fakat Enerji ile çevre arasındaki ilişki bu yıllarda pek fazla dikkat edilen bir konu olmamıştır. Daha sonraki zaman

diliminde ise, asit yağmurları, ozon tabakası, küresel ısınma gibi kavramlar dikkate alınan

konular haline geldikçe burada enerji ve enerji tüketiminin de dikkat edilmesi gereken bir unsur olduğu fark edilmiştir (Rosen ve Dinçer, 2001: 3). Yoğun bir şekilde enerji kullanılan enerji kaynaklarının çevrede oluşturduğu tahribat, turizme kaynak sağlayan çekicilik unsurlarını tehdit etmektedir. Sadece ağır sanayi endüstrileri değil aynı zamanda turizm endüstrisinin kendisi de ciddi bir enerji tüketicisi konumundadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının turizm endüstrisinde yaygınlaşması sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak için atılan en ciddi adımlardan biri olacaktır. Aynı zamanda bu kaynakların kullanılması turizm faaliyetlerinden ötürü çevreye verilen zararın da minimize edilmesinde önemli rol oynayacaktır. Günümüzde turizm işletmeleri sadece turistik tüketicilerden gelen baskılar nedeniyle çeşitli enerji politikaları geliştirerek tüketicilerin nezdinde çevreye duyarlı işletme imajı yansıtmayı hedeflemektedir. Sonuçta geliştirilen her proje çevre için olumlu sonuçlar doğursa dahi bu konuya çok yönlü bakmak daha etkin ve verimli projelerin ortaya çıkmasında önemli rol oynayacaktır. Örnek olarak, yenilenebilen enerji faaliyetleri, turizm endüstrisinin temel arzını oluşturan ve aynı zamanda olmazsa olmazlarından biri olan doğal ekolojinin korunmasına olanak tanıyan çözümler sağlamaktadır (Yılmaz, 2007: 216). Dolayısıyla enerji arzı ve tüketim, turizmde sürdürülebilirliğin kilit unsurlarından biridir (USAID, 2006: 3). Yakın bir geçmişe kadar kullanılan enerji kaynaklarından dolayı gaz salınımı, kaynakların azalması, çevre kirliliği, radyoaktif serpintiler gibi sorunları bertaraf edecek olan, yenilenebilen enerji olanakları çeşitlidir ve değişik enerji faaliyetleriyle donatılmıştır. Direk güneş enerjisi, güneş panelleriyle güneş enerjisi, rüzgâr santralleriyle enerji üretimi, hidroelektrik enerji üretimi ve gaz, sıvı ve katı formlarında biyokütle enerjisi, jeotermal ısıtma ve elektrik, gel – git ve dalga enerjisi birkaç örnektir (Randolph ve Masters, 2008: 66). **İlgili Alanyazın**

Turhan (2010) çalışmasında, Marmaris'teki dört ve beş yıldızlı konaklama işletmeleri için çevreye duyarlı uygulamalar araştırılmıştır. Dört ve beş yıldızlı otellerde enerji tasarrufu sağlayacak frekans inventörü, ısı geri kazanım sistemi, katı ve zararlı atıkların ayrıştırılması, peyzaj ve ağaçlandırma çalışması yapılması uygulamaları ele alınmış olup beş yıldızlı oteller dört yıldızlı otellere göre daha yüksek oranda bu uygulamaları kullandığı vurgulanmıştır. Topaloğlu ve Gümüş (2012) çalışmalarında Muğla ili dört ve beş yıldızlı 50 adet konaklama işletmesi örneği üzerinde yenilenebilir enerji kaynağı kullanımları araştırılmıştır. Bulgular işletmelerin %56'sının güneş enerjisi kullandığı aksine rüzgâr enerjisinin hiç kullanılmağı tespit edilmiştir. Güneş ve Aslan (2015) çalışmasında yenilenebilir enerji kaynağı

potansiyelinin yüksek olduğu Türkiye'de enerji ihtiyacının yüksek olduğu bölgelerde bu kaynağın daha etkin ve verimli kullanılması gerektiğini vurgulamışlardır.

Gümüş ve Örgev (2018) çalışmalarında yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş enerjisi kullanımının turizm endüstrisi için önemi ve gerekliliğini vurgulamışlardır. Sürdürülebilir turizm hedefi doğrultusunda enerji tüketiminin hem çevresel boyutu hem de maliyet boyutu açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada konaklama endüstrisi için giderler sıralamasında enerji tüketiminin ikinci sırada yer aldığı ve enerji ihtiyacının fosil yakıtlardan karşılandığı tespit edilmiştir. Cinel ve arkadaşları (2018) Ordu ve Giresun illerindeki konaklama işletmelerinin yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı üzerine nitel araştırma yöntemlerinden bireysel görüşme modelini kullanarak araştırma yapmışlardır. Giresun ve Ordu illerinde toplam 22 konaklama işletmesi yöneticisiyle Haziran-Temmuz 2018 döneminde görüşmeler yapılmıştır. Bulgular işletmelerin ısınma ihtiyacında %86'sının doğalgaz kullandığı tespit edilmiştir. Isınma, serinletme ve aydınlatma gibi giderlerin işletme bütçelerinin aşırı etkilendiğini ifaden eden %63'lük bir yönetici grubu tespit edilmiştir. Yine yöneticilerin
%46'sının yenilenebilir enerji kaynaklarıyla ilgili genel bilgi düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak yerel otoritelerin yenilenebilir enerji kaynaklarıyla ilgili daha çok bilgilendirme çalışmaları yapması gerektiği ifade edilmiştir. Akkaya (2019) tarafından yapılan çalışmada amaç, turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için yenilenebilen enerji yatırımlarının bu alandaki kooperatifler aracılığıyla finanse edilmesi halinde bölgeye ve yerel halka ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda sağlanacak faydaların incelenmesidir. Bu amaçla, bir turizm destinasyonu olan Kemaliye'de örnek bir güneş enerjisi santrali yatırımı analiz edilmiş ve çatı üstü KGES yatırımı, yapılabilir bir yatırım olarak değerlendirilmiştir. KGES'in Kemaliye'de yeşil turizm odaklı ulusal ve uluslararası destinasyon pazarlama ve tutundurma çalışmalarına önemli bir katkısının olacağı ifade edilmiştir. Yenişehirlioğlu ve Türkay (2021) çalışmasında yenilenebilir enerji kaynaklarının konaklama işletmelerinde uygulanabilirliği araştırılmaktadır. Dünyanın ilk %100 yenilenebilir enerji kullanan oteli Boutiquehotel Stadthalle Wien otelinin sahibi, pazarlama müdürü ve Avusturya otelciler federasyonu başkanı ile mülakat yoluyla inceleme yapılmıştır. Sonuç olarak yenilenebilir enerji kullanılması ile bir otelin %100 faaliyet göstermesinin mümkün olmadığı ancak ilgili enerji kaynağına konaklama işletmelerinin entegre olmasında bir sorun olmadığı vurgulanmıştır.

Yeni Zelanda'da bulunan Hyatt Regency International Hotel, turistlerin odalarından çıkarken ısıtma, soğutma ve diğer araçları açık bıraktıklarını fark etmiş ve bu duruma çözüm

olarak misafirler odalarından ayrıldıklarında temek elektronik araçlar hariç diğer sistemlerin tamamen kapanmasını sağlayan bir uygulama geliştirmiştir. Bu uygulamanın maliyeti 16.000 $ olarak işletmeye yansımıi ancak 14 ay sonunda elde edilen tasarruf 14.000 $ olmuştur. Dolayısıyla aylık ortalama 1000 $'lık bir geri dönüş elde edilmiştir. The Sheraton Auckland Hotel and Towers ise otel içerisinde kullanılan tekstil malzemelerinin temizlenmesi esnasında tüketilen enerjinin %35inin yıkama esnasında, %65inin ise kurutma esnasında harcandığını fark etmiş ve yıkama ısısını 85 dereceden 65 dereceye düşürme kararı almıştır. Bu kararın uygulanmasından itibaren ilk 3 ay içerisinde 2000 $ tasarruf elde etmişlerdir. The Sheraton Tacoma Hotel, otel içerisindeki aydınlatma sağlayna 2000 ampulü florasan lambalar ile değiştirerek 18 ayda 15.000 $ tasarruf elde etmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada lüks tüketim odaklı hareketlere bağlı turizm endüstrisi için enerji, maliyetler ve sürdürülebilirlik kavramları doğrultusunda turizm endüstrisinin dikkatinin buraya çekilmesi amaçlanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramı temelinde turizmde sürdürülebilirlik için yenilenebilir enerji kaynağı kullanımı ve enerji maliyetlerinin turizm işletmelerinin gelirlerine olan katkısının araştırılması amacı doğrultusunda alan yazın taranmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, yenilenebilir enerji kaynak ve kullanımının belirli bir düzeyin altında olduğu ve turizm endüstrisi için ilgili kaynağın kullanımının gerekli olduğu yönündedir. Çalışmanın daha detaylı alan yazın taramasıyla desteklenerek (genişletilerek) turizm endüstrisine, politika yapıcılara ve alan yazına katkısının daha fazla olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Aldırmaz Akkaya, F. (2019). "Sürdürülebilir Turizm Gelişiminde Yenilenebilir Enerji Kooperatifleri (Kemaliye Özelinde Örnek Yatırım Analizi Ve Finansal Katkı Değerlendirmesi)". *Electronic Turkish Studies*, 14 (4).

Alkan, C. (2015). "Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama". *Journal Of Yasar University,* 10 (40), 6692-6710.

Anand, S. Ve Sen, A. (2000), "Human Development And Economic Sustainability", *World Development, 28* (12), 2029-2049.

Atalık, G. Ve Gezici, F. (1994). "Çevre Duyarlı Planlama Kapsamında Turizm Eylemlerinin Değerlendirilmesi", *4. Ulusal Bölge Bilimi / Bölge Planlama Kongresi Bildirileri*, KTÜ Mühendislik Mimarlık Fakültesi Trabzon.

Bilgen, S., Keleş, S., Kaygusuz, A., Sarı, A. Ve Kaygusuz, K. (2008). "Global Warming And Renewable Energy Sources For Sustainable Development: A Case Study In Turkey". *Renewable And Sustainable Energy Reviews,* 12, 372-396.

Chapin, F. S., Torn, M. S., And Tateno, M. (1996). "Principles Of Ecosystem Sustainability", *The American Naturalist*, 148 (6), 1016-1037).

Cinel, M. O., Karadeniz, C. B., Karaman, G., Ve Kabacık, M. (2018). "Konaklama İşletmelerinin

Alternatif Enerji Kaynaklarına İlişkin Tutum Ve Davranışları; Ordu Ve Giresun Örneği". *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 2(2), 48-58.

Çetin, M. (2006) . "Teori Ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma"*, C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 7*(1), 1-7.

Dinçer, İ. (2002). "The Role Of Exergy İn Energy Policy Making". *Energy Policy*, 30, 137-149.

Edgell, D. L. (2020). *Managing Sustainable Tourism: A Legacy For The Future. (3rd Edtition)*. New York: Routledge.

Finkbeiner, M.,Schau, E. M., Lehmann, A. Ve Traverso, M. (2010), "Towards Life Cycle Sustainability Assessment", *Sustainability,* 2 (10), 3309-3322.

Gümüş, İ., Ve Örgev, C. (2018). "Konaklama Sektöründe Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı Ve Sürdürülebilirlik Açısından Turizme Olan Ekonomik Etkileri". *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, *3*(1), 73-84.

Güneş, G., Ve Aslan, E. (2015).Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı Ve Sürdürülebilir Turizme Olan Etkileri- Türkiye Örneği. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi.* Gümüşhane.

Hunter, C. (2002). "Sustainable Toursim And The Touristic Ecological Footprint", *Environment And Sustainable Development,* 4 (1), 7-20.

Kaypak, Ş. (2012). "Ekolojik Turizm Ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma", *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* 14 (22), 11-29.

Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi Ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. , Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Mckercher, B. (2003). "Sustainable Tourism Development–Guiding Principles For Planning And Management", *National Seminar On Sustainable Tourism Development, 5-9 November*, Bishkek

Nurlu, E., Ve Kesgin, B. (2007). "Turizm Çevre İlişkisi: Dünyada Turizm Hareketleri". *Gökyüzüne En Yakın Bitkiler Alpin Çiçekler Projesi Flora Turizmi Eğitim Programı Bildiriler Kitabı.* Erzurum.

Özmehmet, D.E. (2008), "Dünyada Ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları*", Journal Of Yaşar University,* 3 (12), 1853-1876.

Randolph, J. And Masters, G. M. (2008). *Energy For Sustainability: Technology, Planning, Policy.* Washington: Island Press,

Rosen, M. A. Ve Dinçer, İ. (2001); "Exergy As The Confluence Of Energy, Environment And Sustainable Development". *Exergy, An International Journal,* 1 (1), 3-13.

Topaloğlu, C., Ve Gümüş, F. (2012). "Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Konaklama İşletmelerinde Kullanımı: Muğla İl'indeki 4 Ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma", *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi,* 13. Ulusal Turizm Kongresi.

Turhan, S. (2010*). Turizm İşletmelerinde Yeşil Pazarlama, Marmaris Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla

Uludağ, A. S. Ve Doğan, H. (2018). "Sürdürülebilir Enerji Odaklı Bir Etkinlik Ve Performans Analizi: AB Üyesi Ülkeler İle Türkiye Karşılaştırması". *V. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress. September,* 7-8, Didim, Aydın.

USAID. (2006). "Energy And Sustainable Tourism: Energy Supply And Use İn Off-Grid Ecotourism Facilities", U.S. Agency For International Development, Washington, USA.

Yenişehirlioğlu, E., Ve Türkay, O. (2021). "Yenilenebilir Enerji Teknolojilerinin Konaklama İşletmelerinde Kullanımı Ve Turizm Arzındaki Paradigma Kırılması: Avusturya Stadhale Hotel İncelemesi". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi,* 5(1), 623-641.

Yılmaz, B. S. (2007); Turizm Ve Çevre, İçinde: *Genel Turizm: Turizmde Genel Kavramlar Ve İlkeler*, Ed: Orhan İçöz, , Ankara: Turhan Kitabevi.

Yücer, C. T. Ve Kudak, H. (2020). "Sürdürülebilirlik Kavramı Ve Ekserji Analizi: Binaların Isıtma Sistemlerine Yönelik Bir Uygulama". *DÜMF Mühendislik Dergisi* 11 (2), 623-633.

ШӘКӘРІМ ҚҰДАЙБЕРДІҰЛЫ ПОЭЗИЯСЫНДАҒЫ МЕТАФОРАЛАР ҮЙЛЕСІМІ

Шынар Сакенқызы Кеңесбаева
филология ғылымдарының кандидаты Қазақстан Республикасы, Семей қаласы Шәкәрім атындағы университеті,
E-mail: shynar.k.s@mail.ru

Аннотация
Бұл мақалада қазақ халқының ойшыл ақыны Шәкәрім Құдайбердіұлының өлеңдеріндегі көркемдеуіш құрал – метафоралардың қолданысы қарастырылады. Ақын поэзиясында бұрын қолданыста бар «ой», «жүрек», «сөз», «ақыл», тағы басқа сөздерімен тіркескен метафоралар жаңаша өзгеріске құрылып, индивидуалдық метафоралар молынан кездеседі. Метафораның ең басты ерекшелігі – бейнелілігі, ойды астарлап, көркемдеп жеткізу амалы. Әрбір өлеңінде сөзге байыппен қараған суреткер сөз астарының небір мән-мағыналарын ашып немесе ауыспалы мәндегі түсінік танымды бейнелейтін қолданыстарды орнымен пайдаланған. Шәкәрім жаңа сөз тіркестерін, метафора, теңеулерді қолданғанда образдарды сомдай түсіп, ойдың, ұғымдардың мәнісін тереңдетіп, адам, қоғам, табиғат болмыстарын нақыштауға көмекші құрал қылып алып отырады. Шәкәрім Құдайбердіұлы поэзиясынан, метафоралық қолданыстарынан ақынның терең дүниетанымын, адам, уақыт туралы философиялық ой-толғауларын көреміз. Ең бастысы, Шәкәрім өлеңдерінен ақынның адамдық болмысын, арман-мұраттарын, мінез-құлқын, жан-дүние байлығын, жан-күйін, күйзелісін танып білуге болады.

Түйін сөздер: *ақын, поэзия, метафора, образ*

SHAKARİM KUDAIBERDYULY'NİN ŞİİRİNDE METAFORS KOMPOZİSYONU

Özet
Bu makale, Kazak şair ve düşünür Shakarim Kudaiberdiyevich'in şiirlerinde metafor kullanımını ele almaktadır. Şairin şiirinde daha önce kullanılan "düşünce", "kalp", "kelime", "akıl" vb. kelimelerle birleştirilen metaforlar yeni bir şekilde oluşturulmakta ve birçok bireysel metafor bulunmaktadır. Metaforun temel özelliği imgesel, figüratif ve sanatsal ifade biçimidir. Sanatçı, şiirlerinin her birinde sözcüğü dikkatle değerlendirerek, sözcüklerin bazı anlamlarını ortaya çıkarmış veya değişkenin kavramsal anlamını açıklamak için uygun ifadeler kullanmıştır. Shakarim yeni ifadeler, metaforlar ve denklemler kullandığında imgeler yaratır, düşünce ve kavramların anlamını derinleştirir ve insanın, toplumun ve doğanın özünün kazınmasına yardımcı olur.Şakarim Kudaiberdiyevich'in şiirinde mecazi kullanımlar şairin derin dünya görüşünü, insan ve zaman hakkındaki felsefi düşüncelerini görüyoruz. En önemlisi Şakarim'in şiirleri şairin insan doğasını, hayallerini, karakterini, zenginliğini, ruh halini ve stresini ortaya koyar.
Anahtar kelimeler: *Şair, şiir, metafor, imaj.*

Шәкәрім Құдайбердіұлының шығармаларында бұрын қолданыста бар, бірақ жаңа өзгеріске, баламаға құралған метафоралар молынан кездеседі. Метафораның ең басты ерекшелігі – бейнелілігі, ойды астарлап, көркемдеп жеткізу амалы.

Шәкәрім өлеңдерінде метафораны кейіпкердің мінезін, психологиясын айқын беру үшін, ойды нақтылауда, аз сөз арқылы көп мағына беру мақсатында өте ұтымды пайдаланған.

Шәкәрім поэзиясынан дәстүрлі метафоралардан гөрі индивидуалдық алмастыруларды жиі кездестіреміз. Мысалы, «ойым – у, өмірім – су, үмітім – бу, жан – қожа, тән – терезе, дәлелсіз сөз – соққан жел, мен – бір тілсіз көлікпін, оларға тал – шымылдық, шалғын – төсек, жүрек таразысы, жүректің тілі» деген сияқты дара метафораларды орынды жерде дәл тауып, қолдана білген.

Бүкіл адамзатқа тән сырлы мұңды, өмірден торығып, өлімді көбірек ойлап жүрген Шәкәрімнің лирикалық кейіпкерінің қайғысын метафораларалық қолданыстан анық көруге болады. Мысалы, *жаралы жүрек, сұм жүрек, өлген көңіл, қайғылы көңіл, мен – бір тілсіз көлікпін, мен – өлікпін* тәрізді сөз өрнегінде «жүрек», «көңіл» сөздерін ақын адамның символы етіп алып, дерексіз ұғымға жан бітіреді. Демек, өлең мазмұнына саналы түрде енгізілгендіктен, метафоралар суреткердің стилін тану мен танытуда өте маңызды.

Шәкәрімнің ақындық жеке қолтаңбасы әсіресе лирикалық кейіпкер бейнесін сомдағанда дараланады. «Шын нұр», «шын асық», «таза ой», «таза жан», «тәтті тіл», «от жүрек» т.б. сөз тіркестерін қолдану арқылы кейіпкер психологиясын, оның адамгершілік сапасын айқындап көрсетіп отырады. Қазақтың дәстүрлі поэзиясындағы адам мен табиғат тұтастығын, жаңаша сипатта тереңдете отырып небір бейнелі сөздер мен метафораларды түрлендіріп қолданады.

Табиғаттың күйін, тынысын адам тіршілігіне ұқсату арқылы образды суреттер жасайды. Ақын поэзиясындағы образдылықты *«сұм жүректің оянбауы», «жебір ұлық қылдай іс», «өлі жүрек», «көңілдің қабағы салбырады», «әділетсіз залым», «азат ақыл»,*
«күншіл мұндар» сынды сөз тіркестерінен де көруге болады. «Қабағынан қар жауған қараңғы бұлт, «Жаралы біздің көңілге бір тамбады сіркіреп», т.б. сияқты бейнелі тіркестер арқылы қазақ поэзиясына жаңа бір психологиялық оралымдар енгізген.

Енді бір өлеңдерінде «күншіл мұндар», «өлі жүрек» метафорасын қолданып адамның кері кеткен кейпін берсе, «алжасқан ми», «тозған ой», «жалқау тартқан ой» сияқты теңеулер арқылы кейіпкерлер жан дүниесіне тереңдей енеді. Ақын осы секілді қазақ поэзиясында бұрын қолдана қоймаған сөз тіркестерін жиі қолданады.

«Өлі жүрек» тіркесі жөнінде М.Базарбаев: «Тас бауыр», «тас жүрек» деудің орнына

«өлі жүрек» деуі (өзімшіл мұндарды) поэзияда ауыспалы мағынасында бұрын кездесе

бермейтін жаңалық (өлген адам немесе сезімсіз суынған жүрек жайында талай айтылуы мүмкін, яғни өзінің тіке мағынасында: бірақ адам бейнесін беру үшін айтылған түрін кездестірген емеспіз)» [1, Б. 249-250], – деген болатын.

Шәкәрім жаңа сөз тіркестерін, метафора, теңеулерді қолданғанда образдарды сомдай түсіп, ойдың, ұғымдардың мәнісін тереңдетіп, адам, қоғам, табиғат болмыстарын нақыштауға көмекші құрал қылып алып отырады. Сондай-ақ ақын «ақыл» ұғымын түрлендіріп, сөз тіркестерін жаңаша өрнекпен әрлеп отырады. «Аз ақыл», «сұм ақыл»,
«саяз ақыл» немесе «таза ақыл», «шын ақыл» т.б. «Ақыл» ұғымының өзін екі сападан көрсетеді. Ең негізгісі адам болмасындағы «таза ақыл» категориясы деп түйеді. Оның мәнін «Таза ақыл ақты барлайды, Дәлелсіз сөзді алмайды», – деп аша түседі.

«Ақ жүрек», «ақ ниет», «ар-ұждан», «таза ақыл», «шатақ дін», «таза дін», т.б. тіркестер мазмұнға сай бейнелі түрде қолданылады. «Айнымайтын ақ жүрек» оралымында «ақ жүрек» сөзінен, белгілі бір тас түйін бұлжымайтын ұғым жасап, қазақ сөз өнерімен дүниетанымына тұжырым мен ғибратты сөз енгізді.

«Шын таза жан» ақын поэзиясында адам болмысын бейнелеудегі тыңнан әкелген лирикалық кейіпкері деуге болады. Себебі, «Шын таза жан» – жаратушының махаббатына бөленген жан. Осы кейіпкердің сапасын танытуда ақын Қасиетті құрандағы ілімге жүгінген. Өйткені, ақынның сомдаған «Шын таза жан» бейнесі – «таза ақыл» мен
«ақ жүрек», «ақ ниет» тәңірісіне құлшылық қылатын рухани таза адам.

Ақын «Көз» сөзінде түрлендіріп «көңіл көзі», «іш көзі», «кеудесінде болса көз», «жан көретін көз керек», «көкірек көзің», «қайғырған біздің көңілден», т.б. тіркестер арқылы жаңа эпитет, теңеу, метафораларды қалыптастырған.

Сондай-ақ сөздің мәні мен маңызына айрықша мән беріп, жоғары талап қоя білген. Ақын ұғымында сөз құдіретті, ерекше – бір әлем. Сөз адам өмірін айшықтайтын әрі адам танымын танытатын дүние. Әрбір өлеңінде сөзге байыппен қараған суреткер сөз астарының небір мән-мағыналарын ашып немесе ауыспалы мәндегі түсінік танымды ұштайтын қолданыстарды орнымен де пайдаланған.

Шошыма, достым, сөзімнен,

Сөз – Құдайдан шыққан бу.

Ұқпасаң, көр өзіңнен,

Жұтқызайын нұрлы су [3, 286 б.].

Шәкәрімнің сөз құдіретіне қояр талабы Абайдың «тілге жеңіл, жүрекке жылы тиер» талабын тереңдете түседі.

Тәтті сөз бен түзу ой –

Тағдыр сыйы емес пе? [3,123 б.].

Ақын «Бәйшешек бақшасы» өлеңінде:

Шын шын бар, қате шын бар, улы шын бар,

Әлгі айтқан өтірікте қандай мін бар?

Елді сынап, өз мінін елемейді

Өлі жүрек, өзімшіл, күншіл мұндар! [4, 150 б.].-

деген жолдарға назар салсақ, Шәкәрім «өлі жүрек» деп өзіндік бейнелі өрнек жасаған.

Өмірде бақ деп айтарлық үш-ақ нәрсе бар дейді. Ол – кірсіз ақыл, мінсіз сөз, адал еңбек. Сол сияқты күншіл адамдар ақылды, білімді адамдардың «жарыққа» шығуын көре алмайды. Бірақ, ақын бәрібір кірсіз ақыл, мінсіз сөз, адал еңбек жеңіп шығатынын айтады. Мына бір жолдарда:

Жалын кетіп, аздан соң *шоқ* болды құр,

Отын бітті, үрсем де жана алмай тұр.

Жалынды оттай жайнаған, қайран *өмір,*

Шоқ сөнген соң қап-қара болды *көмір.*

Өмір туралы толғанысында өмірді отқа, соңында өшкен көмірге балайды. Өмір от сияқты лапылдап жанып, жан-жағын жайпайды, алға ұмтылады. Жалын кеткен соң, шоқ сөнген қап-қара көмірге айналады.

Өткен өмір – өкініш, ой жаралы,

Дерті қалың делбемін шірік өкпе.

...Улы жүрек, долы тіл сөйлеп отыр,

Ыза қысып тісімді қайраулымын [4, 96 б.].

Метафора – поэзияның негізі деуге болады. Ол дүниені поэтикалық танып-білумен табиғи байланыста. Басқа троп түрлеріне қарағанда, метафора ақынның сәулелі ойларын жеткізудің басты құралы. Бірнеше өлең шумақтарын мысалға келтірейік.

Бірін-бірі құтырған итше қауып,
Өңкей *төбет* шуылдап ұлып жүрді [4, 78 б.].
Анық *байлық* – денеге біткен *өнер,*
Білімдінің бәрі де соған төне [4, 78 б.].
Елге көнсем, ақ жолдан адасамын,
Көнбей жүрсем, *көп итпен* таласамын.
Көп *төбетке* жетеді қайдан күшің,
Құтқара алмай адалды пысады ішің [4, 68 б.].

Қорыта айтсақ, Шәкәрім Құдайбердіұлы поэзиясынан, оның метафоралық қолданыстарынан терең дүниетанымын, бай, күрделі сезім әлемін, өмір мен өлім, адам, уақыт туралы философиялық ой-толғауларын көреміз. Ең бастысы, ақын өлеңдері – оның жан-дүниесінің айнасы, ақынның адамдық болмысын, азаматтық тұлғасын, арман- мұраттарын, мінез-құлқын, жан-дүние байлығын, мазасыз өмірін, өміріндегі шаттық пен бақытты, жан-күйін, күйзелісін танып білеміз.

Ақын метафоралары – оның бүкіл поэзиясының, асқақ ақындығының айнасы, өлеңнің аса маңызды жанды бөлшегі.

Әдебиет

Әбдіғазиев Б. Шәкәрім Құдайбердиев. Творчестволық өмірбаяны (методикалық нұсқау). – Алматы: Қазақ университеті, 2012. – 35 б.

Құдайбердиев Ш. Шығармалары (Өлеңдер, дастандар, қара сөздер). – Алматы: Жазушы, 1988. – 560 б.

Құдайбердіұлы Ш. Иманым. – Алматы: Арыс. – 2000. – 92 б.

Шаһкәрім. Жол табалық ақылмен. Семей: Жидебай, Халықаралық Абай клубы // 2006. – 735 б.

TRANSLATION OF CULTURE SPECIFIC VOCABULARY FROM KYRGYZ INTO ENGLISH

Meerim Kinalieva
Translation and Interpretation Department, Kyrgyz-Turkish Manas University
E-mail: meerim.kinalieva@manas.edu.kg

Abstract
This article studies translation process from the pragmatic prospect. In translation process it is important to consider not only the lexical components, but cultural aspects of interacting codes as well. Translation adequacy mainly depends on translation competence and many other factors influencing the choice of an interpreter during the actual translation process, including situation and context. Translation of realia from Kyrgyz into English has always been the subject of discussion due to the nature of expression, unique word combinations and national coloring. In this work we attempted to study peculiarities of translation of cultural words from Kyrgyz into English that belong to totally different language families. The outcomes may be practically useful for scholars, translators and students of translation studies. We can assume that cultural aspect in translation is viewed as a more or less complex process that require deep knowledge of not only grammatical structures of language, but rather application of pragmatic approaches to ensure semantic equivalence and adequate translation.

Keywords: *Culture-specific vocabulary, English, Kyrgyz, translation strategies and adequacy, intercultural communication.*

Translation of culture-specific words from SL into TL, certainly, requires deep knowledge of language structures, explicit context and peculiarities of cultures interacting in communication act. This is rather a demanding task due to the fact that such elements have specific meanings in culture and language in which they arise. The meaning which lies behind culture-specific vocabulary is strongly linked to the specific cultural context where the utterance is used or text originates, or with the cultural context it aims to re-create. Nevertheless, some of the more remarkable differences between the culture-bound elements in the ST and their translation into TL are linked to wider and more general assumptions about social roles and social perceptions of participants of communication act and recipients as a whole.

Moreover, cultural discrepancies and traditional values of the participants of communication act can be a problem for a translator: s/he may have to deal not only with lexical structures or expressions, but also with problems of register, syntactic order and syntagmatic relations, and non-standard language units or dialects as well. This may result in a greater problem when such words are to be translated into a different language system, in particular, when these languages belong to different linguistic classification of language families as English, belonging to Indo-European family, and Kyrgyz or Turkish, belonging to Turkic family.

There were made many attempts to introduce Kyrgyz culture, customs and traditions, and our lifestyle through English language. It includes Kyrgyz movies and songs translated into English, and literary works by profound authors and Kyrgyz-English dictionaries written by linguists and scholars dealing directly with language teaching, and translation science as well. All these may serve as a bridge between linguistic and cultural gaps in this interaction having the far reaching influence, both domestically and on an international level. There were written many scientific works to study translation ambiguity and translation challenges that occur in the process of translation, although it requires thorough analysis of linguistic and extra- linguistic factors influencing the choice of translation units and in-depth knowledge of various aspects of cultures interacting with each other. The essence of translation lies in the preservation of original meaning, taking into account semantic, textual and pragmatic aspects. It is difficult to achieve semantic and pragmatic equivalence without knowledge of culture specific notions whilst technical translation, for example, may abide these requirements.

It is quite difficult to render the message when the utterance comprises idioms, proverbs, metaphors, swear words etc. A translator, who translates such intriguing features into native language, finds them easier to render than the one who attempts to transfer them into the second language. In other words, it is certain that the words encoding cultural information are the most difficult to translate, especially from two languages belonging to totally different linguistic group, as they require a substantial amount of knowledge of language structures and background of the source culture.

Not only do words have different meanings and associations in different cultures, but they also express different personal or social attitudes. Some phrases may sound neutral in one culture, whereas their equivalents in the target culture express social disapproval and misunderstanding. It should be noticed that all languages and cultures have these cultural sensitivities, although it is not common to find equivalent proverbs in languages belonging to different families as English and Kyrgyz. According to M.Baker in most cases interpreters decide to use a neutral equivalent on an ad hoc basis since they are responsible for adequate rendering of a message, and neutrality may help avoid revulsion of communicants (Baker, 1995).

The purpose of communication determines the meaning of utterance: for whom the information is intended or author’s intentions, in other words, the relationship between the

author and the audience, the culture within which the information was generated, the degree of

commonality between a sender and a recipient. The participants of communication act may definitely have different textual expectations and cultural knowledge, and translation competence may help achieve translation adequacy. Despite considering the academic, professional, intellectual level of the recipients to be the same or linguistic competence to be roughly equal, certain differences occur in response to the use of culture specific lexis. The core social and cultural aspects remain challenging when considering the cultural implications for translation (Newmark, 1988:173).

P. Newmark defines culture as "the way of life and its manifestations that are peculiar to a community that uses a particular language as its means of expression", which means that each linguistic group bears culturally specific features characteristic only for them. In his work a clear distinction is given between "cultural language", "universal language" and "personal language". Universal words would not pose a problem in the process of translation (Newmark, 1988:94). However, extra-linguistic culture-bound words such as kalpak (Kyrgyz national cloth), boorsok (a kind of a Kyrgyz national bread), beshbarmak (Kyrgyz national dish), gözleme (Turkish national food), hamburger (United States/German food), sushi (traditional Japanese dish), pizza (traditional Italian food) etc., would pose a translation problem unless there is an already existing cultural overlap between the SL and the TL including the readership, as in the case of people belonging to European or Turkic nations. Cultural background may promote comprehension of such terms, and ensure translation adequacy, in terms of translation activity when they are rendered into a different language. Translator should apply some aspects of applied linguistics to understand and transfer the idea with meaning or idea corresponding to the recipient's mental notion, taking into account people's psychology, social relations and values.

"As I see it, a society's culture consists of whatever it is one has to know or believe in order to operate in a manner acceptable to its members, and do so in any role that they accept for any one of themselves [...]. By definition, we should note that culture is not a material phenomenon; it does not consist of things, people, behavior, or emotions. It is rather an organization of these things. It is the form of things that people have in their minds; it is the model of perceiving and dealing with their circumstances" (Goodenough, 1964:36).

There are various studies related to basic characteristics and classifications of realia proposed by profound scholars as G.V.Chernov, A. V. Fyedorov, А.В. Федоров, А.Е. Suprun,

I.I. Revzin, V.Y. Rosenzweig, A.A. Reformatskiy, L.A. Sheiman, V.P. Berkov, V. S. Vinogradov, S. Vlakhov, S. Florin, G.D. Tomakhin etc.

M. Baker speaks about “culture specific concepts” as items, which are common in the studied culture while being alien in other cultures/languages (Baker, 1992). P. Newmark used a broader term, “cultural words” referring to culturally specific features, also categorizing such words into groups: 1. Ecology: flora and fauna, hills, plains; 2. Material culture: food, clothes, houses, transport and town; 3. Social culture; 4. Organizations, customs, activities; and 5. Gestures (Newmark, 1988:95).

V.S. Vinogradov relates to non-equivalent vocabulary related to specific historical facts, state structures, events of national community, geographic terms, things of daily life of past and present used by people, ethnographic and folk terms (Vinogradov, 1978:245)**.**

A very detailed classification by Bulgarian scholars S. Vlahov and S.Florin in their monographic work dedicated to the problems of translation is given below. Scholars define realia as a specific lexis, words and word-combinations, which name objects characteristic to life, culture and history of one definite nation (Vlakhov, 1980:51):

1. Geographic realia: geographical names, meteorology;
For example:
Кара-Сайдын *кырына чыккычакты чыйпыйың чыгып кетет (Farewell Gulsary, 2008:227)*
Ата-Мекендик согуш үчүнчү жылга аяк басып, ***Курск менен Орёлдун*** *майданында күчөп турган кези (Jamilya, 2008:4)*
2. Ethnographic realia:
a) General lifestyle: food and drinks, domestic establishments, clothes and furniture, transport; For example:
Кымыздан *куй, - деди Танабай (Farewell Gulsary, 2008:227).*
Алмаларды чачып таштады да ***ачыма*** *күйду (Milky way, 2008:132).*
Чай кайнатып, жумуртка эзип, ***куймак*** *жасадым (Milky way, 2008:215).*
Чайханадагылар *эпилдеп-жепилдеп элди тейлеп жүрөт (Farewell Gulsary, 2008:331).*
Заңкайта орогон ***элечектин ээк алгычын*** *апам кайра-кайра жакасынан кыстай, булкулдап жаткан экен (Jamilya, 2008:8).*
... Ыбрайым кандай жооп болорун кудуктана күткөнсүп ***түлкү тебетейин*** *силкип кийип, өтүгүнүн кончун тартты (Farewell Gulsary, 2008:299).*
Караңгы түндө парашют байланып, душмандардын ордосуна ***самолёттон*** *секирип түшкөн Жайнак болчу (Milky way, 2008:194).*
Үч тонналык ***“Газ” машине*** *аябай жагып барды (Farewell Gulsary, 2008:331).*
b) Labour: people of labor, tools, labor organization;
For example:

*Эч ким бизге даңгыр жол чаап бербейт, карп турбай **өзүбүз** чабышыбыз керек, - дебедиби алиги күз айнеек тагынган **обком секретары** (Farewell Gulsary, 2008:334).*
*Ал үчүн **колхозчулардын** баардыгы агротехникалык жана зоотехникалык илимдерге окууга милдеттүү болуптур (Farewell Gulsary, 2008:299).*
*Токтолбостон **райкомго** жөнөшсүн дегин, жарайбы? Мен дагы эки **колхозго** барышым керек (Milky way, 2008:138).*
*Билесиз го жаз-күз дебей **кетмен** колдон түшчү эмес (Milky way, 2008:124).*
c) Art and culture: music and dance, musical instruments, folklore, theater, performers, manners and rituals, holidays and games, myths and beliefs, and cult, worship, religion
For example:
***Ооз комузуңду** алчы, Боз ингендин арманын какчы (Farewell Gulsary, 2008:303).*
***Комуздун** чыйралган кылына кол тийгендей, баарыбыз селт этип, бир ооздон: "Келе жатат!"- деп кайталап селейип туруп калдык (Milky Way, 2008:181).*
*Ооз комузуңду алчы, **Боз ингендин арманын** какчы (Farewell Gulsary, 2008:303).*
*Аңгыча **көкбөрүчүлөр** жетип келип, артынан жабыла кууп жөнөштү (Milky Way, 2008:199).*
*Угузганынан жети күн өтүп, **жетилигин** бергенден кийин эл уруксат этти (Milky Way, 2008:167).*
***Кара ашы** бүтүп, эл тарап жатканда Самансур Танабайды четке чакырып алды (Farewell Gulsary, 2008: 404).*
өлгөн адамды жайына коюп келгенден кийин чогулган элге берилүүчү тамак
*Балдар **чикилик** ойноп жатышты (Farewell Gulsary, 2008:318).*
d) Ethnic objects: ethnonyms, nick-names,
For example:
*Бар, **Сталинге** айткын! (Milky Way, 2008:175).*
e) Measure and money: units of measure, currency;
For example:
*Алды **жарым пуд** буудай, арты бир пияладан сулу берсе да, бергенин койбой жыйнап жүрдүм (Milky Way, 2008:176).*
3. Socio-political realia:
a) Administrative-territorial structure: administrative units, national centers, provinces;
b) authority: bodies and power bearers, responsible бий, Cumur başkan, PM; b): байбиче, ак-сакал; c): колхоз;
For example:
*Турнадан **бий** көрсөң, тобондон кыйкуу кетпейт (Farewell Gulsary, 2008:326).*
c) social and political activities: political bodies, movements, social activities, titles and ranks, institutions, educational establishments, social layers and tribes, symbols,
4) Military realias: a) weapons, b) subdivisions, c) military unifrom, d) servicemen;
For example:
*Караңгы түндө **парашют** байланып, душмандардын **ордосуна самолёттон** секирип түшкөн Жайнак болчу (Milky way, 2008:194).*

5) Administrative-territorial units: уезд, mahalle, область, province;
For example:
Ошол күндөрдүн биринде Танабай ***областтын*** *борборуна барып келгенин эч ким билген жок (Farewell Gulsary, 2008:413).*

J. Lotman's theory states that "no language can exist unless it is steeped in the context of culture; and no culture can exist which does not have at its center, the structure of natural language" (Lotman, 1978:211-32). The scholar underlines the importance of this double consideration when translating by stating that language is "the heart within the body of culture," the survival of both aspects being interdependent. Linguistic notions of transferring meaning are seen as being only part of the translation process; "a whole set of extra-linguistic criteria" must also be considered. As Bassnett further points out, "the translator must tackle the SL text in such a way that the TL version will correspond to the SL version... to attempt to impose the value system of the SL culture onto the TL culture is dangerous ground" (Bassnett, 1980:23).

Discussing the problems of translation adequacy and correspondence, Nida confers equal importance to both linguistic and cultural differences between the SL and the TL and concludes that "differences between cultures may cause more severe complications for the translator than do differences in language structure" (Nida, 1964:130). Indeed, parallels in culture often provide a common understanding despite significant formal shifts in the translation process itself. The cultural implications for translation are thus of significant importance as well as lexical concerns.

Cultural knowledge and cultural differences have been a major focus of translator training programmes and translation theory as a discipline. The main concern has traditionally been with words and phrases that are exclusively grounded in one culture and are almost impossible to translate verbally into another one. Many scholars, in particular, W. Richard (Watts Richard, 2000: 29-46) K. David (Katan David, 2004), N.A. Dudareva (Dudareva N.A., 2003) L.K. Latyshev (Latyshev, 2003:19-27), T. Sherry (Sherry, 2009:174), G.I. Ergasheva (Ergasheva, 2011:25), analyzed the culture of translation and translation competence. Such methods of translating culture-bound words, including names, as transcription or transliteration, are becoming especially relevant. Various view were expressed regarding the use of paraphrase, nearest local equivalent or the use of a new word by applying literal translation technique, and transcription.

All these gives a firm ground to the theory of untranslatability of culture-bound words

and phrases. The common non-equivalents include culture specific concepts, the SL concepts

not lexicalized in the TL, semantically complex SL word, different distinction in meaning in SL and TL, lack of super ordinate in TL, lack of hyponym in TL, differences in physical and interpersonal perspective, differences in form and expressive meaning, differences in frequency and purpose of using specific forms, the presence of loan words in ST (Baker, 1995:24).

According to L.S. Barkhudarov non-equivalent vocabulary comprises 3 types of lexical units:

1) proper names, geographic names and names of organizations;

2) words, notions and concepts belonging to foreign culture, including names of traditional dishes, costumes, objects of material and spiritual culture;

3) occasional lacuna words – lexical units of one language that doesn't have a corresponding form in foreign language (Barkhudarov, 1975:240).

J. Pedersen suggests three main procedures through which translators render the ST structures into the TL. The strategies to render extralinguistic culture-bound elements include two categories, namely source language oriented (retention, specification: explicitation, addition, and direct translation) and target language oriented (generalization, substitution: cultural substitution, paraphrase, and omission) (Pedersen, 2005:82). Substitution is replacing the term in the ST with a different one in the TT and it is acceptable to use a term with a different meaning; Paraphrase is used to clarify the original meaning by using different than the original structures and words to express it. We can regard it as explanation or interpretation, that is, the translation seems to highlight one specific perspective from which to look at the utterance. Deletion implies elimination of some unacceptable elements in the TT or the cases when the culture-bound element is not preserved.

Culture and intercultural competence and awareness are far more complex phenomena. The more a translator is aware of complexities of differences between cultures, the better a final output will be. Effective information transfer depends on the extent to which the information has been adjusted to the level of education of the audience, to the cultural context of the audience and to the purpose of audience. There is the following translation techniques suggested by scholars and generally used by translators to render the culture specific vocabulary: calque, semi-calque, approximate translation, generalization, functional analogue, description, explanation, and rendition.

Peter Newmark introduced following strategies to deal with cultural gap that may

solve above mentioned problems: 1) naturalization – when a SL unit is rendered into TL in its original

form. 2) couplet or triplet – combination of transfer, naturalization and loan words; 3) neutralization – generalization of SL unit or paraphrase to avoid misunderstanding; 4) descriptive and functional equivalent – when the culture-specific word is described and communicative purpose is given; 5) explanation – when extra information about the culture-bound notion is given additionally; 6) cultural equivalent – SL unit is rendered by TL equivalent; 7) compensation – is used to avoid loss of meaning, sound effect, pragmatic effect (Newmark, 1988)

The following strategies were suggested by A.V.Fyedorov applicable for oral and written translation:

1) Transliteration or transcription, full or partial that means rendering by original form and structure of a word or preservation of a root of a word in SL combined with affixes of TL;

2) Descriptive translation on the basis of similarities of SL and TL units;

3) Approximate translation, where comments may be given to clarify the context; and 4) Hyponymic translation or generalization (Fyedorov, 1983:277).

Closely bounded language and culture may cause translation ambiguity or misinterpretation, until all aspects are not studied well. When considering the translation of culture-bound vocabulary and notions two opposing methods were proposed by P.Newmark: transference and componential analysis. The transference allows preservation of national color or local color, and original names and concepts are given in its original form, although it may cause problems for recipients in a broader concept, and comprehension of certain aspects. Since communicational approach in translation presupposes translation process to be the bridge between a message sender and a recipient, it is of great importance to ensure proper and adequate rendering of the main idea. From this point of view, componential analysis suggested by P.Newmark is seen as "the most accurate translation procedure, which excludes the culture and highlights the message" (Newmark, 1988: 96).

Let's consider the examples taken from Chingiz Aitmatov's works translated into English by Faina Glagoleva:

*Ак сүрөттү карап, мен андан ак жолума **ак тилек бата** алып жаткан өңдүү, аны көпкө көз айрыбай тиктейм (Jamilya, 2008:3).*

*(Ak süröttü karap, men andan ak joluma **ak tilek bata** alıp jatkan öndüü, anı köpkö köz ayrıbai tikteim.)*

*I gaze long and intently at the canvas, as if it can give me **a word of advice** for the journey ahead (Jamilya, 2002:2).*

Ak tilek bata – blessing given by elders of the family to start a journey or work or some new activity; this is a traditional customary ceremony of Kyrgyz people belonging to the class of realia. It was rendered by "*a word of advice*" that means to give advice, to advise. We can consider it as approximate translation, although they have some meaning in common.

Же болбосо ага ***көз тийип кетет*** *дегендей ал бир ашкан укмуш да эмес (Jamilya, 2008:3).*
(Je bolboso ağa ***köz tiyip ketet*** *değendei al bir aşkan ulmuş da emes.)*
There is nothing ***to be ashamed of****, though it is not really a work of art (Jamilya, 2002:2).*

The following realia - *Koz tiyuu* – a belief that something might be wrong or a person may get sick of an envy eye - was transferred into English by *to be ashamed of*, as though there was something wrong to feel sorry for. We can regard it as an effort of a translator to compensate and neutralize original meaning.

Ата-Мекендик согуш үчүнчү жылга аяк басып, ***Курск менен Орёлдун*** *майданында күчөп турган кези (Jamilya, 2008:4).*
It was the third year of war. Somewhere far away, at ***Kursk and Orel*** *(Jamilya, 2002:2).*
Ал гана эмес, эки суунун ортосундагы биздин ***Арал*** көчө *ылгый эле бир атанын балдары (Jamilya, 2008:5).*
Actually, we were all fellow tribesmen – the whole of ***Aralskaya Street****, stretching the length of the village to the river, was inhabited by our kinsfolk [36,2].*
Ал өзү кичинесинен жылкыда жүрүп өскөн, тээ боордо, ***Бакайыр*** *айылындагы жылкычынын кызы эле (Jamilya, 2002:11).*
She was a good horsewoman, for she was the daughter of a horse-breeder from the mountain village ***Bakair*** *(Jamilya, 2008:5).*
Улуусу ***Садык*** *жаңы эле келинчек алганда кетти (Jamilya, 2008:6).*
The eldest ***Sadyk****, had left soon after he married (Jamilya, 2002:3).*

Kursk, Orel, Aral, Bakair, Sadyk – are onomastic realia. As a rule the names of places and people are rendered by transliteration and transcription. The variant *Aralskaya Street* may be regarded as a translation variation occurred in the result of dominance of the Russian language and its linguistic categories.

Анда биз, бир кур өспүрүм балдар, ***колхоздо*** *араба айдап, суу сугарып, чөп чаап, айтор, согушта салгылашып жаткан эрбүлөлөрдүн түйшүгү биздин мойнубузда калган (Aitmatov, Jamilya, 2008:4).*
Our fathers and brothers battled the enemy, while we, lads of fifteen, worked on the ***collective farm*** *(Jamilya translated by Glagoleva, 2002:2).*

Колхоз (kolkhoz) is a short form of *collective farm (kollektivnoye hozyaistvo)*. This is a social realia occurred in the period of Soviet Union, and was abolished after the collapse of the country. The functional analogue was used by a translator and it corresponds to the original meaning.

*Карыган атам **жыгач уста**, **колхоздун** жүрүп турган ушул тактай араба, баарысы ошол кишинин колунан чыгып турат, таңдан **намазын** окуп **устаканасына** кетет да, күн бата келет (Aitmatov, Jamilya, 2008:5).*
My father was an old carpenter. After, saying his mourning prayer at dawn he went to work in the carpentry shop in the common yard, where he stayed till late in the evening (Jamilya translated by Glagoleva, 2002:2).

A word carpenter belongs to a realia of labour, and fully corresponds to the translation unit given in the source language. Although the morning prayer was rendered as mourning prayer, where morning prayer stands for prayer of Muslims in the morning before the sunrise, whilst mourning means to mourn or cry in sorrow. So, approximate translation was used that lead to semantic loss.

*Илгертеден калган адат боюнча агайын-тууганлар жесирдин башын байлап коёлу деп, **арбак, Кудайга тууралап**: менин атама **никелештирип** коюшат (Aitmatov, Jamilya, 2008:5).*
*According to **the old custom of tribal law** which was still adhered to in the village at the same time, it was forbidden to let a widow who had sons leave the tribe, and it was therefore agreed that my father **should marry** her (Jamilya translated by Glagoleva, 2002:2).*

Customary ceremony of engagement - *nike kiyuu* – was used by people to engage their children since their birth or childhood to be sure about future of their offspring, therefore to become relatives and preserve good relations within families, mostly in Muslim communities. Religious realia was rendered by *should marry,* that embraces the obligation expressed by modal verb *should* and an actual ceremony itself – *marriage*.

The example below represents a very interesting case that merits thorough consideration:

*Кичи үйдө **кичи апам** менен анын **келини** эле калышты (Aitmatov, Jamilya, 2008).*
*Thus, there remained in the Small House the mother, whom I called **kichine-younger mother-** and her **daughter-in-law**, **Sadyk's wife** (Jamilya translated by Glagoleva, 2002).*
*Бир жагы **жеңем**, бир жагы, ал менден азыраак эле улуу, тең курбу сыяктуу эле. Ал дагы мени **«кичине бала»** деп инисиндей эркелетет (Aitmatov, Jamilya, 2008).*
*I had to call her **djene**, while she in turn, called me **"kichine bala" – little boy** – though I was far from little and there was a very small difference in our ages (Jamilya translated by Glagoleva, 2002).*

According to Florin and Vlahov, *кичи апа*, *кичине бала* and *келин* belongs to the group of realia of nicknames or kingship. If some were successfully rendered into

English by

explanation and comment/clarification to make it understandable to a target reader, the others were transcribed to preserve the originality and national coloring – *djene*. On the other hand, the following example demonstrates the application of concretization technique used for rendering the realia of kingship:

Жеңемди *мен чын ниетим менен жакшы көрчүмүн (Aitmatov, Jamilya, 2008).*
I loved ***Jamilya*** *dearly (Jamilya translated by Glagoleva, 2002).*

Translation of ethnographic realia requires a deep knowledge of culture-specific sense. *Элечек (elechek)* is a national headdress of Kyrgyz people worn by married and elderly women; belongs to enthographic realia. *Ээк алгыч (eek algych)* is a scarf to cover the chin; a component of elechek. *Turban* means a headwear based on cloth winding. It has many variations and worn as customary headwear by people of various cultures. The domestication technique was applied in translation process to make it adjacently understandable to readers.

Заңкайта орогон ***элечектин ээк алгычын*** *апам кайра-кайра жакасынан кыстай, булкулдап жаткан экен (Aitmatov, Jamilya, 2008).*
She spoke heatedly while tucking ***the end of her turban*** *under her collar, a sign that she was angry (Jamilya translated by Glagoleva, 2002).*

Thus, we can conclude that culture-specific words mostly rendered by transcription/ transliteration and translation by corresponding term or substitution. Translation should pursue the goal to preserve originality of the source text and author's intention by the means of the target language. Non-equivalent words may be also rendered by loan translation, domestication, semantic adaptation and contextual translation, approximate translation, functional analogue, comment and interpretation, taking into accounts the target group recipients. Consequently, it can be argued that the presence of non-equivalent units does not mean that their meaning cannot be transferred into the target language.

The linguistic knowledge cannot by itself ensure translation adequacy, since the meaning inherent in culture-bound words and phrases dependent on extra-linguistic factors. Moreover intercultural communication is a complex interaction of parties to the communication act, where each may have different backgrounds. The cultural mediator, a translator, must be able to recognize cultural discrepancies and apply appropriate translation technique concentrating on transferring of the main idea to the audience in order to ensure successful communication. The fact is that translation of realia is challenging for a translator in terms of selection and application of translation method. Moreover, the linguoculturological analysis of the human factor in the language and verbal

communication of representatives of different

cultures, allows discovering new opportunities in terms of intercultural interaction. Though, this is what makes the role of mediators an indispensable part of the process of communication, though performing a challenging but interesting job.

References

Aitmatov, Ch. (2008). *Jamila.* Turar, Bishkek.

Aitmatov, Ch. (2008). *Farewell Gulsary.* Biyiktik, Bishkek.

Aitmatov, Ch. (2008). *Milky Way.* Biyiktik, Bishkek.

Barkhudarov, L.S. (1975). *Yazyk i perevod.* Moscow, International relations (in Russian).

Baker, M. (1995). *In other words: A coursebook on translation*. Routledge; London and New York.

Baker, M. (1992). *In Other Words: A coursebook on translation*. Oxon. Routledge.

Baker M. ed. (2004) Routledge Encyclopedia of Translation Studies, London, Routledge.

Baker M. (1992) In Other Words: A coursebook on translation. Oxon. Routledge.

Bassnett, S. (1980). *Translation Studies.* London: Routledge.

Bassnett, S. (1991). *Translation Studies*. London: Routledge.

Dudareva, N.A. (2003). *Translator in the field of professional communication and total quality management.* Moscow. Flint: Nauka.

Ergasheva, G.I. (2011). *Comparative-typological research of gender in phraseologism and paremias of English and Uzbek languages*: scientific abstract. Tashkent.

Fyedorov, A. V. (1983). Osnovy obshei teorii perevoda, Moscow, Vysshaya shkola (in Russian).

Goodenough, H (1964). *Cultural Anthropology in Linguistics.* in D. Hymes ed. *Language in Culture and Society. A Reader in Linguistics and Anthropology.* Harper & Row: New York.

Latyshev, L.K. (2003). *Basic components of translation competence* // Sat. articles of Moscow. Industry, science and technology, Academy of Science of the Russian Federation.

Lotman, J., Uspensky, B. (1978). On the Semiotic Mechanism of Culture, New Literary History.

Nida, E. (1964). *Principles of Correspondence.* In Venuti, L. The Translation Studies Reader. London: Routledge.

Newmark, P. (1988). *A textbook of translation.* Pergamon Press: Oxford.

Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation.* Hertfordshire: Prentice Hall.

Newmark P. (1988) *About Translation*. Multilingual Matters: Clevedon (1991) Approaches to Translation. Oxford. Pergamon Press.

Newmark, P (1981). *A Textbook of Translation*. Pergamon Press: Oxford.

Newmark, P (1993). *Paragraph on Translation*. Multilingual Matters: Clevedon.

Nida, E., and Taber, Ch.. (1982). *The Theory and Practice of Translation*. E.J. Brill: Leiden.

Pedersen, J. (2005). *How is culture rendered in subtitles.* InMuTra Conference Proceedings.

Sherry, T. (2009). *Gender in Translation*. London and New York. Routledge.

Tomahin, G.D. (1997). *Realii v yazyke i culture*. Inostranniye yazyki. №3.

Vinogradsov, V.S. (1978). *Leksicheskiye voprosy perevoda hudojestvennoi prozy*, Moscow, Publishing house of Moscow University.

Vlakhov, S.I., Florin S.P. (1986). *Untranslatability in Translation*, 2nd ed., Moscow, Vysshaia shkola.

Vlakhov, S.I., Florin S.P. (1980). Untranslatability in Translation, Moscow, International relations.

Wierzbicka, A. (1992). *Semantics, Culture, and Cognition. Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations.* New York. Oxford University Press Inc..

Watts Richard, (2000). *Translating culture: reading paratexts*. № 13(2).

RUSÇA METININDEKI ATA, BABA, SULTAN, ŞA, HAN, BEK, HANYM TÜRKMEN KELIMELERININ YAZILIMI ÜZERINE

Doç.Dr. Гульнар Колатова
Türkmenistan Bilimler Akademisi, Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve Ulusal El Yazmaları Enstitüsü
E-mail: manyeje@mail.ru

Özet
Makalede Türkmence ata, baba, sultan, khan, bek, hanım kelimelerinin Rusça metindeki, ayrıca Doğu'nun büyük düşünürlerinin isimlerinin internette Rusça yazılışına atıfta bulunur. Doğu'nun büyük şahsiyetlerinin Arap-Fars kaynaklarından Türkmeda kelimelerin Rusça metninde ele alınan malzeme dikkat çekilir. Çok sayıda örnek, yani olgusal malzeme toplanmıştır. Rusça metinde Türkmence kelimelerin yazılışında çok sayıda tutarsızlık olduğu kadar, Doğu'nun büyük düşünürlerinin isimlerinin Rusça internette tahrif edildiğine de işaret ediyor. Tutarsızlığı gidermek için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Ata, baba, soltan.*

ON THE WRITING OF ATA, BABA, SULTAN, ŞAHAN, BEK, HANYM TURKMEN WORDS IN THE RUSSIAN TEXT

Abstract
The article deals with the spelling of the Turkmen words ata, baba, sultan, khan, bek, khanym in the Russian text, as well as the spelling of the names of the great thinkers of the East on the Internet in Russian. The material under consideration draws attention to the spelling in the Russian text of the Turkmen words from the Arab-Persian sources of the great personalities of the East. A large number of examples, that is, factual material, have been collected. It points to a large number of inconsistencies in the spelling of Turkmen words in the Russian text, as well as the distortion of the names of the great thinkers of the East on the Internet in Russian. Recommendations are given to eliminate the inconsistency.

Keywords: *Ata, baba, sultan.*

Türkmen dilindeki malzeme ayrı bir yazım ata (baba tarafından büyükbaba; ot) verir; örneğin: Dargan ata, Kow ata, Goçgar ata, Çopan ata, Gözlü ata, Arçiman ata, Talaýhan ata. (kerwensaraýy) (Berdimuhamedov, 2016:30).

Rusça metinde yazım tireli: Talayhan-ata (kervansaray) (Berdimuhamedov, 2016:97); Türkmence materyalinde babanın ayrı bir yazılışı verilmiştir, örneğin: Kurtiş baba (Berdimuhamedov, 2016:30). Gözli baba (Yusupov, 1993:12) vb.

Rusça metinde, yazım

1) ayrı ve tireli: Kurtiş-baba; Gözli-baba, Şerep-baba (önde gelen dini şahsiyetlerden Şeyh Hassan Ata ve Kül Şeref) (Berdiyev, 2019:34; Yusupov, 1993:7);

2) kaynaşmış: Zengibaba (Berdiyev, 2019:11).

Türkmence kelimelerinin Rusça metinlerinde ata, baba, ile imlasında uyuşmazlığı gidermek için Türkmencedeki gibi yani ayrı yazılmasını öneriyoruz.

Rusça metinde "g" olan Türkmence kelimeler "k" ile yazılmıştır. Örneğin: Garagum - Karakum, Gurbangül - Kurbangul, Gurbanlık - Kurbanlık, Garaca-oglan - Karaca-oglan, vb. Türkmence'den "k" ye "g" olan tüm kelimeler. Rusça'da tek beden herkese uyar, sonra olaylar olur. Örneğin: Mańgyşlag -mań (3-4 yaşında büyük safkan koçlar) + gışlag (kış kulübesi, bu koçların kampı).

Rusça'da Mangyşlak oldu, yani. koyun köyü. Ünlü arkeolog bilim adamı Hemra Yusupov (Berdiyev, 2019:5) tarafından yapılan Türkmen Mangışlak'ta olduğu gibi almak daha iyidir, gurt (kurt) kurt (milliyet); Garrıgala (Eski Kale) Karakala oldu (Kara Kale. Bir bilim adamı ve sözlükbilimci olan S. Ataniyazov bundan bahsetti): Hemra Yusupov Karatengir'i değil, Rusça metinde Garatengir'i aldı (Berdiyev, 2019:10); gul (köle, Arapça kaynaklarda, örneğin, gul Süleyman kul (saçma) Süleyman oldu; Golatow (Arapça Golat - azlık, kemlik eksikliği) Soyadı, kökenleri Hoca kabilesi olan dede Golat Golat adına oluşturulmuştur. Araplar, Türkmence ve Rusça'da Kolatov oldu. Bu bir Türkmen soyadı olmasına rağmen, bunu kendi aralarında bir yabancı, yabancılar arasında da kendi olarak algılarlar. Vurgu ilk hecede ise, o zaman bir Rus soyadı olacak - Kolotov, 80'lerde böyle bir Rus futbolcuydu.

Gul (köle, Arapça kaynaklarda, örneğin, gul Süleyman kul (saçma) Süleyman oldu. Rusça'da Magtımgulı, Mahtumkulı oldu, ancak Kahraman-Arkadag G. Berdimuhamedov'un listeye dahil edilmesiyle bağlantılı olarak halkının tebriklerinde maddi olmayan UNESCO'nun insanlığın kültürel mirası, dutar yapma zanaatı, üzerinde müzik sanatı icra etme ve şarkıcı sanatı, Magtımgulı Garlıyev'in adı verilmiştir: “Şükur şarkıcı, Amangeldi Gonubek, Gulgeldi ussa, Kel şarkıcı, Hallı şarkıcı, Sarı şarkıcı, Taçmammet Suhanguliyev, Mıllı Taçmyradov, Sahı Jepbarov, Orazgeldi İlyasov, Oraz Salır, Garradýali Göklen, Çovdur şarkıcı, Nurberdi Gulov, Aşirmyammet Davudov, Soltan Atanepesov, Palvan şarkıcı, Orerazdelno.şih, Palta şarkıcı, Bayar şarkıcı, Nazar şarkıcı, Magtımgulı Garlıyev, Bazaar şarkıcı, Ovezmyrat şarkıcı, Juma Vellekov, Mustak Aymedov, Nobat şarkıcı, Garlı şarkıcı, Ödeniyaz Nobatov, Girman şarkıcı, Gurt müzisyenler".

İngilizce metinde Magtımgulı alınmıştır. Örneğin: Türkmenistan İlimler Akademisi Magtımgulı Dil, Edebiyat ve Milli El Yazmaları Enstitüsü (Akademy of Sciences of Turkmenistan Magtymguly Institute of Language, Literature and National Manuscripts).
Daha sonra Rusça metinde ayrıca bir anlaşmazlık olmaması için Magtymguly'yi almayı teklif ediyoruz: Türkmenistan Bilimler Akademisi Magtımgulı'nin adını taşıyan Dil, Edebiyat ve

Ulusal El Yazmaları Enstitüsü.

Görünüşe göre Gül sadece bir köle değil, Yüce Olan ile bağlantılı. Tyurabek-hanım anıtını yeniden inşa eden usta Gulgerdan antik adının bir parçasıdır; Gulgeldi ussa (bahşi), Taçmammet Suhangulyev (şarkıcı), Nurberdi Gulov (şarkıcı müzisyeni), Gurban Gulov, Meýlis Gulov (soyadı bugün bulunmaktadır).

Son zamanlarda, Rusça metinde “g”, “k” olarak değişmiyor. Örneğin: Gara-depe (Berdimuhamedov, 2016:76). Bu nedenle, tutarsızlığı ortadan kaldırmak için "g" yi "k" olarak değiştirmemeyi ve orijinal dilde olduğu gibi almayı öneriyoruz. Örneğin: Gurbangul, Gılıjov vb.

IZ kanalından (Rus Haberleri TV) alınan aşağıdaki örneklerle de karşılaştırın: Rus Ural petrolünün fiyatı yedi yıldır ilk kez varil başına 93 doları aştı (02/04/2022). Bild makalesi, Bloomberg'in (6.02.2022) hatalı bir yayınından sonra yayınlandı. Daha önce Microsoft, oyunların satın alındığını duyurmuştu (02/06/2022). Segmentin lideri Apple kampanyasıydı. Meta, Avrupa'da Instagramm ve Facebook'u kapatabilir. (4.02.2022). Uzman: Web Money Rusya'da çalışmaya devam edebilir (02/12/2022). MOL (Macaristan), arz kesintisi durumunda yakıt stoklamak istiyor (02.2022).

Türkmen metninde başlıklar çoğunlukla büyük harfle yazılır. Örneğin: Soltan Sancar(Berdimuhamedov, 2016:28) , (Sarianidi, 2002:48),Harezmşah Atsız Şa Ismaýıl, Şeýh Ahmet al- Hadı (Ýartıgümmez) (Berdimuhamedov, 2016:28) vb. Ama aynı zamanda küçük bir tane ile de ortaya çıkar: Büyük Selçuklu devletinin sultanı Melikşa (1072-1092) (Berdimuhamedov, 2016:17.), Kral Darius (Sarianidi, 2002:76) döneminde.

Rusça başlık daha sık büyük harfle yazılır: Sultan Sencar, Şeyh Ahmed el-Hadı (Yartıgümmez-1098) (Berdimuhamedov, 2016:95) vb. Bize göre bu mekanik bir aktarımdır. Diğer yazarlar başlığı küçük bir başlıkla verirler: Sultan Sencer, örneğin G. Berdimuhamedov'un "Türkmenistan - Büyük İpek Yolu'nun kalbi" eserinde olduğu gibi, Margareta Aslan (Romanya) (Berdimuhamedov, 2016:95) .

Sultan Sencer (Berdiyev, 2019:24), (Berdiyev, 2019:55), Sultan Tekeş (Berdiyev, 2019:34), Sultan Ali (Berdiyev, 2019:36,47), Sultan Hüseyin (Berdiyev, 2019:48), Şeyh Şeref (Berdiyev, 2019:34), Emir Mamun (Berdiyev, 2019:39), Sultan Alp-Arslan (D. Gurbangeldiyev), Büyük Selçuklular hanedanından Sultan Myalikşah (1072-1092) döneminde (Berdimuhamedov, 2016:81) Çar Darius (Sarianidi, 2002:81) vb. Rusça metinde Harezmshah Atsız genellikle büyük harfle verilir, ancak küçük Harezmşah Atsız ile de kullanılır. Harezmşah

Tekeş (tarihsel kişi) (Berdiyev, 2019:34), Harezmshah İlyarslan), Harezmşah Abu-l-Abbas Mamun ibn-Mamun (1011), Harezmşahi-Anuşteginidı (Berdiyev, 2019:37).

Mevcut aşamada, King (unvan) Edward (İspanya), Queen (unvan) Elizabeta II (Büyük Britanya), Prince (unvanı) ... ve muhabir Sultan (Soyadı), Sultan Cumaýeva için Sultan bir unvan değil, özel bir isimdir.

Aşağıdaki örneklerde han, bek, hanym, vb. yazım farklılıkları, tireleme görülmektedir: Toğrul-bek cf. Çağır bek (İnternet); Çengis Han (Berdiyev, 2019:24), (Sarianidi, 2002:56), Çengiz Han (Berdiyev, 2019:46), Çingizhan (Sarianidi, 2002:48). Özbek Han (Berdiyev, 2019:40), Eraly Han (Berdiyev, 2019:49), Adil Han (Berdiyev, 2019:49), Abulgazi Bahadur Han (Berdiyev, 2019:25), Hive Hanı Seyyid-Mukhamed-Rahim (Berdiyev, 2019:40), Hacı Muhammed Han (Berdiyev, 2019:47), Yıldız Han (Arazkulıyev, 19953:61) Mirşah-Türkmen (Berdiyev, 2019:47), Melik Şah (İnternet), Tyurabek-Hanım (Berdiyev, 2019:.32,42), Tyurabek-Hanım (Berdiyev, 2019:) vb.

Türkmence'de kısa çizgi yok, çevrimiçi kurallar, çevrimiçi web seminerleri vb., Rusça'da iki yazı versiyonu: çevrimiçi kısa çizgi modu olmadan ve kısa çizgi -modu ile. Çevrimiçi başlangıç konumundaysa bir tire işareti vardır, örneğin: çevrimiçi biçim, çevrimiçi bilgilendirme, çevrimiçi toplantılarda, çevrimiçi tele konferans, çevrimiçi web seminerinde vb Türkmen metninde yumuşak bir işaret yoktur, Rusça olarak şöyle görünür: Amul (Berdimuhamedov, 2016:92) Arçabil (derýacık) (Berdimuhamedov, 2016:61) - Arçabil (nehir) (Berdimuhamedov, 2016:132); Abdal Kerim Buhari (Berdiyev, 2019:41).

Yumuşak bir işaret olmadan Türkmen dilinde olduğu gibi yazı sunuyoruz.

Rusça metinde, Türkmenlerden ödünç kelimeler italik olarak verilmesini öneririz: tahya, topby, auch, mesnevi, kasyda, rubai, dulab, vb.

Türkmen Mahmyt Kaşgarı, Kaşgarlı Rusça: Kaşgarlı Mahmud ve Kaşgarlı Mahmud. Bize göre her iki seçenek de kabul edilebilir, sonda "ve" olan özel isimlerin tercüme sıklığının çok yüksek olduğunu belirtmek isterim, örneğin Rumi, Nesimi, Biruni, Cami, Yesevi, Navoi, Firdousi , Sagdi, Azadi, Harezmi, Hemedani vb.

Şair, filozof, devlet adamı Zahyreddina Muhammeta Babıra'nın Rusça adı Babır olmalı ama Babur gitti. Bize göre ya tutarsızlık olacak, ya da çoğunlukla Babür olacak. Türkmence'de Mahtımgulıı /ı/, Rusça'da y olarak değiştirildi: Magtumgulı (Yusupov, 1989:11).

Türkmence metninde al- tire ile yazılmıştır.

1) sonra küçük bir harfle, örneğin Doğu'nun büyük düşünürlerinin isimleri Muhammet el-Harezmi, Ebu Nasr el-Farabi, Ebu-Reyhan el-Biruni, el-Istahri, el-Makdisi (h a.), el-Ömeri; Şyh Ahmet el-Hady (Ýartıgümmez) (Berdimuhamedov, 2016:28); el-Şaş şehri (Berdimuhamedov, 2016:25);

2) sonra büyük harfle, örneğin Al-Mamun (Berdimuhamedov, 2016:49); Kervansaray Al-Esger, halif Al-Muktasfi (Berdimuhamedov, 2016:48) vb.

Rusça verilir:

1) yumuşak işaretli ve kısa çizgili büyük harfli: Mohammed Al-Harezmi, Abu Nasr Al- Farabi, Abu-Reýhan Al-Buruni (İnternet), Al-Esger (Berdimuhamedov, 2016:91); El-Memun (Berdimuhamedov, 2016:118);

2) yumuşak bir işaret ve kısa çizgili küçük bir harf ile: RT (TV Rusya) al-Haşimi, al-Istahri, al-Makdisi (X yüzyıl), al-Omari (11. yüzyılın tarihçisi ve gezgini) verir, al-Şaş (Berdimuhamedov, 2016:90); Şeýh Ahmed el-Hadı (Yartıgümmez-1098) (Berdimuhamedov, 2016:95);

3) yumuşak bir işaret olmadan ve kısa çizgili büyük harfle: Al-Muktasfi (Berdimuhamedov, 2016:116);

4) yumuşak işaretsiz ve tireli küçük bir harfle: Abu-Abdallah al Mukaddasi (bu durumda tire olmaması tamamen tekniktir) (el-Makdisi) (Berdiyev, 2019:4), ap-Mukaddasi Berdiyev, 2019:4, 5,6,7), al-Makaddasi (Berdiyev, 2019:4), Yakub ibn Abdalah al-Rumi al-Hamawi (Berdiyev, 2019:6), Muhammed ibn Musa al-Harezmi (Berdiyev, 2019:4,.8), Zaýnuddin Abu- Ibrahim al-Curcani (Berdiyev, 2019:9), Necmeddin al-Kübra (Berdiyev, 2019:36).

Türkmen versiyonunu almayı öneriyoruz: al-P. İnternette Doğu'nun büyük düşünürlerinin isimleri çarpıtılıyor: Hoca Yusuf Hemedani veriliyor. Yusup ve Yusuf var ama Hemedani Yusup.;Seyid İmadeddin Nesimi - Seyid İmadeddin Nesimi; Bahauddin Nakşbanda, Bahauddin Nakşbandi, Bahauddin'den başkası değildir.

Nagışbendi olarak adlandırılan; Celaleddin Rumi - Celaladdin Rumi ve diğerleri.

Bozulmayı önlemek için Türkmen versiyonunu almak daha iyidir.

Hint yarımadası Dekan veya Dekan nasıl yazılır?

Dekan Araplar için, Sanskritçe, İngilizce, Ruhnama. Yine de yanlış olduğunu düşündüğümüz Dekanı aldılar.

Türkmen diline gelince, Türkmen dili üzerine III Dilbilim Kongresi hazırlıklarına

başlamak, konferanslar vb. hazırlamak için çok geçti. 1936'da 1. Dilbilim Kongresi

yapıldığından 18 yıl sonra 1954'te 2. Dilbilim Kongresi yapıldı. "Türkmen kavramıň orfografiýasy" (TSSR-iň II dilbilim kongreye materyalları) Kiril dilindedir ve 1952'de önerilmiştir. 70 yıl geçti.

Kaynaklar

Arazkulıyev S., Amangulyeva G. (1995). С.Аразкулыев., Г.Амангулыева. Гозли ата. Туркменбашы.

Berdiyev A., Yagşımıradov G. (2019). Berdiýew A., Ýagşymyradow G. Beýik Ýüpek ýolunýň Garagumüsti şahalary. Aşgabat: «Ylym».

Gurbangulı Berdimuhamedov (2016). Gurbanguly Berdimuhamedow. Arşyň nepisligi. (Heavenly beauty. Красота небесная.) Aşgabat. Türkmen döwlet neşirýat gullugy.

Sarianidi V. (2002). Wiktor Sarianidi. Marguş. Murgap derýasynyň köne hanasynyň aýagyndaky gadymy gündogar şalygy. (Древневосточное царство в старой дельте реки Мургаб. Ancient Oriental Kingdom in the Old Delta of the Murghab river.) Aşgabat. Türkmendöwlethabarlary.

Yusupov H. (1989). Юсупов Х. Путеводитель по археолого-архитектурным памятникам Ташаузской области. Ашхабад: «Туркменистан».

Yusupov H. (1993). Юсупов Х. Сердце древнего Хорезма. Ашгабат: «Юрт».

TURİZM ENDEKSLERİ VE DÖVİZ KURU İLİŞKİSİ: TÜRKİYE İÇİN AMPİRİK ANALİZ

Öğr. Gör. Elif Hilal Nazlıoğlu
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: enazlioglu@pau.edu.tr

Özet
Finansal sistem içerisinde pay piyasaları ülke ekonomileri ve yatırımcılar için oldukça önemlidir. Bu çalışmanın amacı hem global bir endeksle Türkiye turizm endeksi arasındaki dinamik ilişkiyi hem de döviz kuru ve Türkiye turizm endeksi arasındaki ilişkiyi finansal bir bakış açısıyla incelemektir. Böylelikle yatırım yapmayı düşünen yatırımcılara bu piyasalar arasındaki ilişki hakkında bilgi verilmiş olabilecektir. Ayrıca Türkiye gelişmekte olan ülkeler grubunda yer almasından dolayı yatırımcılar için getiri elde edilebilecek ülke grubu içerisinde yer almaktadır. Bu doğrultuda, Global Turizm Endeksi (GTI), BIST Turizm Endeksi (XTRZM) ve Döviz Kuru (Dolar/TL) değişkenleri Ağustos 2006–Şubat 2022 dönemi için aylık frekansta kullanılmıştır. Bu değişkenler arasındaki dinamik ilişkiler, VAR modeline dayalı etki-tepki fonksiyonları, varyans ayrıştırması ve Granger nedensellik analizleri yoluyla incelenmiştir. Etki ve tepki fonksiyonları, Dolar/TL kurunun BIST turizm endeksi ve Global turizm endeksi üzerinde negatif, etkisi olduğunu göstermiştir. Varyans ayrıştırması analizi, tüm değişkenlerin öngörü hata varyansını açıklama oranının diğer değişkenlere kıyasla kendisi tarafından açıklandığının daha büyük olduğunu ortaya koymuştur. Nedensellik analizine göre ise, Borsa İstanbul Turizm Endeksinden Global Turizm Endeksine ve Dolar/TL kurundan Borsa İstanbul Turizm Endeksine doğru bir nedensellik vardır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar turizm endeksini etkileyebilecek makroekonomik faktörlerin incelenmesi ve endeks üzerindeki etkilerinin belirlenmesi açısından önemlidir. Gelecekteki çalışmalara yön vermesi açısından ilgili değişkenlerin yanına Dolar/Euro kuruda eklenerek çalışma genişletilebilir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm endeksi, döviz kuru, nedensellik, var analizi, Türkiye.*

TOURISM INDICES AND THE RELATIONSHIP OF THE EXCHANGE RATE: EMPIRIQUE ANALYSIS FOR TURKEY

Abstract
It is important for the country's economies and the market within the financial system. The purpose of this product is to investigate both Turkey tourism with an index from global visitors and the exchange rate with a view to switch from Turkey tourism. This is to exchange information about markets. It is also a school suit used to take advantage of people from Turkey. Accordingly, Global Index (GTI), BIST Tourism Index (XTRZM) Exchange Rate (Dollar/TL) are used in monthly tourism for the period August 2006-February 2022. These complements reflect dynamic relationships, VARenden effect-effect-like model analyses, variance decomposition, and Granger causality models. Impact and response function, Dollar/TL has a negative impact on BIST tourism and Global tourism. Variance decomposition is explained in detail as all possible errors are detailed. According to the causality analysis, there is causality from Borsa İstanbul Tourism Index to Global Tourism Index and from USD/TL rate to Borsa İstanbul Tourism Index. The achievement of achievements from work will be economically viable and designed to be economical. It can be superimposed/run on Euros that might benefit from future use.

Keywords: *Tourism index, exchange rate, causality, var analysis, Türkiye.*

Giriş

Finansal sistem içerisinde pay piyasaları ülke ekonomileri ve yatırımcılar için finansal istikrar göstergesi olması ve yatırım enstrümanı olması açısından oldukça önemlidir. Hızla

değişen rekabet ortamında yatırımcılar risklerini minimize etmek amacıyla farklı ülke

piyasalarına ve farklı sektörlere yatırım yapmaktadırlar. Gelişmekte olan ülkelerin finansal piyasaları yatırımcılar için portföy çeşitlendirmesi yapabilmelerine katkı sağlamaktadır. Turizm sektörünün ekonomiler için döviz girdisi sağlaması, ödemeler bilançosuna olumlu etkisi, istihdama olan katkısı, diğer sektörlerle olan ilişkisi ve gelir adaletsizliğine olan olumlu katkısı politika yapıcılar için dikkate alınması gereken bir durumdur. Bununla birlikte gelişmekte olan ekonomilerin gelişmişlik düzeylerini artırabilmeleri açısından elde edilen her döviz geliri ekonomik kalkınmaya bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar turizm gelirlerini doğrudan etkilemektedir. Bu sebeplerden dolayı döviz kuru ve turizm endeksleri arasındaki dinamik ilişki dikkat çekmektedir. Turizm sektöründe yer alan şirketlerin finansal piyasalarda yer alması da yatırımcılara portföy çeşitlendirmesi yapma ve riski düşürme açısından faydalı olabilir. Bu çalışmanın amacı hem global bir endeksle Türkiye turizm endeksi arasındaki dinamik ilişkiyi hem de döviz kuru ve Türkiye turizm endeksi arasındaki ilişkiyi incelemektir. Böylelikle yatırım yapmayı düşünen yatırımcılara bu piyasalar arasındaki ilişki hakkında bilgi verilmiş olabilecektir. Çalışma gelişmekte olan ülkeler grubundan Türkiye örneğinde Global Turizm Endeksi (GTI), BIST Turizm Endeksi (XTRZM) ve Döviz Kuru (Dolar/TL) arasındaki nedensellik ilişkilerini aylık frekansta Ağustos 2006 – Şubat 2022 dönemi verileri kullanılarak araştırmaktadır.

Literatür Taraması

Literatür incelemesi tablosu ekte yer almakta olup aşağıda ilgili literatür özetlenmeye çalışılmıştır. Gökmen ve Çömlekçi (2018) en yüksek turizm gelirine sahip 25 ülke içerisinden turizm endeksine sahip ülkeler ile BIST Turizm endeksi arasındaki eşbütünleşme ilişkisini araştırmışlardır. Analiz sonucunda BISTXTRZM endeksi ile İspanya'nın BCNRBC endeksi, Tayvan'ın THOI endeksi ve Yunanistan'ın FTATTRA endekslerinin uzun dönemde eşbütünleşik olduğu tespit edilmiştir. Soyaslan (2019) uzun dönemde BİST Turizm endeksi ile döviz kurları arasında bir eşbütünleşme ilişkisi olmadığı yani değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket etmediğini vurgulamıştır. Uzun dönemde bir ilişki bulunmamasının yanında kısa dönemde Euro kurunda oluşan bir değişim %5 anlamlılık seviyesinde BİST Turizm endeksi üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Amerikan dolarında oluşan bir değişim %5 anlamlılık seviyesinde BİST Turizm endeksi üzerinde etkili olmadığı bulunmuş ancak %10 anlamlılık seviyesinde değerlendirildiğinde Amerikan dolarındaki bir değişme kısa dönemde BİST Turizm endeksi üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada diğer bir sonuç, BİST Turizm endeksinde oluşan değişimlerin on dönemlik

Varyans ayrıştırması testi

neticesinde %15,22 seviyesinde Euro kurundan, %9,44 seviyesinde ise Amerikan dolarından kaynaklandığı sonucuna varılmıştır. Kiracı (2019) BİST Turizm Endeksi'nden dolar kuruna ve petrol fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ve buna ek olarak dolar endeksinden BİST Turizm Endeksi'ne doğru tek yönlü bir Granger nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi sonuçlarına göre dolar kurundaki (USDTRY) pozitif ve negatif şoklardan BİST Turizm Endeksi'ndeki (XTRZM) pozitif ve negatif şoklara doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Akdağ vd. (2019) S&P500 Oynaklık Endeksindeki (Volatility Index-VIX) değişimin ABD ve Sri Lanka dışındaki ülkelerin turizm endekslerindeki değişime yönelik nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu ve VIX'deki artışın turizm endekslerinin getirisinde düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir. Granger (1969) nedensellik analizi sonucunda, VIX endeksindeki değişimin Çin, Danimarka, Finlandiya, Yunanistan, İtalya, İspanya, İsveç, Türkiye ve İngiltere borsa endekslerindeki değişimlerle nedensel bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Sri Lanka ve Amerika Birleşik Devletleri için, nedensel bir ilişki bulunduğuna dair önemli bir kanıt bulunmamaktadır. Sri Lanka için geçici bir ilişkinin olmaması, karakteristik ve olağandışı yerel borsaya sahip nispeten az gelişmiş bir ülke olmasından kaynaklanabilir. VIX korku endeksinin hesaplanması S&P500 ABD opsiyonlarına dayandığından, ABD için geçici bir ilişkinin olmaması kullanılan metodoloji ile ilgili olabilir. Frekans nedensellik analizi sonuçlarına göre, VIX endeksindeki değişimin Çin, Danimarka, Yunanistan, İtalya, İspanya, İsveç, Türkiye ve İngiltere turizm endekslerindeki değişimlere doğru kalıcı nedensel ilişkiye sahip olduğu, Finlandiya endeksindeki değişikliklerin geçici olduğu tespit edildi. Granger nedensellik analizi sonuçlarına benzer olarak, VIX endeksindeki değişimler ile Sri Lanka ve ABD'nin turizm endekslerindeki değişim arasında nedensellik ilişkisi bulunmamıştır. Eşbütünleşme analizi sonuçlarına göre VIX korku indeksi ile ülkelerin turizm endeksleri arasında uzun dönemli bir ilişki vardır ve bu ilişkinin DOLS ve FMOLS testine göre ters olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir deyişle, VIX endeksi sonuçlarındaki artış turizm endekslerindeki getiriyi azaltmaktadır.

Özçalık ve Özçalık (2020) ABD Dolar kuru ve Euro kuru ile BIST Turizm endeksi arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada VAR modeli uygulanmış ve çalışmada üç değişken arasında nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olmadığı ifade edilmiştir. Son olarak varyans ayrıştırma modeli ile turizm endeksini etkileyen önemli unsurlardan birisinin dolar kuru olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yıldırım vd. (2020), makroekonomik değişkenlerin, hisse senetleri getirileri

üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmada Granger Nedensellik Testi, Etki-Tepki fonksiyonları ve Varyans Ayrıştırması teknikleri uygulanmıştır. Bulgularda CDS primlerinden BİST Turizm endeksine doğru tek yönlü Granger nedensellik ilişkisi bulunmuştur, diğer değişkenler için herhangi bir nedensellik bulunmamıştır, ayrıca etki-tepki analizi sonuçlarında, Dolar ve CDS değişkenlerinin BİST Turizm üzerinde kısa dönemli negatif etkisi saptanmıştır. Yaman ve Korkmaz (2020) XTRZM ve Döviz kurlarında volatilitenin sürekli etkilere sahip olduğunu ve volatilite kümelenmelerinin oluştuğunu göstermişlerdir. Uygulanan Diagonal VECH-GARCH modeli sonuçlarına göre, USD/TRY, EUR/TRY, GBP/TRY ve RUB/TRY kurları ile XTRZM Endeksi getirileri arasında istatistiki olarak anlamlı bir volatilite yayılımı olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, JPY/TRY ile XTRZM Endeksi getirileri arasında ise volatilite yayılımına ilişkin istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır. Son olarak elde edilen bulgular, özellikle döviz kurlarındaki oynaklığın artığı dönemlerde XTRZM endeksi getirilerinde de volatilitenin yükseldiğine işaret etmektedir. Demirkale ve Can (2021) BIST Turizm endeksinin döviz kuru, faiz oranı ve petrol fiyatlarında meydana gelebilecek bir artışa tepkisini değerlendirmek için Vektör Otoregresif Modeller (VAR) modeline dayalı etki-tepki fonksiyonlarından yararlanılmıştır. Ayrıca değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını tespit edebilmek için VAR Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Etki-tepki fonksiyonlarına göre Turizm endeksinin dolar şokuna pozitif tepki verdiği tespit edilmiştir. Faiz oranının ise BIST Turizm endeksi üzerindeki etkisinin 4. döneme kadar zayıf formda negatif olduğu saptanmıştır. Petrol fiyatlarının ise BIST Turizm endeksi üzerindeki etkisinin zayıf formda pozitif yönde olduğu belirlenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar turizm endeksini etkileyebilecek makroekonomik faktörleri ele alarak incelenmesi ve etkilerinin belirlenmesi açısından önemlidir. Ünal (2021) tahvil faizleri ve Döviz kurundaki değişimin Borsa İstanbul'da yer alan farklı sektör endekslerinin getirilerini ne ölçüde etkilediğini üç aylık verileri kullanarak analiz etmeye çalışmıştır. Elde edilen sonuçlara göre döviz kurundaki değişim XBANK, XFINK, XILTM, XINSA endeksleri arasında negatif ilişki varken; XTRZM ile pozitif ilişki vardır.

Veri ve Yöntem

Çalışmada Türkiye turizm sektörü turizm gelirleri ve finansal piyasalar arasındaki dinamik ilişkileri araştırmak için Global Turizm Endeksi (GTI), BIST Turizm Endeksi (BISTTRZM) ve Döviz Kuru (Dolar/TL) değişkenleri aylık frekansta Ağustos 2006 – Şubat 2022 dönemi verileri kullanılmıştır. Global turizm endeksi STOXX Global 1800 T&L endeksi olup Avrupa ve Asya'nın çeşitli ülkelerinden çoğunluğu ABD'li turizm şirketi olan veya turizm şirketi özelliği taşıyan turizm şirketlerinden oluşmaktadır. Global turizm endeksi ve BIST turizm endeksi verileri investing.com sitesinden, Dolar/TL kuru TCMB EVDS sisteminden elde edilmiştir.

Değişkenler arasındaki dinamik etkilerin analizi için VAR modeline dayalı olarak etki-tepki fonksiyonları, varyans ayrıştırması ve Granger nedensellik yöntemleri uygulanmıştır. VAR modelinin tahmin edilebilmesi için değişkenlerin durağan olma I(0) koşulunu sağlamak için ilk olarak birik kök analizi yapılmış olup birim kök analizi için Genişletilmiş Dickey Fuller (Augmented Dickey Fuller-ADF) (Dickey Fuller, 1979), Philips -Perron (PP) (Philips & Perron, 1998) ve KPSS (Kwiatkowski, Philips, Schmidt & Shin, 1992) testleri kullanılmıştır.

2006-2022 dönemi için serilerin grafiklerindeki benzerlik dikkat çekmektedir. Özellikle de BIST turizm endeksi ve global turizm endeksi hareketlerinin birebir uyumlu olduğu görülmektedir.

Şekil 1: *Değişkenlerin grafikleri*

187 gözleme ait tanımlayıcı istatistikler aşağıda tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: *Tanımlayıcı İstatistikler*

	Ortalama	Medyan	Max.	Min.	SH	Çarpıklık	Basıklık	JB	Olasılık
GTI	778.94	572.88	2670.55	222.81	560.15	1.69	5.15	124.51	0.000
BTI	97.43	68.21	485.88	31.12	84.74	2.79	10.17	643.57	0.000
EXR	3.33	2.16	13.65	1.177	2.52	1.75	6.17	173.36	0.000

Ampirik Bulgular

Değişkenlerin hem seviye hem de getirileri için birim kök testi sonuçları aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir. BIST Turizm endeksi, Global Turizm endeksi ve Dolar/TL kuru seviye değişkenleri için ADF, PP ve KPSS testleri birim kök içermektedir. Getirilerde değişkenlerin hepsi durağan olmaktadır. Birim kök analizi sonuçları, böylece, değişkenlerin getiri değerlerinin VAR tahminlerinde kullanılması gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Bundan sonraki bulgular, getiri değerler için elde edilmiş ve yorumlar buna göre yapılmıştır.

Tablo 2: *Birim Kök Analizi Sonuçları*

		Seviye				Getiri					
	Model	ADF	PP	KPSS		ADF		PP		KPSS	
BTI	C	0.624 (0)	0.465	0.642	**	-12.541 (0)	***	-12.544	***	0.399	*
	CT	-0.351 (0)	-0.470	0.278	***	-12.776 (0)	***	-12.776	***	0.079	
GTI	C	0.588 (0)	0.588	1.516	***	-12.569 (0)	***	-12.570	***	0.214	
	CT	-1.735(0)	-1.773	0.330	***	-12.673 (0)	***	-12.644	***	0.024	
EXR	C	2.399 (2)	2.687	1.581	***	-9.520 (1)	***	-8.629	***	0.639	**
	CT	-1.070 (2)	-0.950	0.431	***	-10.110 (1)	***	-8.775	***	0.038	

C: Sabitli model. CT: Sabit ve trendli model. ADF testinde maksimum gecikme sayısı 12 olarak alınmış ve optimum gecikme sayısı Schwarz Bilgi Kriterine göre belirlenmiştir. Parantez içindeki sayılar optimum gecikme sayılarıdır. PP ve KPSS testlerinde uzun dönem varyans, Barlett çekirdek tahmincisi ile elde edilmiş ve bant genişliği (bandwidth) Newey-West metodu ile belirlenmiştir. ADF ve PP testlerinde kritik değerler sabitli model için -3.0465 (%1), -2,876 (%5) ve -2,575 (%10); sabit ve trendli model için -4.008 (%1), -3.434 (%5) ve -3.141 (%10)'dur. KPSS testinde sabitli model için kritik değerler 0.739 (%1),
0.463 (%5) ve 0.347 (%110); sabit ve trendli model için de 0.119 (%1), 0.146 (%5) ve 0.216 (%10)'dur. ***, **, ve * sembolleri 1%, 5% ve 10% anlamlılık düzeylerindeki istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

Uygun VAR modeli seçimi için ön testler yapıldıktan sonra, VAR(p) modelinin hata terimlerinde oto-korelasyon probleminin olmadığı ve istikrar koşulunun sağlandığı gecikme sayısı (p) belirlenmiştir. Tablo 3, VAR(1)-VAR(12) modelleri için 12. dereceye kadar otokorelasyon testi sonuçlarını göstermektedir. Yüzde 10 anlam düzeyine göre, VAR(11) modeli hata terimlerinde otokorelasyon problemi olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: *Oto-korelasyon LM Testi Olasılık Değerleri*

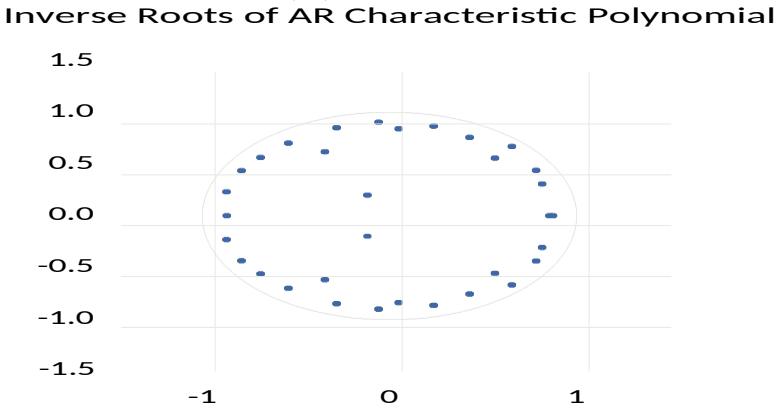
	VAR(p)											
q	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	**11**	12
1	0.017	0.812	0.607	0.506	0.206	0.482	0.945	0.259	0.796	0.046	**0.876**	0.106
2	0.064	0.653	0.696	0.504	0.006	0.149	0.160	0.319	0.085	0.108	**0.389**	0.054
3	0.764	0.820	0.179	0.141	0.467	0.011	0.738	0.760	0.495	0.085	**0.852**	0.566
4	0.698	0.726	0.522	0.601	0.068	0.327	0.124	0.485	0.312	0.281	**0.932**	0.718
5	0.208	0.225	0.236	0.334	0.785	0.411	0.475	0.646	0.060	0.024	**0.572**	0.189
6	0.276	0.176	0.252	0.239	0.306	0.378	0.074	0.089	0.292	0.507	**0.308**	0.323
7	0.261	0.135	0.135	0.117	0.154	0.028	0.085	0.012	0.162	0.270	**0.321**	0.790
8	0.946	0.940	0.931	0.847	0.856	0.889	0.895	0.931	0.658	0.871	**0.659**	0.825
9	0.336	0.254	0.208	0.215	0.239	0.331	0.728	0.769	0.382	0.325	**0.222**	0.251
10	0.145	0.131	0.064	0.068	0.108	0.094	0.082	0.081	0.525	0.413	**0.320**	0.410
11	0.051	0.069	0.111	0.127	0.078	0.148	0.106	0.083	0.170	0.335	**0.816**	0.751
12	0.891	0.751	0.754	0.915	0.537	0.611	0.712	0.680	0.764	0.681	**0.404**	0.326

q: VAR(p) modeli hata terimi otokorelasyon derecesi. Olasılık <=0.10, q. dereceden otokorelasyon yoktur hipotezinin yüzde 10 anlam düzeyinde reddedildiğini göstermektedir.

İstikrar koşulunun sağlanıp sağlanmadığını tespit etmek için, VAR(11) modeli ters köklerine ait birim çember elde edilmiş ve sonuçlar Şekil 2'de gösterilmiştir. Buna göre, ters köklerin tamamının birim çember içerisinde yer aldığı, böylece VAR(11) modelinin istikrar koşulunu sağladığı sonucu elde edilmiştir. Uygun VAR(p) modeli belirlendikten sonra, VAR

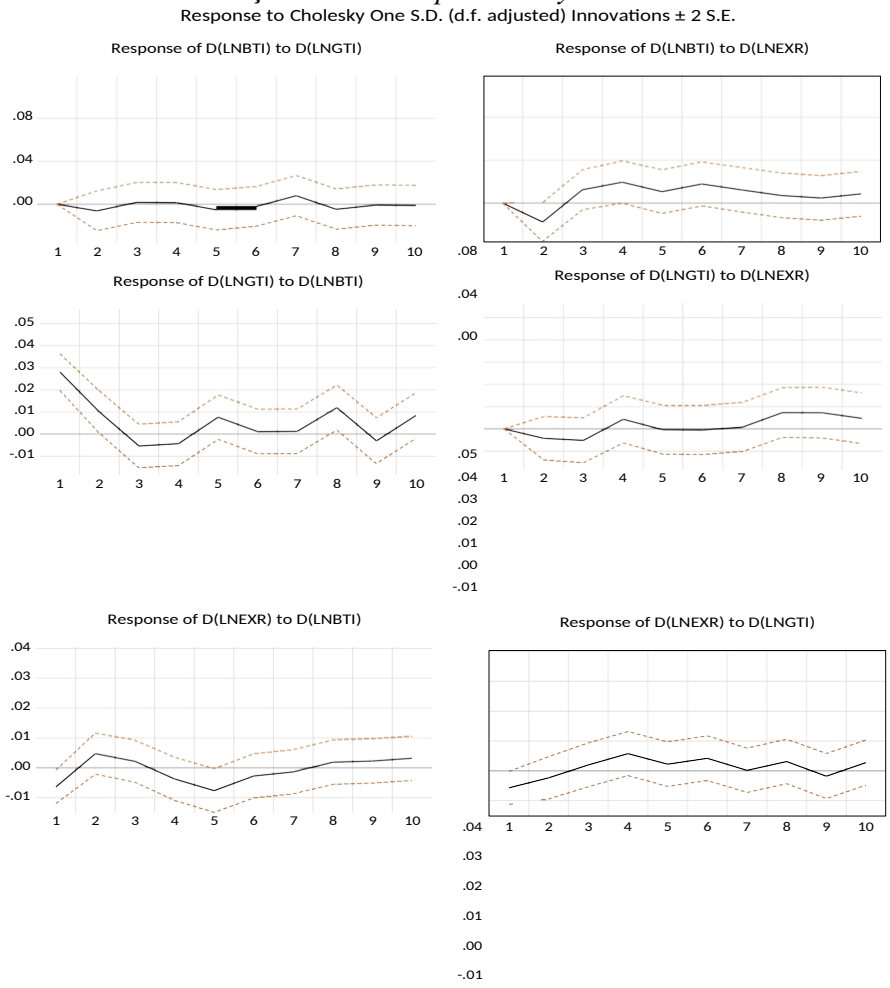
analizinden elde edilen etki-tepki, varyans ayrıştırması ve nedensellik analizine geçilebilmektedir.

Şekil 2: *VAR(11) İstikrar Koşulu Sonuçları*



Şekil 3, etki-tepki fonksiyonlarını göstermektedir. Burada belirtilmesi gereken bir nokta, Cholesky yaklaşımı VAR modelinde yer alan içsel değişkenlerin sıralamasına duyarlı olduğu için, bu sorunu ortadan kaldıran genelleştirilmiş etki-tepki fonksiyonlarının elde edildiğidir. Bulgular, BIST Turizm endeksi (BTI) getirisinin Global Turizm endeksi (GTI) getiri şokuna tepkisinin anlamsız olduğu görülmektedir. BTI getirisinin döviz kuru şokuna tepkisi negatif ve 1,5 ay kadar artarak devam etmekte daha sonra 2,5 ay sonunda azalarak anlamsız hale gelmektedir. GTI getirisinin BTI getirisi negatif şokuna pozitif tepki verdiği pozitif etkinin azalarak 2,5 ay sonunda bittiği görülmektedir. GTI getirisinin döviz kuru şokuna tepkisi negatif olup 3 ay sonunda anlamsız olmaktadır. Döviz kurunun BTI getirisi pozitif şokuna negatif tepki verdiği bu etkinin azalarak 1 ay sonunda anlamsız hale geldiğini göstermektedir. Döviz kurunun GTI getiri şokuna negatif tepki verdiği bu etkinin 2 ay sonunda anlamsız hale geldiği görülmektedir.

Şekil 3: *Etki-Tepki Fonksiyonları*



Aşağıda tablo 4'te öngörü hatalarının varyans ayrıştırması sonuçları görülmektedir. Tabloda görüleceği üzere BTI değişkeni kısa dönemde kendi şoklarınca açıklanmakta iken 12 ayın sonunda BTI değişkeni %87,40 kendisi, %1,16 GTI ve %11,42 EXR tarafından açıklanmaktadır. GTI varyans ayrıştırması sonuçlarına göre 12 ay sonunda %28,97 BTI, %66,43 kendisi ve %4,58 EXR tarafından açıklanmaktadır. EXR varyans ayrıştırması sonuçları %87,10 kendisi, 7,60 BTI ve %5,29 GTI tarafından açıklanmaktadır.

Tablo 4: *Varyans Ayrıştırması Sonuçları*

	D(LNBTI) Varyans Ayrıştırması			D(LNGTI) Varyans Ayrıştırması			D(LNEXR) Varyans Ayrıştırması		
Ay	D(LNBTI)	D(LNGTI)	D(LNEXR)	D(LNBTI)	D(LNGTI)	D(LNEXR)	D(LNBTI)	D(LNGTI)	D(LNEXR)
1	100.00	0.00	0.00	23.28	76.71	0.00	2.94	2.33	94.71
2	97.13	0.31	2.55	25.37	74.11	0.51	3.44	2.07	94.47
3	95.84	0.33	3.81	25.59	73.165	1.24	3.65	2.26	94.07
4	92.92	0.34	6.73	25.83	72.41	1.74	4.27	3.92	91.80
5	91.88	0.55	7.56	26.87	71.40	1.71	7.07	4.02	88.90
6	89.83	0.55	9.60	26.52	71.78	1.69	7.28	4.79	87.91
7	88.39	1.02	10.58	26.07	72.24	1.68	7.33	4.77	87.89

8	87.92	1.17	10.90	28.27	68.80	2.92	7.44	5.19	87.36
9	87.84	1.16	10.98	28.03	67.80	4.16	7.60	5.29	87.10
10	87.40	1.16	11.42	28.97	66.43	4.58	8.01	5.60	86.38

175 gözlem için granger nedensellik analiz sonuçları aşağıda Tablo 5'te görülmektedir. Nedensellik analizi BTI'dan GTI'ya %1 anlamlılık düzeyinde tek yönlü nedensellik varken,

BTI'dan EXR'ye nedensellik yoktur. GTI'dan ne BTI'ya ne de EXR'a nedensellik olmadığını göstermektedir. Türkiye Dolar/TL kurunun Global turizm endeksine doğru bir nedensellik teorik olarak beklenmemektedir. EXR'dan BTI'ya %5 anlamlılık düzeyinde tek yönlü nedensellik tespit edilmiş olup, EXR'dan GTI'ya nedensellik yoktur.

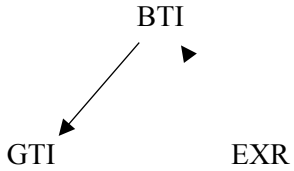
Tablo 5: *Granger nedensellik analizi sonuçları*

	Bağımsız Değişkenler		
	BTI	GTI	EXR
BTI	---	9.910 [0.538]	24.407** [0.011]
GTI	28.828*** [0.002]	---	4.000 [0.969]
EXR	16.465 [0.124]	11.916 [0.369]	---

Not: Wald istatistiği VAR(11) modeline dayalı olarak elde edilmiştir. * yüzde 10 anlam düzeyinde, ** yüzde beş anlam düzeyinde ve *** yüzde 1 anlam düzeyinde sıfır hipotezinin reddedilebildiğini göstermektedir.

Aşağıda şekil 4 nedensellik sonuçlarını görsel olarak özetlemek için yapılmış olup sadece EXR'dan BTI'ya tek yönlü nedensellik ve BTI'dan GTI'ya tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Şekil 4: *Nedensellik Sonuçları*



Teorik açıdan ele alındığında, döviz kurundaki değişimin BIST Turizm Endeksinde değişime sebep olabileceği beklenen bir durumdur. Dolar/TL kurunun BIST turizm endeksini etkilemesi beklentilerle uyumludur. Türkiye pay piyasasında yaşanabilecek olası bir olumsuz durumda da yatırımcılar bu durumun global turizm endeksini de değiştirebileceği için yatırımlarına bu duruma göre yön verebilirler.

Sonuç

Günümüz dünyasında küreselleşmenin de etkisiyle yatırımcılar portföy çeşitlendirmesi yaparak getirilerini artırmak ve risklerini düşürmek için farklı sektörlere ait finansal piyasalara da yönelmeye başlamışlardır. Turizm sektöründe yer alan şirketleri borsaya kote olması yatırımcıların risklerini azaltabilmeleri için kullanabileceği yeni bir enstrüman olmuştur. Çalışmada elde edilen sonuçlar, turizm endeksi ile döviz kuru arasındaki etkileşimi belirlemesi açısından önemlidir.

Yapılan analizler sonucunda Türkiye için Dolar/TL kurunun BIST turizm endeksini etkilediği tespit edilmiştir. Bulgular yatırımcılara bilgi sağlaması açısından önemlidir. Ayrıca

Türkiye pay piyasasındaki bir olumsuz olayın yatırımcıların takip etmesi gerektiği ve global turizm endeksini de değiştirebileceği için yatırımlarına bu duruma göre yön verebilirler. Sonuç olarak yatırımcılar risklerini minimize etmek ve döviz kuru dalgalanmalarından fayda sağlamak için BİST Turizm endeksini takip edebilirler.

Global turizm endeksi STOXX Global 1800 T&L endeksi ampirik çalışmalarda yeni yeni kullanılmaya başlanmış olup bu çalışmada da analize dahil edilerek sonuçlarla literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Çalışma Türkiye örneği üzerinde yapılmış olup ilgili analize farklı ülke örnekleri, farklı dönemler ve farklı analiz yöntemleri ile dahil edilerek ve yatırımcıların portföylerinde çeşitlendirme yapmak için turizm endekslerini de dikkate almalarına ve döviz kuru değişimini takip etmeleri önerilmektedir. Daha fazla ülkeden verinin dahil edilmesi ve daha farklı yöntemlerin kullanılması ile sonuçların genellenmesi açısından ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akdağ, S., Kiliç, İ., & Yildirim, H. (2019). "Does VIX Scare Stocks of Tourism Companies?". Letters in Spatial and Resource Sciences, 12/3, 215-232.

Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). "Distrubution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root." Journal of the American Statistical Association, 74/366, 427-431.

Gökmen, O., & Çömlekçi, İ. (2018). "Turizm Endeksleri Arasındaki Eşbütünleşme İlişkisi". Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15/2, 273-286.

https://tr.investing.com/indices/stoxx-global-1800-technology-usd-historical-data erişim tarihi: 12.02.2022.

Kiraci, K. (2019). "BİST Turizm Endeksi ile Dolar Kuru, Dolar Endeksi ve Petrol Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Ampirik Analizi". Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (53), 73-86.

Kwiatkowski, D., Phillips, P. C., Schmidt, P., & Shin, Y. (1992). "Testing The Null Hypothesis Of Stationarity Against The Alternative Of A Unit Root: How Sure Are We That Economic Time Series Have A Unit Root?". Journal of econometrics, 54/1-3, 159-178

Özçalık, M., & Özçalık, S. G. (2020). "Turizm Endeksinde Döviz Kuru Etkisi: BIST'te Bir Uygulama". Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi, 5/2, 374-388.

Philips, P.C. & Perron, P. (1988). "Testin For A Unit Root in Time Series Regression". Biometrika. 75/2, 335- 346.

Serkan, U. (2021). "Döviz Kuru ve Faiz Oranlarının Sektör Bazında Hisse Senedi Getirilerine etkileri: Borsa İstanbul Örneği". Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 23/3, 495-511.

Soyaslan, E. (2019). "Döviz Kkuru ile BIST Turizm Tndeksi Arasındaki İlişkinin

Analizi". OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 12, 772-793.

Yaman, S., & Korkmaz, T. (2020). "Döviz Kurları ile BİST Turizm Endeksi Getirileri Arasındaki Volatilite Yayılım Etkisinin Belirlenmesi". Business and Economics Research Journal.

Yıldırım, S., Ögel, S., & Alhajrabee, O. (2020). "Makroekonomik Değişkenlerin Bist Turizm Endeks Getirileri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi". Sakarya İktisat Dergisi, 9/2, 103-121.

Ek Tablo 1: *Literatür Tablosu*

Yazar(lar)	Dönem	Değişkenler	Yöntem	Sonuç
Gökmen ve Çömlekçi (2018)	08.09.2011-30.12.2016	Türkiye, ABD, Avustralya, Çin, İngiltere, İspanya, İtalya, Tayvan ve Yunanistan	Johansen Eşbütünleşme	BISTXTRZM endeksi ile İspanya'nın BCNRBC, Tayvan'ın THOI ve Yunanistan'ın FTATTRA endeksleri uzun dönemde eşbütünleşiktir.
Soyaslan (2019)	02.02.2015-30.03.2018	BİST turizm endeksi ile Amerikan Doları ve Euro	Granger ve Toda-Yamamoto Nedensellik	Uzun dönemde BİST Turizm endeksi ile döviz kurları arasında bir eşbütünleşme ilişkisi yoktur yani birlikte hareket etmemektedir.
Kiracı (2019)	01.01.2003–24.07.2018	BİST Turizm Endeksi ile dolar kuru, dolar endeksi ve petrol fiyatları	Granger Nedensellik ve Hatemi-J Asimetrik Nedensellik	Değişkenler arasında anlamlı Granger nedensellik ve asimetrik nedensellik ilişkisinin varlığını göstermektedir.
Akdağ, Kılıç ve Yıldırım (2019)	01.01.2013-31.12.2017	VIX, İspanya, ABD, Çin, İtalya, Türkiye, İngiltere, İsveç, Danimarka, Finlandiya, Sri Lanka ve Yunanistan turizm endeksleri	Granger Nedensellik, Johansen eşbütünleşme ve DOLS, FMOLS eşbütünleşme tahmincileri	VIX endeksindeki değişimin Çin, Danimarka, Finlandiya, Yunanistan, İtalya, İspanya, İsveç, Türkiye ve İngiltere borsa endekslerindeki değişimlerle nedensel bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu ve VIX'deki artışın turizm endekslerinin getirisinde düşüşe neden olduğu tespit edilmiştir.
Özçalık ve Özçalık (2020)	01.2010 – 09.2019	ABD Dolar kuru ve Euro kuru ile BIST Turizm endeksi	Nedensellik, Varyans Ayrıştırma ve Eşbütünleşme	Dolar kuru, turizm endeksinin granger nedenidir. Varyans ayrıştırma analizine göre dolar kuru yıllar itibariyle turizm endeksinde gerçekleşen değişimleri açıklamakta daha etkin olmaktadır.
Yıldırım, Ögel ve Alhajrabee (2020)	Mart 2010-Şubat 2020	Dolar kuru, 5 yıllık Türkiye CDS primleri ve Korku endeksi, BIST Turizm endeksi	Granger Nedensellik, varyans Ayrıştırma ve Etki-Tepki Fonksiyonları	Dolar Kuru ve BIST Turizm arasında nedensellik yoktur. Etki-tepki analizi sonuçlarında, Dolar kurunun BİST Turizm üzerinde kısa dönemli negatif etkisi saptanmıştır.
Yaman ve Korkmaz (2020)	1997-2019	USD, EUR, JPY ve GBP ve RUB ile BİST XTRZM	Diagonal VECH-GARCH	USD/TRY, EUR/TRY, GBP/TRY ve RUB/TRY kurları ile XTRZM Endeksi getirileri arasında istatistiki olarak anlamlı bir volatilite yayılımı olduğu tespit edilmiştir.
Demirkale ve Can (2021)	Ocak2008-Aralık 2020	BIST Turizm endeksi, USD/TL, faiz oranı ve petrol fiyatları	Granger Nedensellik, Etki-Tepki Fonksiyonları	Etki-tepki fonksiyonlarına göre Turizm endeksinin dolar şokuna pozitif tepki verdiği tespit edilmiştir.

Ünal (2021)	Ocak 2009-Hazian 2020	Döviz Kuru, Faiz ve Borsa İstanbul Sektör Endeksleri	Sabit Etkiler ve Rassal Etkiler Modeli	Dolar Kuru ve XTRZM arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

BAYRAM HAN VE ZAHIRÜDDİN BABÜR'ÜN ŞİİRLERİNDE ÇOĞUL İSİMLERİN KULLANIM ÖZELLİKLERİ

Doç. Dr. Ogulsapar Atayevna Nuriyeva
Türkmenistan İlimler Akademisi, Mahtımkulu Dil, Edebiyat ve Milli Elyazmalar Enstitüsü
E-mail: enesh1961@gmail.com

Özet
XVI. yüzyılda kaleme alınan Bayram Han'ın ve Zahirüddin Babür'ün Türkçe şiirleri Türkmence'nin tarihine ışık tutmakta paha biçilmez değerli kaynaktır. Bilimsel bu makale şairlerin şiirlerinde karşılaşılan isimlerin çokluk halde kullanımı konusunu ele alır. İsimler tekil ve çoğul olabilir. İsimlerin çokluğu çeşitli dilbilgisel vasıtalar, aynı zamanda sözcüğün sözlüksel anlamının yardımıyla tespit edilir. Bayram Han'ın ve Zahirüddin Babür'ün Türkçe şiirleri Türkmence'nin tarihine ışık tutmakta değerli kaynaktır. Nesne bildiren sözcük yalın halinde sözlüksel birimlerin bütününü anlamsal olarak kapsar. Eski dönemlerde Altay dil ailesinde ismin çokluğunun mantıksal kavramını belirtmek için tekil halini kullanmışlar. Günümüz Türkmence'de çokluk ekini almamış isimler tekil sayılırlar. Dil biliminde çokluk kategorisi, sözlüksel, dilbilgisel ve sözdizimsel yollarla ifade edilir. Bayram Han'ın ve Zahirüddin Babür'ün şiirlerinde isimlerin çokluğu ifade etmesi sözlüksel üslubla sağlanmıştır. Bunlar anlam açısından çokluğu bildiren sözcüklerdir. Zikri geçen şiirlerde, anlam bakımından çift sayıyı bildiren sözcüklerden, genellikle, insanın vücut organlarını belirten sözcüklere rastlanır. İnsanın vücut organlarını bildiren sözcüklerin arasında ikiden fazla genelleyicilik anlamı olan sözcüklere rastlanır. Küçük parça halindeki nesneleri bildiren sözcükler sahip olduğu sözlüksel anlamı açısından çokluğu bildirirler. Benzer isimlerle şiirlerde sıklıkla karşılaşılmıştır. Sözkonusu yazılı kaynaklarda çokluk sayı şekilsel olarak da ifade edilmiştir. Çokluğun miktarını, niceliğini ifade etmek için *-lar/-ler* eki kullanılmıştır. Türkmence'de tekil olan sözcükler *-lar/-ler* eki almadan dile getirilmiştir. Araştırma konusu olan yazılı eserlerde çokluğun sözdizimsel yolla ifade edilişi nadir rastlanan bir olgudur. Ayrı ayrı sözcükler sözdizimsel birleşmiş durumdadır. Böyle durumlarda sözdizimsel yapının ilk kısmı sayıdır. Araştırma konusu olan yazılı kaynakların dilinde çokluğu bildiren sözdizimsel yapıdaki ilk kısım belirtisiz genelleyici zamirden oluşur. Bayram Han'ın ve Babür'ün şiirlerinde kullanılan dil, XVI. yüzyılda dilimizde mevcut olan edebi ve dil düzenlerinin izini sürmeyi mümkün kılar. Şairlerin şiirlerinde isimlerin sayı kategorisinin yansıması günümüz Türkmence'deki ile aynı yönde sayılabilir.

Anahtar Kelimler: *Bayram Han'ın ve Babür'ün Türkçe şiirlerin'in dil özelliği.*

USAGE FEATURES OF PLURAL NOUNS IN THE POEMS OF BAYRAM HAN AND ZAHIRUDDIN BABUR

Abstract
The scientific article deals with the plural use of nouns encountered in the poems of poets. The Turkish poems of Bayram Khan and Zahiruddin Babur, written in the 16th century are an priceless resource in shedding light on the history of Turkmen language. The object denoting word encompasses all of the lexical units semantically in its nominative form. In our history, people used the singular form of the noun to indicate the logical concept of plurality in the Altaic language family. However, in today's Turkmen language, nouns that do not have the plural suffix are considered singular. In linguistics, the category of plurality is expressed in lexical, grammatical and syntactic ways. In the poems of Bayram Han and Zahiruddin Babur, the lexical style is used for the names to express plurality. These are words that express plurality in terms of meaning. In the poems mentioned, the words denoting the double number in terms of meaning are mostly found in the words denoting the body organs of the human being. Among the words describing human body organs, words with more than two generalization meanings are encountered. Words denoting small pieces of objects express plurality in terms of their lexical meaning. Similar names are frequently encountered in poems. In the mentioned written sources, the plural is also expressed formally. The suffixes "-lar/-ler" (*the suffix "-s" in English*) is used to express the quantity and quantity of the plurality. The singular words in Turkmen language are expressed

without the suffixes "-lar/-ler" (*the suffix "-s" in English*). Syntactic expression of the plurality in the language of the written sources that are the subject of the research is a rare phenomenon. Separate words are syntactically combined. In such cases, the first part of the syntactic structure is the number. The first part of the syntactic structure, which states the plurality in the language of the written sources that are the subject of the research, consists of an indefinite general pronoun. The language used in the poems of Bayram Khan and Babur makes it possible to trace the literary and linguistic orders that existed in our language in the 16th century. The reflection of the number category of the names in the poems of the poets can be considered in the same direction as in today's Turkmen language.

Key words: *Peculiarity language the Turkish poems of Bayram Khan and Babur.*

Türkmen ve Hint halklarının tarihine damgasını vuran Babürler devletinin hükümdarı Zahirüddin Babür'ün (1483-1530 y.y.) ve aynı hanedanlıkta görev yaparak hanedanlığın istikrarlı bir siyaset izlemesinde büyük katkıda bulunan Muhammet Bayram Han'ın (1507 - 1561 y. y.) Türkmence şiirleri, dilimizin tarihinin incelenmesinde paha biçilmez bir kaynaktır.

Bu bilimsel makalemizde, Bayram Han'ın ve Zahirüddin Babür'ün Türkmence şiirlerine atıfta bulunarak Türkmence'nin zaman içinde gelişim safhasını, onun Ortaçağdaki tarihsel gelişiminin izini sürmeyi, yazılı kaynakların günümüz Türkmence'yi zenginleştirmekteki ve onun tarihini incelemkteki hizmetini belirlemeyi amaçladık. Bu şairlerin bize miras bıraktığı yazılı eserler, Ortaçağlarda Türkmence'nin gelişiminde meydana gelen sesbilgisel, şekilsel ve sözlüksel özelliklerin izlerini sürmek için değerli bilgi kaynaktır. Bunu şairlerin şiirlerinde isimlerin çoğul olarak kullanımını incelediğimizde daha da iyi anlıyoruz.

Nesne veya eşya bildiren sözcük yalın halinde ya da ilkel durumunda, ait olduğu sözlüksel birimlerin bütününü anlamsal olarak kapsar, miktar olarak sayılmamış nesnelerin tüm sınıfını, kavramını bildirir. Eski dönemlerde Altay dil ailesinde ismin çokluğunun mantıksal kavramını belirtmek için tekil halini kullanmışlar [1,57; 4, 39]. Günümüz Türkmence'de çokluk ekini almamış isimler tekil olarak kabul görürler.

Dil biliminde çokluk kategorisi, sözlüksel, dilbilgisel ve sözdizimsel yollarla ifade edilir. Sözkonusu yazılı kaynaklarda çokluk sözlüksel yöntemle belirtilmiştir. Anlamsal olarak çoğulu bildiren sözcükler, sözkonusu yazılı kaynaklarda sıklıkta kullanılmıştır. Bunlar, genelde çift sayıyı bildiren kavramlardır. Benzer sözcükler, genellikle, insanın vücut organlarını dile getirmek için kullanılır. Örneğin,

Ýene *gözüm* uçadyr, şatlyk eşkini döküp.
geledir. girýan göreji), (göz *dideýi* – merdümeki ol Meger
ینم کوزوم اوچادورشادلیغ اشکینی توکوب
[3,77] مگر اول مردمکا دیدۂ گریان کیلادور
bolsa. gerek *baş* saňa *aýak*, goýma ýolga Bu
[2,3] بویولغم قویمم ایاق سنکا باش کیراک بولسم

İnsanın vücut organlarını bildiren sözcüklerin arasında ikiden çok genelleyici anlamı olan sözcükler de yer alır. Örneğin,

Gaşyňa tüşgeli, eý serwi, gülgüzar *saçyň*.
[3,78] قاشینگغم توشکالی ای سرو گلعذار ساچینگ

Doğada karşımıza çıkan bazı nesneler, eşyalar küçük parçalardan oluşurlar. Bu gibi sözcükler sözlüksel bakımdan çokluğu bildirirler. Örneğin,

zerimni. ruhy görmedi *Toprakça*
[2,48] [توفراقچم کورمادی رخ
زریمنی

Üzerinde araştırma yapılan yazılı eserlerde çokluk sayısı şekilsel yolla da ifade edilmiştir. Çokluğun miktarını, niceliğini ifade etmek için *-lar/-ler* eki kullanılmıştır. Türkmence'de tekil sayısı sözcüklere *-lar/-ler* eki almadan ifade edilmiştir [4,39-40]. Şiirlerde isimlerin tekil ve çoğul olarak kullanımına örnek. Örneğin,

kylsaň. *işi* her we aýtsaň Her
[2,68] هر سوز ایتسانك و هر ایشی قیلسانك
Gül üzre çün bolar peýda gije açylsa *şebnemler*.
[2,7] لار شبنم , اجیلسم کیجم پیدا بولور جون اوزرا کل
Peňge reňge *gülleriňni bagban* arz etme kim.
[2,28] رنکم رنکم کل لار ینکنی باغبان عرض ایتما کیم
aby-haýat. şygrydyr Baýram wasfyda *Lebleriň*
[3,57] لبلارینگ وصفیدا بیرم ، شعریدور آب حیات
bakyp. ýolga telmiredip nepesi her *Gözlerim*
[3,78] کوزلارم هر نفسی تیلمور ادور یولغم باقیب
geledir. *myhman* özgeçe gün, bu menzilge bu Ki
[3,78] کی بو منزلغم بوکون اوزگاچم مهمان کیلادور

Zikredilen yazılı eserlerde çokluğun sözdizimsel yolla ifade edilişi nadir rastlanan bir olgudur. Ayrı ayrı sözcükler sözdizimsel birleşmiş durumdadır. Böyle durumlarda sözdizimsel yapının ilk kısmı sayıdır.

aýdyp. mahrumdan men söz *ýüz* saňa dem Her
[3,75] هردم سنگا یوز سوز مین محروم دین ایتیب
Ýüz(یوز) *jebir* we sütem görgön müň mähnet -u: gam görgen [2, 30].

Sözkonusu olan yazılı kaynakların dilinde çokluğu bildiren sözdizimsel yapısında ilk kısım belirtisiz genelleyici zamirden oluşur. Örneğin,

irmiş. göz mübtela we zar *ähligе* Husun
[2,48] حسن اهلیغم زار و مبتلا کوز ایرمیش
hoşlugyn. dünýä *barça* men tilär üçin seniň Kim
[2,63] کیم سنینک اوجون تلارمین بارچم دنیا خوشلوغین

Zikredilen yazılı kaynakların kullandığı dil, Ortaçağda isimlerin çokluk ekini alarak çekimlenmesinin izini sürmeye imkan sağlıyor. Şiirlerin kullandığı dilde, isimler şekilsel, sözlüksel ve sözdizimsel yolla çokluk ekini alarak çekimlenmiştir. Muhammet Bayram Han'ın ve Zahirüddin Babür'ün şiirlerinde isimlerin çekimlenişi günümüz Türkmence'dekiyle aynıdır.

KAYNAKÇA

Denison Ross, E. (1910). *The Persian and turki Divans of Bayram Khan*, khan-khanan. Callcutta (el yazması).

Ramstedt, G. I. (1957). *Wwedeniye v altayskoye yazykoznaniye.* Moskova: yabanci edebiyat Yayınları.

Samoylovic, A. (1917). *Sobraniye stihotworeniy Imperatora Babura*. 1 bölüm. Petrograd: Wostocnaya Yayınları.

Türkmen dilinin grammatikası. *Morfoloji*. (1999). Aşkabat: Ruh Yayınları.

TERMAL TURİZM ARAŞTIRMALARI: BİR LİTERATÜR ANALİZİ

Prof. Dr. Nuray Selma Özdipçiner
Pamukkale Üniversitesi, Turizm fakültesi
E-mail: ozdipciner@pau.edu.tr

Doç. Dr. Seher Arğun
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: ceylans@pau.edu.tr

Özet
Bu çalışmada, termal turizm endüstrisi ile ilgili araştırmaları belirleme, değerlendirme ve yorumlama aracı olarak literatürün sistematik bir incelemesi sunulmakta ve termal turizm konularındaki değişiklikler tartışılarak termal turizm endüstrisi için çıkarımlar yapılmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Google Akademik üzerinden "termal turizm" anahtar kelimesi ile yapılan araştırmada, 5N-1K çerçevesinde 24 makale değerlendirmeye uygun bulunmuştur. Makaleler nitel analiz yöntemi ile belge analiz tekniği kullanılarak incelenmiştir. Bu inceleme 2010 yılı sonrasını kapsamaktadır. Bulgular, en çok pazarlama alanında eser verildiğini, araştırmaların yıllar itibariyle arttığını, ağırlıklı olarak derleme çalışmalarının benimsendiği ortaya koymuştur. Ayrıca nicel araştırmaların yanı sıra nitel olanların arttığı da belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Termal turizm, literatür analizi, bibliyografi.*

THERMAL TOURISM RESEARCH: A LITERATURE ANALYSIS

Abstract
In this study, a systematic review of the literature is presented as a means of identifying, evaluating and interpreting research related to the thermal tourism industry, and inferences are made for the thermal tourism industry by discussing the changes in thermal tourism issues. For this purpose, in the research conducted with the keyword "thermal tourism" on Google Scholar, 24 articles were found suitable for evaluation within the framework of 5W-1K. This review covers the period after 2010. Findings revealed that most of the works were written in the field of marketing, the researches increased over the years, and mostly compilation studies were adopted. In addition, it has been determined that qualitative studies have increased as well as quantitative studies.

Keywords: *Thermal tourism, literature analysis, bibliography.*

Giriş

Termal turizm, sıcak kaynak sularının tedavi veya rekreasyonel amaçla kullanımı olarak, son yıllarda özellikle yeraltından çıkan sıcak sulara sahip destinasyonlarda oldukça önemli olan bir turizm türüdür. Alternatif turizm çeşitlerinden biri olarak da adlandırabileceğimiz termal turizm, öncelikle doğal kaynaklar temelinde gelişim göstermektedir. Antik çağlardan beri termal su kaynaklarının insan sağlığı açısından değeri bilindiği için insanlar, hem tatil hem de tedavi ihtiyaçlarını bu bağlamda giderebilmektedir. 2017 yılı itibarıyla dünya çapında yaklaşık 100 milyar dolarlık bir paya ulaşmış olan sağlık turizmi içersinde pek çok ülke rekabet gücünü arttırmak istemektedir (Şengül ve Bulut, 2019: 55). Termal turizm, termal suların bulunduğu bölgelerde çevre ve iklim faktörleri ile birlikte,

insan sağlığına olumlu katkılar sağlamak amacıyla, doktor denetiminde gerçekleştirilen, termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi çeşitli türdeki yöntemlerin yanında iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavilerinin birleştirilmesi ile yapılan kür uygulamalarının yanı sıra termal suların eğlence ve rekreasyon amaçlı kullanımı ile meydana gelen bir turizm türü olarak tanımlabilir (https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23592/turkiyede-termal-saglik-turizmi.html, erişim tarihi 21.06.2022).

Yöntem

Google Akademik'te "termal turizm" anahtar kelimesi ile yapılan araştırmada önce 2010 yılından günümüze kadar makaleler araştırılmak istenmiş sadece 53 adet makale bulunmuştur.

Elde edilen makaleler 5N, 1K tekniği ile analiz edilmiştir. Kim, Nerede, Ne zaman, Niçin, Nasıl sorularına yanıt aranmıştır. Kim sorusu yazarlara, Nerede sorusu yayım yerine, Niçin sorusu konuya, Nasıl sorusu ise araştırma yöntemine dair bilgi elde edilmesini sağlamaktadır. Ayrıca araştırmanın yapıldığı destinasyon ilave edilmiştir.

Bulgular

Tablo 1. İncelenen Makalelerin Yerli/Yabancı Dağılımı

Kim	Makale Sayısı
Yerli	13
Yabancı	11
Toplam	24

Makalelerin kim tarafından yazıldığına ilişkin analiz yerli ve yabancı ve karma olmak üzere sınıflandırılmıştır. Ancak karma araştırma olmadığından tabloya yansıtılmamıştır. Bu sınıflamaya göre makalelerin birbirine yakın dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 2. İncelenen Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Makale Sayısı
2013	1
2014	1
2015	1
2016	3
2017	1
2018	4

2019	2
2020	6
2021	5
Toplam	24

Makaleler incelendiğinde termal konulu makalelerin 2020 yılında en üst düzeye ulaştığı belirlenmiştir. Bu seviyeye en yakın 2021 yılı olmuştur. Aslında termal turizm, araştırıcıların önemli derecede üzerinde durduğu ve pek çok yayın yaptığı alanlardan biridir. Bu durum genel turizm makaleleri içinde termal turizmin bir ifade olarak yer alması ama doğrudan bu konu üzerinde çalışılmaması ya da Google akademik üzerinde yeterli sayıda makale olmadığı düşüncesi ile açıklanabilir.

Tablo 3: İncelenen Makalelerin Konulara Göre Dağılımı

Genel Tema	Alt tema	Makale Sayısı
Demografi	Demografik yapı	1
İşletme	Otel kuruluş yeri seçimi	1
Yenilik	İnovasyon ve girişimcilik, İnovasyon	4
Türkiye	Türk turizmi ve Türkiye'de sağlık turizmi	4
Pazarlama	Motivayon, destinasyon seçimi, destinasyon geliştirme modeli, Şikayet, hizmet kalitesi, termal çekiciliği, Web siteleri, Markalama,	8
Yönetim	Sağlık turizminde yönetici motivasyonları, Kurumsal performans	2
Etik	Etik	1
Çevre	Peyzaj	1
Pandemi	Covid 19	1
Turizmde çeşitlilik	Jeo turizm	1

Neden ve niçin sorularının karşılığı ana temaların ve alt temaların ortaya çıkmasına imkan vermiştir. Bu kapsamda Termal turizm alanındaki makaleler konu olarak geçtiğimiz on yılda ciddi bir çeşitlilik gösterirken, temel yığılmanın pazarlama konusunda olduğu, inovasyon ve Türkiye konularının onu takip ettiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: İncelenen Makalelerin Yıllara ve Konulara Göre Dağılımı

Yıllar	Konular
2013	Yeni Zelanda'nın demografik yapısı ve turizm
2014	Otel kuruluş yeri seçimi

2015	İnovasyon ve girişimcilik
2016	Termal otel şikayetleri, Sağlık, zindelik ve medikal turizm, turizm stratejisi
2017	Yaşlı talassoterapi turistlerinin motivasyonları ve destinasyon seçimi
2018	Türk turizmine genel bir bakış, Termal sular ve yenilikçi tedaviler, Sağlık turizmi kapsamında Kımız ile tedavi, Turizm ve İnovasyon ilişkisi
2019	Özel ihtiyaçlara ilişkin hizmet kalitesine ilave edilmesi gereken sosyal boyutların gerekliliği, Türkiye'de sağlık turizmine bir bakış ve öneriler
2020	Sağlık turizminde eğitim, iletişim ve yönetici motivasyonlarının önemi, 21. Yüzyılın İkinci On Yılında Sağlık Turizmi-Uluslararası Hastaların Yeni Küresel Merkezi Olarak Türkiye'nin İncelenmesi, Medikal Turizmin Kadın Sağlığı Üzerine Etkisi, Kamu hastanelerinin sağlık turizmindeki etik konumu, Turizm ve peyzaj bağlantısı, Kastamonu'nun çekicilikleri
2021	Covid 19'un sağlık turizmine etkisi, Web siteleri üzerinden tanıtım, Kaplıca turizminin markalaştırılması, Termal otellerde kurumsal performans incelemesi, Jeoturizm için jeolojik alanların korunması, termal destinasyon geliştirmeye yönelik bir modelin yapısal bileşenlerinin tutarlılığı

Makalelerin yıllara ve konulara göre dağılımı incelendiğinde 2017'ye kadar daha genel konuların incelendiği, o yıllardan sonra ise araştırmacıların daha özel konulara eğildiği tespit edilmiştir. 2018 yılı yenilik konularının en çok ele alındığı yıl olmuştur. Son yılda ise doğal olarak pandemi üzerinde durulmuş, ayrıca pazarlama yönetim, destinasyon yönetimi ve turizm çeşitliliğine ilişkin bir dağılım oluşmuştur. İncelenen makalelerde konular çok çeşitlilik göstermiş, 2018 hariç yıllara göre yoğunlaşma olan başka bir tema tespit edilememiştir.

Tablo 5: İncelenen Makalelerin Yıllar ve Araştırma Yöntemine Göre Dağılımı

Yıllar	**Araştırma Yöntemi**
2013	Derleme
2014	Nicel
2015	Derleme
2016	Nitel, Derleme
2017	Nicel
2018	Derleme
2019	Derleme
2020	Nicel, Nitel, Derleme, Bibliyometrik ve içerik analizleri
2021	Nitel, Nicel

Makalelerin yıllar ve araştırma yöntemine göre dağılımı incelendiğinde yıllar bazında bir farklılık görülmemiştir. Nicel çalışmalarla birlikte nitel çalışmaların da olduğu ve hatta nitel olanların daha fazla olduğu söylenebilir. Bu durum araştırma paradigmalarına uygun bir sonuçtur. Burada dikkat edilecek temel husus termal turizm konusundaki derleme çalışmalarının fazlalığıdır.

Tablo 6: İncelenen Makalelerin Yıllar ve Araştırma Destinasyonuna Göre Dağılımı

Yıllar	**Destinasyon**
2013	Yeni Zelanda
2014	Afyon
2015	
2016	Online, Türkiye
2017	
2018	
2019	
2020	Kosova, Türkiye, İtalya, Kastamonu,
2021	Türkiye, Online, Yunanistan, Tayland

Makalelerin büyük bir kısmının derleme olması nedeniyle belli bir destinasyon üzerindeki çalışma sayısı da azdır. Bunların bir kısmı da online platformlar üzerinden yapılmıştır. Türkiye çalışmaları diğerlerinden fazladır. Bunun nedeni, çalışmanın Google akademik Türkçe sayfalarında yapılmış olmasındandır. Buna rağmen yine de pek çok yabancı makale mevcuttur.

Tablo 7: İncelenen Makalelerin Yıllar, Yayın Yeri ve Index'e Göre Dağılımı

Yıllar	**Yayın Yeri**	**Index**
2013	Journal of Vacation	Dergi yok
2014	Tourism and Hospitality Management	Scopus
2015	Tourism Today	Index bilgisi yok
2016	Çankırı Karatekin Üniversitesi Dergisi, Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal Journal of Hospitality and Tourism	Ulakbim Ebsco
2017	Current Issues in Tourism	SSCI
2018	Journal of Human Sciences Int. J. Environmental Research and Public Health Turizam	Ulakbim SSCI

	Journal of Tourism Intelligence And Smartness	Copernicus, CIRET, SCIndex – Sırpça Atıf Dizin Ulakbim
2019	Sustainability Turan-Sam	SSCI Ulakbim
2020	Acta Universitatis Danubius. Economica Journal of Health Systems and Policies, Journal of Applied Tourism Research, Dergipark Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi Dergisi Land Business Management Studies: An International Journal	Ebsco, Copernicus, Doaj Ulakbim Ulakbim Ulakbim SSCI Ebscs
2021	Journal of Applied Tourism Research Information Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Geosciences GeoJournal of Tourism and Geosites	Ulakbim Scopus, Esci Ulakbim Scopus, Esci Scopus

Makalelerin Yıllar, Yayın Yeri ve Index'e Göre Dağılımına bakıldığında Ulakbim'in 9 yayın ile ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. SSCI'da 4 yayın ve alan indeksinde 4 yayın bulunmaktadır. Yıllar itibariyle bir farklılaşma ise tespit edilememiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada 2010 yılından günümüze uzanan süreçte Google akademik üzerinde bulunan çalışmaların nasıl geliştiği yönünde bir inceleme yapılmıştır. Yapılan inceleme sonucu bulunan makale sayısı 53 olup, bunun 24 adedi incelenmiştir. Diğerleri termal turizmle doğrudan ilintili olmadığı için değerlendirme dışında bırakılmıştır.

Bulgular, araştırmaların yıllar itibariyle arttığını tanıtımdan web sitesine kadar pazarlamanın farklı alanlarındaki konuların termal turizm kapsamında incelendiğini ortaya koymuştur. Şaşırtıcı bir şekilde son yaşadığımız salgına ilişkin tek bir çalışma tespit edilmiştir. Halbuki termal turizm sağlık turizmi içinde önemli bir konu olup pandemi ilişkisi çok yüksek bir alandır. Bu durum araştırmacıların da bu dönemde termal turizm çalışmaktan çekinmiş olabileceğine işaret etmektedir. Yıl bazında yoğunlaşma ise 2018 yılındaki yenilik çalışmalarındadır. Bunun dışında belirgin bir dağılım yoktur.

Araştırmaların bir kısmı nicel, bir kısmı niteldir. Derleme çalışmaları ise oldukça fazladır. Dolayısıyla bu alanda derlemeden çok nitel ve nicel yöntemleri birlikte içeren çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır. Hatta deneysel çalışmalara da ihtiyaç bulunmaktadır. İncelenen makalelerde Türkiye üzerinde yoğunluk vardır. Yayın yerlerine bakıldığında Ulakbim dokuz yayın ile başı çekmektedir. SSCI ve Scopus'ta da dörder yayın belirlenmiştir. Buradan çıkarılacak sonuç ise etki düzeyi daha yüksek olan yayınlara ihtiyaç olduğudur.

Kaynakça

Akkuş G. ve Böyükyılmaz S. (2020) Assessment Of The Competitiveness Of Kastamonu Province In Terms Of Core Resources And Attractors From The Perspective Of Hospitality Industry Stakeholders, Business Management Studies: An International Journal, Vol:8, Issue:2, 1131-1166, doi:10.15295/bmij.v8i2.1444

Aydın R., Yılmaz E. (2020), Medikal Turizmin Kadın Sağlığı Üzerine Etkisi, Journal of Applied Tourism Research, Vol:1 Issue:1, 45-52.

Aylan S., Arpacı Ö. , Celiloğlu F.K. (2016), Bir İnternet Şikâyet Forumundaki Termal Otellere Yönelik Şikâyetlerin İncelenmesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Vol:7, Issue:1, 49-68.

Dürüstkan, S. (2020), Kamu hastanelerinin sağlık turizmindeki etik konumu, Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi Dergisi, Vol:28, Issue: 2, 285-291, https://doi.org/10.5336/mdethic.2019-71338

Emir O, Saraçlı S. (2014), Determination of the thermal hotel location: application of analytic hierarchy process, Tourism and Hospitality Management, Vol: 20 No:1 https://doi.org/10.20867/thm.20.1.6.

Erdem B., Gündoğdu İ. (2018), An investigation on kumiss treatment in the context of health tourism: a literature review, Turizam, Vol:22, No:3, 107-120.

Işık C., Akoğul E., Taş S., Uyrun A., Hajiyeva T., Turan B., Dırbo A.H. (2018), Turizm ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, Journal Of Tourism Intelligence And Smartness, Vol:1, Issue:2, 34-74.

Karadeniz O. (2018), A general overview of Turkish tourism, Journal of Human Sciences, Vol:15, No:3, 1746-1755.

Kovaçi I., Tahiri A., Mehmeti I., Thaqi A. (2020), A Brief Overview of Measuring the Effects of Managers' Training, Communication and Motivation and their Impact on Managerial Performance in Health and Hotel Tourism in Kosovo. Case study: Managere's of Centrer of Thermal Tourism and Five Stars Hotel, Acta Universitatis Danubius. Economica, Vol:16 Issue:5, 89-100.

Kurtulmuşoğlu F.B., Esiyok B. (2017), Motivations and destination selection of mature international thalassotherapy tourists, Current Issues in Tourism, Vol:20 Issue:7, Taylor & Francis online, https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1170109.

Meneghello S. (2020), The Tourism–Landscape Nexus: Assessment and Insights from a Bibliographic Analysis, Land, Vol:10, Issue:4, https://doi.org/10.3390/land10040417

Nistoreanu P. ve Aluculesei A.C. (2021), Can Spa Tourism Enhance Water Resources and Turn Them into a National Brand? A Theoretical Review about the Romanian Case, Information, Vol:2, Issue:7, https://doi.org/10.3390/info12070270

Obiesie E. (2019), A Review Of Healthcare Tourism In Turkey And Suggestions, TURAN-SAM, Volume:11 Issue:44, 371-375.

Phuthong T. (2021), Developing a Competitive Model For Health And Well-Being Tourism Destinations In Thailand: Confirmatory Factor Analysis Approach, GeoJournal of Tourism and Geosites, Vol:39, Issue:4, 1439-1449.

Quintela J. A., Costa C., & Correia, A. G. (2016), Health, wellness and medical tourism: A conceptual approach, Enlightening Tourism. Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal, 6(1), 1-18. Disponível no Repositório UPT, http://hdl.handle.net/11328/2744.

Sanz M.F., Ferrandis E.D., Ferrer J.G. (2019), Service Quality Scales and Tourists with Special Needs: A Systematic Review, Sustainability, Vol:11, Issue:14, https://doi.org/10.3390/su11143844

Sarman A. ve Sarman E. (2021), Covid-19 Pandemisinin Sağlık Turizmi Üzerindeki Etkisi, Journal of Applied Tourism Research, Vol:2, Issue:2, 115-124

Sousa B. (2015), Thermal tourism and the innovation process, Tourism Today Case Studies, pages: 146- 156

Şahin Y. ve Kasap S.S. (2021) Kurumsal Performans: Ulusal Literatür İncelemesi, Kocaeli Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Vol:4, Issue:2, 83-93, https://doi.org/10.53410/koufbd.850901

Şengül C. ve Hakan Ç. (2020), Healthcare Tourism in Second Decade of 21st Century-A Review of Turkey as the New Global Center for International Patients, Journal of Health Systems and Policies, Vol:2 Issue:1, 56-86

Şengül H. ve Bulut A. (2019), Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye'de Termal Turizm; Bir Swot Analizi çalışması, Estudam Public Health Journal, 4-1, 55-74.

Uygun M, Ekiz E. (2016), An overview of health tourism within the context of Turkey's tourism strategy (2023), Journal of Hospitality and Tourism, 14;1, online ISSN 2322-0198, pages 18-26.

Valeriani F., Margarucci L.M. (2018), Recreational use of spa thermal waters: criticisms and perspectives for innovative treatments, International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol:15, Issue:12, https://doi.org/10.3390/ijerph15122675

Yeoman I., Schanzel H., Smith K. (2013), A sclerosis of demography: How ageing populations lead to the incremental decline of New Zealand tourism, Journal of Vacation, Vol:19, Issue:2, https://doi.org/10.1177%2F1356766712457103

Zafeiropoulos G., Drinia H., Antonarakou A., Zouros N. (2021), From geoheritage to geoeducation, geoethics and geotourism: A critical evaluation of the Greek region, Geosciences, Vol:11, Issue:9, https://doi.org/10.3390/geosciences11090381

https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/TR-23592/turkiyede-termal-saglik-turizmi.html,erişim tarihi 21.06.2022

THE ARCHITECTURE OF HAMMAM BATHS IN ALBANIA CRITICAL EXAMINATIONS OF CURRENT CONDITIONS AND POTENTIAL REUSE STRATEGIES

Dr. Dorina Papa
University of New York Tirana
E-mail: dorinapapa@unyt.edu.al

Dr. Daniela Kavaja
University of New York Tirana
E-mail: danielakavaja@unyt.edu.al

Abstract
This study looks at the architecture of hammam baths in Albania, examining the spatial characteristics and formal qualities of existing baths in view of their potential reuse and revitalization. Actually, there are seven public baths in Albania. One of them is partially destroyed. Others have fallen into usage or have been abandoned, notably large hammams in city centers, surrounded by increased building pressure and changing urban conditions. Only two of them have been recently restored and are now partially open to the public as historical monuments, albeit they are not in use, while another is being restored and converted into a modest cultural center. Hammam baths in Albania have different dimensions, spatial typologies, locations, and contextual conditions. Hence, it's important to understand the spatial, formal, and contextual potentials of existing examples, to be revitalized and integrated into daily life as a strategy for conservation. The first phase of the research methodology will be based on a detailed desktop survey, on previous studies and restoration reports. The study will develop a typological approach to understanding the spatial characteristics and formal qualities of existing hammam baths in Albania and categorize them. The second phase will be focused on fieldwork for the examination of existing conditions supported by photographs in situ. In addition, similar case studies of hammam revitalization will be investigated with the aim to offer sustainable conservation strategies. In synthesis, despite the loss of their original purpose, it is crucial to find appropriate uses for abandoned hammams in the Albanian context, taking into account their original architectural and spatial characteristics.

Keywords: *Hammam (Turkish baths); Albania; architecture analyses, typology, reuse.*

1. HAMMAM BUILDINGS IN ALBANIA

Ottomans mark their occupation in Albania by imprinting their culture. In architecture, this included the build of hammams which were present in many ottoman cities such as Shkodra, Tirana, Durres, Elbasan, Kruja, Lezhe, etc. Hammams were regarded as the major social Islamic building type, after the mosques. They were used for entertaining, art, religious activities, and health care activities. They were of great importance since the rules of hygiene were interwoven with the Muslim religion, according to which only running water could be used for bathing. In Albania, small existing hammams were located in neighborhoods of important cities during the Ottoman period, and bigger hammams were placed in the city center.

Since independence in the early nineteenth century, most have gone out of use and

started to be demolished. The first study of hammam buildings in Albania refers to Valter

Shtylla in 1974. At the time only 10 hammams had survived in Albania: 2 in Elbasan, 2 in Durres, one in Tirana, in Kruja, in Lezhe, Delvine, Gjiokaster, and Shkoder. Today, remain only 7 out of 10. Kruja hammam which was recently restored was turned into the original use, but still, it is not largely used. Most are in a state of decay or are being reused for different purposes (and most can certainly be classified as endangered monuments). Durresi hammam is being turned into an art gallery.

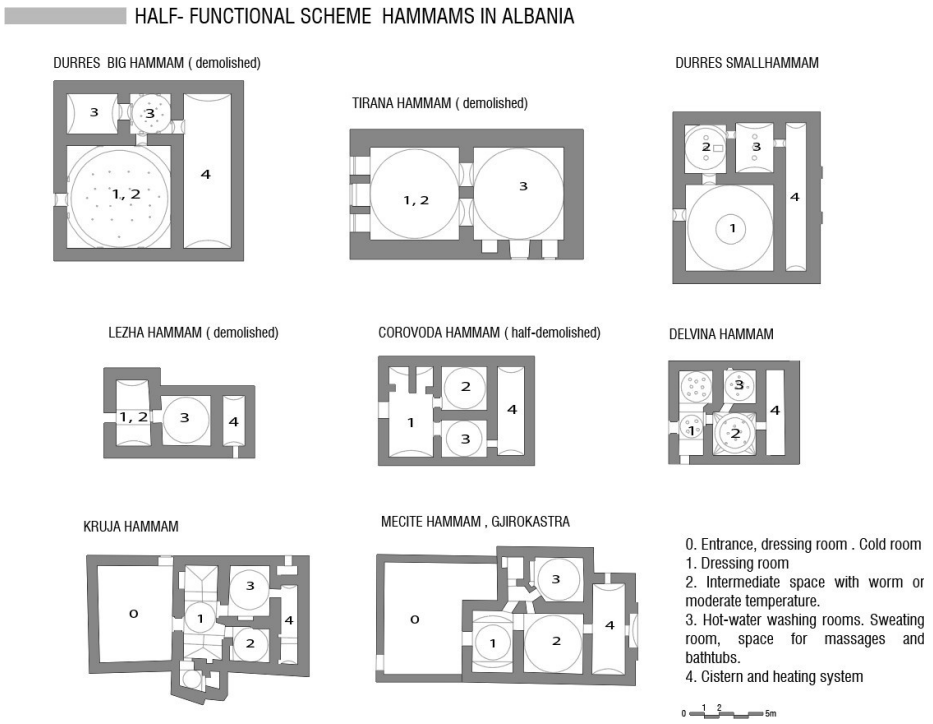
Baths in Albania, vary in size, typology, location and contextual conditions, interior space, articulation and circulation system, etc, and therefore strategies of conservation and reuse can be different. Valter Shtylla (1975) made a general classification of Turkish baths in Albania considering the existing buildings documentation, and divided them into two main categories:

1. Half functional scheme is typical for small-scale hammams such as the two hammams in Durres, Delvina hammam, Kruja, Gjirokastra, and Corovoda hamam.
2. Full functional scheme hammams. The two hammams of Elbasans and the small hammam of Shkodra are bigger and have a fully functional scheme. (fig. 1)

The main spaces of these hammams in both cases are the following:

1. Receiving area and dressing room (cold room)
2. Intermediate space (tepidarium, with moderate temperature). It's connected to the toilets and washing room.
3. Hot-water washing rooms. Sweating room and space for massages. Here are also the bathtubs.
4. Water deposit and furnace. This space has the same length as the hammam.

In small hammams, the dressing room and the intermediate room are the same.



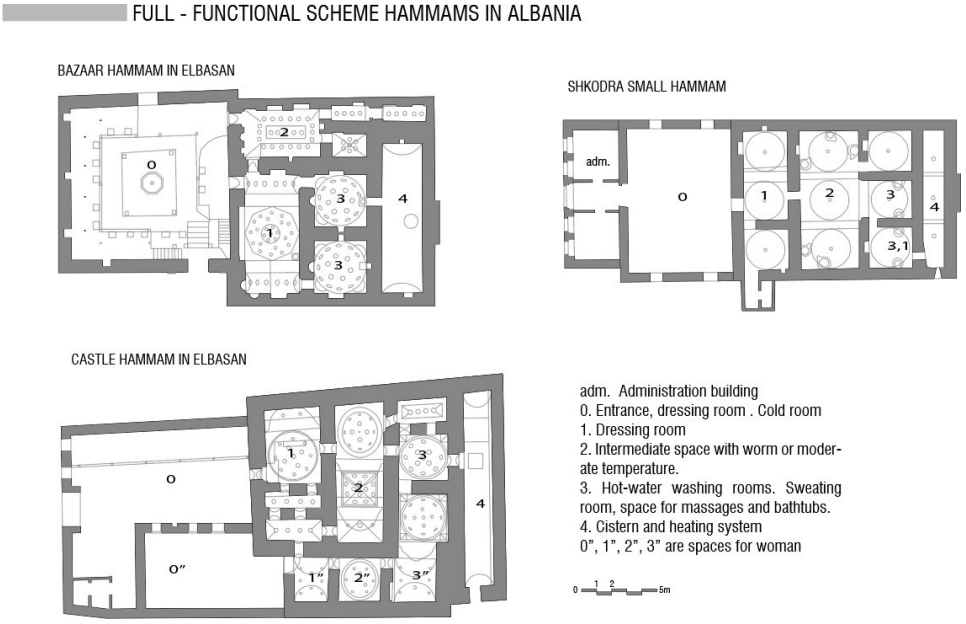


Figure 1 Typological analyses and the main spaces of Turkish baths in Albania

2. COMPARATİVE ANALYSES OF EXİSTİNG TURKISH BATHS İN ALBANİA.

2.1 Location and current context conditions.

Only seven hammams remain in Albania today: two in Elbasan, one in Durres, Shkodra, Kruja, Delvina, and Gjiokastra. The majority of them are in the center of some important cities,

inside residential areas or in complexes not too distant from the city. In both cases, due to the changing of cities over the decades, the surrounding conditions and relationships of these buildings with the context have changed.

Durres Hammam is a small building located in the old Ottoman part of the city, which is mostly residential. Today, it is a very central area, close to the commercial boulevard built during the Italian period. The hammam in fact is surrounded by 2-4 floor houses of the same period, being the only ottoman building in the area.

Kruja hammam is a modest building in the city's citadel, near the Dollma Teke, on the western border of the castle. This is a very touristy neighborhood, far from the residential sector. Delvina Hammam is also a modest hammam in the small city of Delvina, on the monumental site of Xhemal in the medieval castle, which is home to a mosque, a tekke, two türbe, a fountain, and a tomb. This site is in decline, with many structures abandoned and let to rot. It is located far from the residential area and does not serve as a tourist attraction.

Mecite hammam in Gjirokastra is a small hammam built close to a small neighborhood mosque in the place called 7 fountains in the Mecite neighborhood. It is a rare example of a hammam in Gjirokastra, since the city lacks water fountains. Today, hamam is in the protected museum area and surrounded by important traditional Gjirokastra buildings.

The small bath of Shkodra is located in the Paruci ottoman neighborhood, close to the beginning of the main boulevard. Today, it’s a decayed area, with many informal buildings, decayed road infrastructure, and poor urban quality. The same hammam is surrounded by informal buildings.

The castle hammam in Elbasan is located in the central residential area within the fortified perimeter of the castle, marking the decumano ax of the old castrum. This area under development pressure has been transformed in a very chaotic way but is part of an integral revitalization strategy of the urban patterns.

Elbasan's market hammam, one of Albania's largest, is located in the city center, outside the city walls, near the Aga mosque and marketplace. The surrounding region of the hammam has seen a significant transformation in recent decades, with the development of high-rise buildings nearby that, due to their massive scale, have almost completely destroyed the image of the hammam and its significance as a city reference point. Other buildings surrounding the hammam have also contributed to to its disappearance.

Figure 2 Hammam's location in the areal view of the context.

2.2 Evolution and analyses of architectural space

The hammam of Durres is a small building erected during the 18th century. The space inside the hammam is divided into four rooms:

1. the receiving area, a 6.00x6.00m square room serves as an entrance and a place for visitors to change their clothing. Here were placed hammam's inventory, towels, clogs, and other equipment.
2. the intermediate/lukewarm room or tepidarium (3.5x2.5m). This space makes the connection with other environments, the hot room and the warm one with the hygienic- sanitary nucleus. Inside there is a sofa on which the "tellaku" washed the customers who were then sent to the warm room.
3. the heated room (3.5x2.5m). This room was used for steam baths and massages and has direct communication with the water deposit room. In the center was a large marble stone, which was heated, where customers lay on it.
4. the water deposit and stove are located at the back of the building. The water tank is heated by the fire that forms in an alcove below the tank. This room has direct communication with the hot room through a window which allows the passage of hot steam. (fig. 3)

Delvina Hammam located outside the residential area, served a minor community of people, probably only the monks of the closeby tekke. The interior space is articulated into four small rooms and the water tank:

1. the apodyterium or dressing room, a 3x1.5m rectangular room, with benches and shelves on which to place clothing.
2. the frigidarium or cold water is directly connected to the apodyterium. It is a squared 2.2x2.2m room and slightly raised.
3. the tepidarium or warm room is the biggest room 3x3m.
4. the caldarium (the hot room) with hot water and steam is also a squared room of 2.3x2.3m.
5. the furnace and the water tank. None of them exist today but a portion of the barrel vault indicates their former existence. (fig. 3)

The hammam of Kruje is the oldest hammam in Albania dating back to the XV century. From the typological point of view, it is a single - hammam, which means that is used by both genders on different days. The hammam consists of 6 spaces:

1. the receiving area, a 6.7 x 5.3 m room, in which can be taken the necessary things for the bath.
2. the intermediate room (6.3x2.2m) with a tepid temperature reached through a small staircase. On the left, there is a marble sofa to seat.
3. The hygienic sanitation nucleus or the toilet on the right side of the intermediate room is a small space of 1.5,x1.3m. This space has the same length as the building.
4. the warm room is a squared room of 2.5x2.5m on the right
5. the hot room (2.8x3.5m) on the left has a communicating window in its wall which allows the passage of the hot vapors from the stove.
6. The water deposit space is at the end of the entire volume and is divided into two parts: a small outside deposit on the left which is filled with cold water, a portion of which goes to the deposit where water is heated and the water tank with the stuve where the other part through the duct whi, runs in taps and is distributed in the bathrooms. (fig. 3)

The Mecite hammam in Gjirokastra was built during the XVI century close to the 7 fountains and to the small neighborhood mosque. This bath was built in two phases. The oldest part was composed of three main bathing rooms. Later a dressing room was added which does not exist anymore.

The bath scheme consisted of the following rooms:

1. The receiving and dressing room, added later.

2. The intermediate room, a space of 2.8x4.2m was used as a dressing room before the dressing room was built. After it was used as a swearing room.
3. Warm room for bathing 3x3.2 was on the left.
4. The hot room for bathing a 4x4m space was the largest space of the hammam
5. Toilet facilities were placed on the left close to the warm room.
6. Furnance and the water tank are extended 2.2 x 6.2 m. (fig. 3)

The small Shkodra bath has a fully functional scheme and a symmetric articulation of rooms. The main space was the following:

1. **The receiving space.**
2. **A two-floor building that served the administration of the bathroom.** This part has been destroyed by bombing.
3. **The dressing room**, which coves after the administration volume is composed of two domed spaces of 3x2.7m each.
4. **The washing room** is a space of 3x2.7m on the right of the dressing room.
5. **the toilet**, which was placed outside the rectangular perimeter of the bath.
6. The sweating room, in the middle of this itinerary, is used for collective washing, with 6 tubs. It is composed of three spaces of 4x2.7.
7. There are other **three hot washing rooms** measuring 3x2.7 each The washing rooms are all covered by domes. This volume which is connected to the stove provides hot water.
8. **The water deposit and the stove** (9x1.5m) The water depot is made out of three separate spaces, which provide water for the bathrooms. (fig. 3)

The castle hammam in Elbasan is a full scheme hammam used for both sexes. The building has been largely transformed over time and has actually a very complex scheme. According to Shtylla (1974), the oldest part include a dressing room (2), a swearing room (3), the two washing rooms (4) (steam bath areas) , and the cistern and the heating water system (5). In a second phase were added two spaces reserved for women (2', 3') and the cisterns and one of the man rooms was also enlarged. These spaces are covered by vaults. In a third phase, was added a building with a height of 6 m. This addition holds the dressing room for the woman on the left (1')and for the man on the right (1).

The dressing process was held on the ground floor, but also in the loggia. After this

addition, the existing dressing room was used as an intermediate space. On the left, it was

connected to the toilets. Then you can walk to the washing rooms. One of these rooms communicates through a window with the depot. During the twentieth century, the Castle Hammam was used as a food warehouse. (fig. 3)

The market hammam in Elbasan, one of the biggest in Albania composed of two structurally different volumes, a wooden dressing room organized around a fountain, and the bathroom itself, the volume which includes the bathing facilities. (Kiel, 2012). It has a fully functional scheme and is used for both sexes, but women only go one day a week.

The main rooms in the hammam are:

1. Receiving and dressing room. This is the hammam's biggest space (10x10m) It is divided into two sections and is structured on two levels. An octagonal fountain built of stone tiles sits in the center of the room and is used to wash towels. Around the perimeter, a 60-centimeter-high, 1.5-meter-wide sofa functioned as a waiting area for clients, as well as a place to put clothes before washing and enjoy a cup of tea or a discussion before taking a bath. The hammam's current entrance is in the center of the south wall, whereas the previous entry was on the side of the mosque.
2. The intermediate room is where clients get ready for the bath adjusting to the change in temperature. This area is largely taken up by a sofa and was previously used during the winter.
3. Toilet and washing room. In these rooms, there is a bathtub for washing and a niche for placing a lamp for lighting. Both premises are related to the intermediate environment.
4. Swearing room. This is the largest space of the bath (3,5x8m) where take place the sweating process, the massage of the clients, and the preparation for washing. For this purpose, there were 3 niches in the side walls and the sofa in front of the entrance. Two stone baths were available for two clients to bathe in at the same time. The baths were furnished with two taps, one for hot water and the other for cold water.
5. Spaces for bathing and washing. These amenities, which include two square plan baths of 3.5x3.5m. Because it is in direct contact with the furnace, the right room is the warmest.
6. Water deposit with the furnace. The water depot is the last space of the hammam. Since this hammam is of big dimensions, the water deposit is also larger compared to other hammams measuring 10x2.5m. (fig. 3)
7.

2.3 Covering and roof openings

In the **Durres Hammam,** the central hall with dressing room is covered by a spherical dome, with a high of 5.8m and 12 small openings on the top for ventilation. The dome is topped by another hemisphere, with a radius of 70 cm and three other round windows contributing to lighting the room. The two small bathing areas (approximately 2.5 x3.5m) are covered one by a barrel vault and the other by a small dome, both with 3 small openings on the top. The water deposit (10x1.5m) is also covered by a vault.

In the **Delvina Hammam,** the entrance and dressing room (3 x 1.5m) are covered with a vaulted ceiling, and partly with a small dome with four oculi. The frigidarium, a square room of 2.3m is covered with a dome characterized by eight oculi with stucco decorations. The **tepidarium and the caldarium** are both covered with vaulted decorated ceilings and are illuminated by eight hexagonal oculi, equal in number but differing in the organization. Tepidarium is 2.3x2.3m while the frigidarium is a bigger space of 3x3m. The water tunk large 1.2m was covered with a barrel vault.

In the Kruja hammam, the receiving room is covered by a wooden roof. The intermediate space 6.3x2.2m is covered with a central dome and symmetrical barrel vaults on the two sides. The sanitation nucleus on the right, a space of 1.5x1.3 is also covered by a small dome. Warm and hot rooms are covered with domes, while the water deposit is covered by a barrel vault. Domes have openings on their top for ventilation and light.

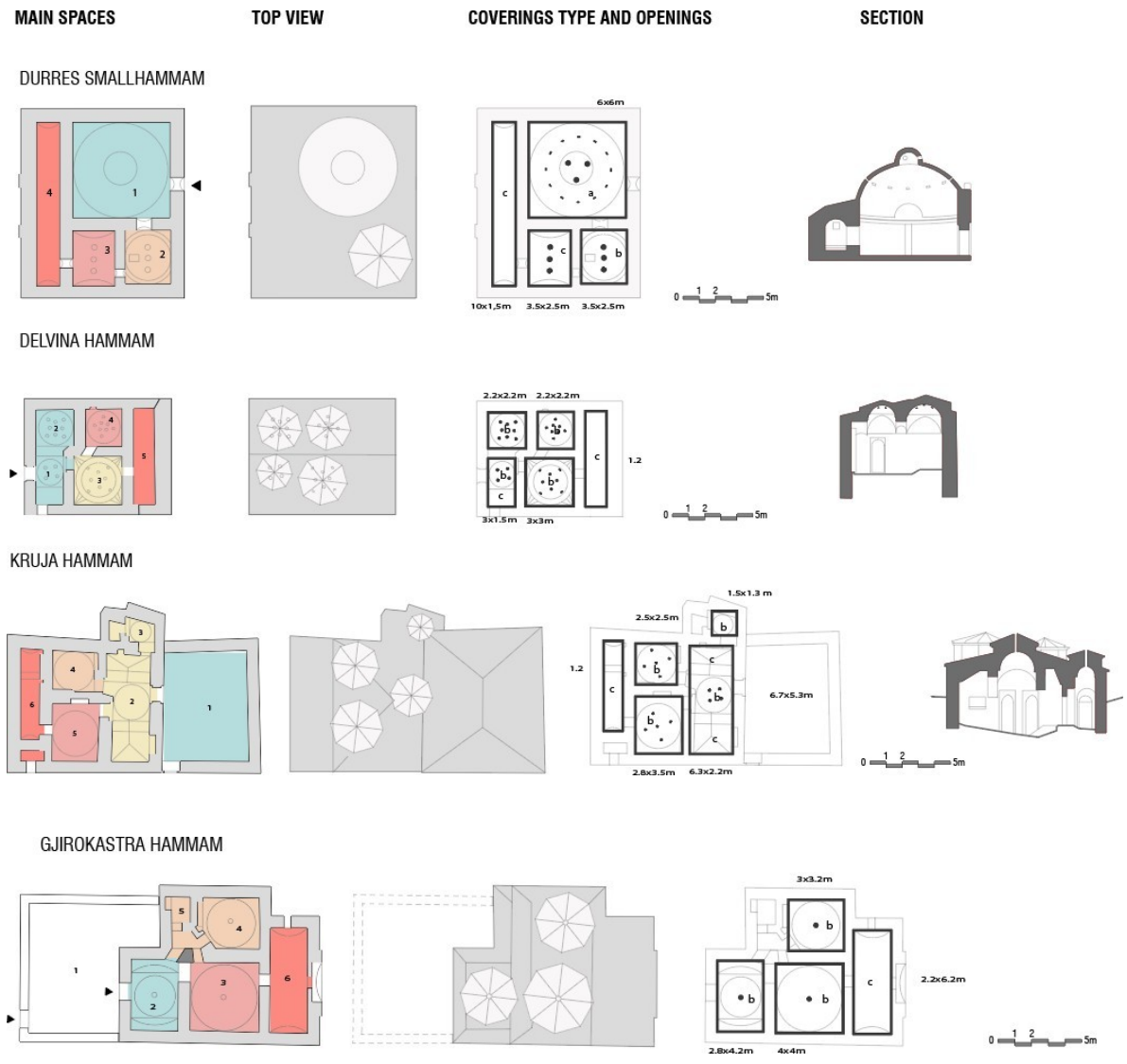
In the Mecite hammam in Gjirokastra the intermediate room is covered by a dome with two symmetrical small vaults on the sides. The warm and hot rooms are also covered by domes. Domes have an opening for ventilation on their top. The water deposit is covered as usually by a barrel vault. The Hammam is all covered with gray stone typical in Gjirokastra.

In the Shkodra small bath, all the main spaces from the dressing room, to tepid, warm, and hot baths are covered by domes with 17 small openings on the top. In the central space, the warm bath is larger and higher. The depot is covered by a barrel vault and is divided into three equal spaces each with a small circular opening on the top.

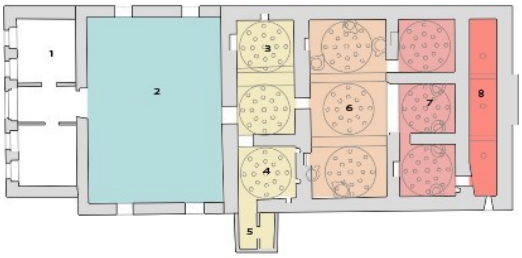
In the castle hammam in Elbasan thereare various types of coverings. The dressing room was covered with a wooden roof. The bath rooms are usually covered with cylindrical domes, while services and water deposits are covered with barrel vaults. İn most of the cases

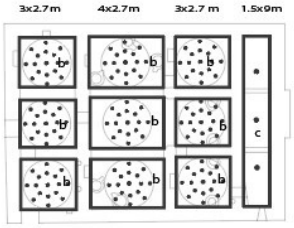
the volume of the domes is hidden by roofs on a plan that is generally square or rectangular. Each of the bath spaces has multiple openings on the roof, due to the large dimensions of the bath.

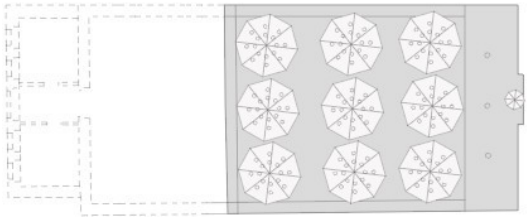
In the market hammam of Elbasan, the dressing room is covered with a wooden roof, while the bathroom is covered with small domes. (Kiel, 2012). Intermediate space is covered by a dome with 23 light openings, with a star shape of six sides and others with a hexagonal dome. The swearing room is covered by 2 concentric spherical domes, one on top of the other. Spaces for bathing and washing. are covered by spherical domes. The deposit is covered by a cylindrical vault with three openings on top.



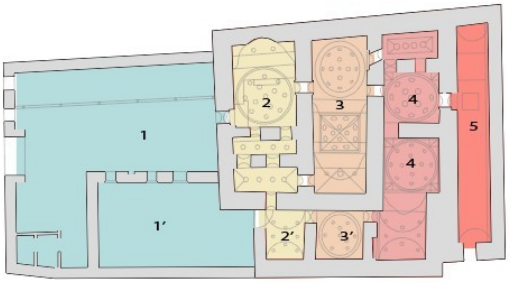
SMALL BATH IN SHKODRA

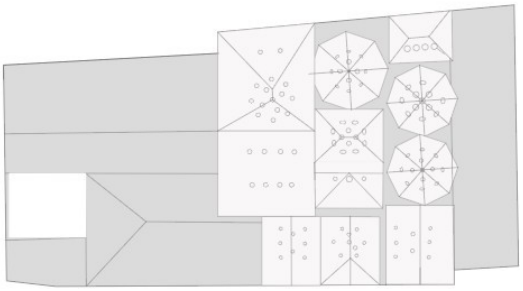


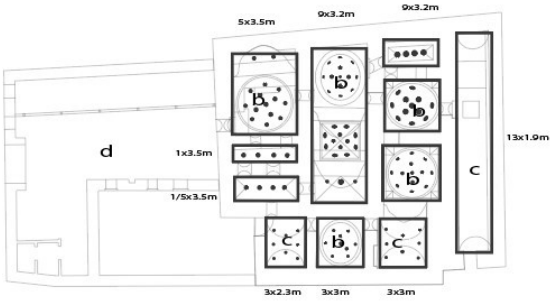


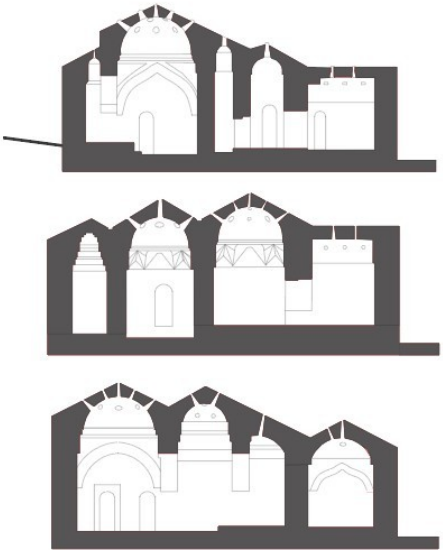


CASTLE HAMMAM IN ELBASAN









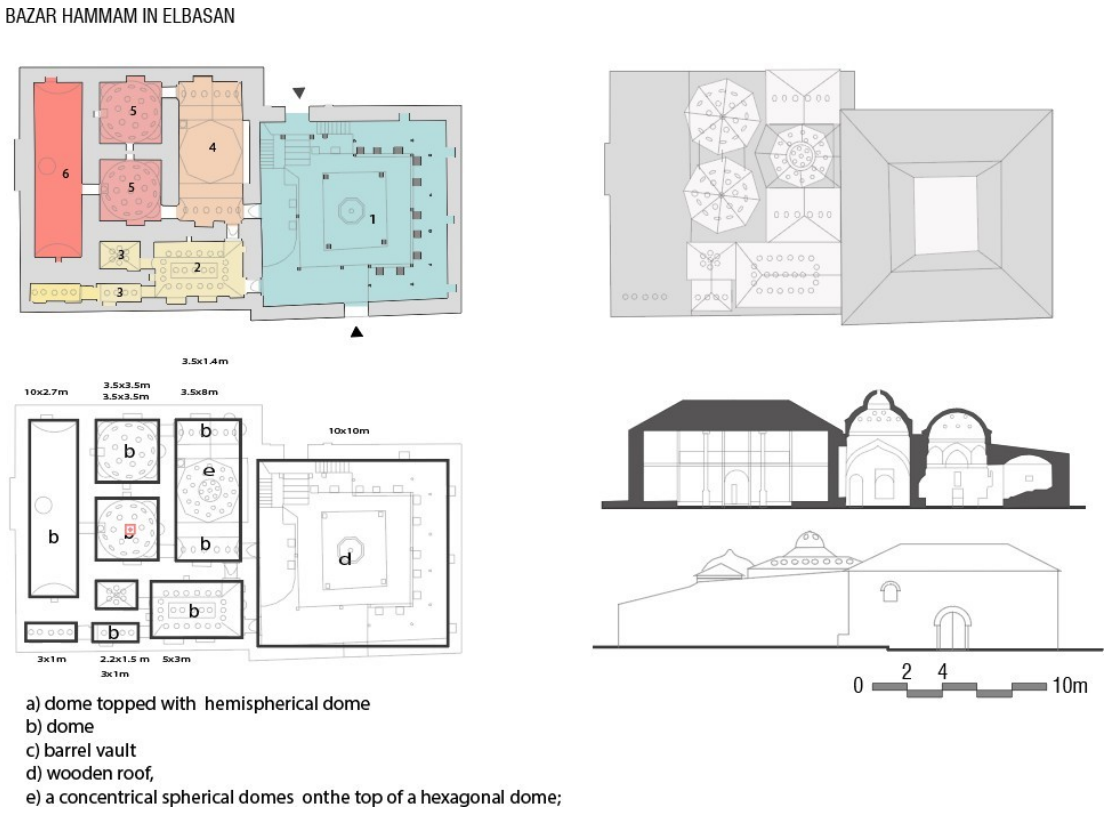


Figure 3 Analyses of architectonic space, coverings and light of Albanian Turkish baths.

2.4 Hammam's existing conditions, transformation over time, and their potential.

Durres hammam since the beginning of the XX century had many interventions. In 1983, restoration carried out consisted of closing late openings with stone walls. Interventions were carried out on the roof covering the existing bitumen surfaces with tiles, and shelters with stone slab frame laking traces of the original shelter. The dome was preserved as it was with bitumen glaze. The arch of the kiln at the back of the "stera" was filled with bricks. Hereafter the buildings become visitable. Nevertheless, after the '90s, it remained closed for several years. In 2010, another restoration was carried out, based on small reparations of the roof, internal and external plaster, filling the holes in the domes with thick glass, while the central holes were filled with sheet metal chimneys to foster a natural ventilation effect, paving slab floor with ceramic tiles. The toilet as well was reconstructed and equipped with necessary sanitary equipment. Nevertheless, the hammam was not in use and neither was open for visitors. In 2021, was carried out a project restoration and reuse of the hammam as a museum space, equipped with multimedia content considering that the hammam is located in the city center.

Figure 4 Durres hamam: 1. Image of existing urban conditions, 2. Interior, 3 Proposal for restoration and reuse as a museum.

Delvina hammam actually is in disuse and presents a state of serious deterioration. This is the result of the last forty years' lack of maintenance which worse the monument's condition. In particular, there is no longer trace of the water deposit and furnace on the bottom part. Moreover, the building has serious static problems and is infested by vegetation that has completely covered and concealed it.

Figure 5 Delvina hamam: 1, 2 Image of existing conditions.

Kruja hammam at the end of the 19th century, was used as an arms depot by the Ottoman army. At the beginning of the century. XX, the bath was abandoned and left to decay. On the occasion of the 500th anniversary of Skanderbeg's death, deep restoration was carried out on the monument by the Institute of Cultural Monuments in 1967. The institute restored the domes and roof and left only the walls at the entrance. In the interior, the level of the main entrance of the Hammam was changed. In addition, they reinvented and added seating elements and sinks, considering the positioning of water tubes and taps, in order to make it usable as a hammam.

Figure 6 Kruja hamam: 1. Old photo before restoration, 2. Image of the exterior after recent restoration, 3. Interior photo before restoration, 4,5 Interior image after restauration

Gjirokastra Hammam is currently closed and awaiting restoration. The roof of the Hamam has been recently repaired by the Gjirokastra Conservation and Development Organization.

Figure 7 Gjirokastra hamam: 1, 2 Image of existing conditions

Shkodra hammam has been in use up to the 20 of the XX century. After the abandonment in 1920, and the partial demolishment of the entrance and administration volume, the hammam was closed for a long time. In 1974 the hammam had many restoration interventions, which bring it to a better maintenance state. (Shtylla, 1979). Meanwhile, the context around changed. A new palace was built on ist side, and after the 90 a new house was built in the entrance part. After the 90 hammam, was used as a bar, changing the entrance on one side and transforming the interior. Nevertheless, this part is still preserved in terms of structure, dome covers, and roofs. Today the hammam is closed and in a poor state of preservation.

Figure 8 Shkodra hamam: 1. Image of urban conditions and hammam ennnnnnnn in the 90s, 2. Image of current urban conditions, 3,4 Image of interior conditions as a bar before the hammam was closed definitively.

The castle hammam in Elbasan is currently under the Cultural Heritage Protection for its location inside the castle wall perimeter. Nevertheless, actually is being transformed in a bar. The new use one one side has changed significant elements of the hammam , but on the otherside has prevent this building from degradation. The castle hammam is currently being transformed into a bar. The cold space is the bar , whicle the other rooms are spaces where are exibited traditional artefacts related to the city.

Figure 9 Castle hammam of elbasan: 1,2,3 Image of current interior conditions used as a bar.

The Bazaar's Hammam, has been in use until the 40s and therefore during this period was kept in good condition. Between 1973-1975 the building had significant intervention of preservative restoration by the Institute of Cultural monuments (Shtylla, 1979). The Bazaar's Hammam was abandoned for a while and then opened to be reused as a caffe partially, only the cold space. The rest is not in use.

Figure 10 Castle hammam of elbasan: 1,2,3 Image of current interior conditions used as a bar.

Discussing hammam's strategies of conservation

The conservation of hammams nowadays is very challenging due to their unique typology that represents ottoman culture, and because of their specific purpose, spatial layout, and dimensions. Hammams were largely abandoned and left to decay in Albania throughout the 20th century, due to changes in daily life that rendered them ineffective and unprofitable. In addition, modern urban development led to the destruction of many hammams and the loss of the original details and functionality of many others. Finding new uses while taking into account the original architectural and spatial features of abandoned hammams is essential for improving their conservation.

The case studies discussed below of insight and different strategies for the reuse and conservation of hammams.

- **Incirli Hammam in Bursa beomes a cultural center**

Incirli Hammam in Bursa is a medium-size hammam located in a central area of Bursa. The restoration project completed in 2013, proposed a transformation of the hammam into a cultural building for exhibitions, a gathering space for the city. The project included major internal and external repairs bringing back the original architecture of the building. The main space covwas ered by a dome, the "Soyunmalık" was turned into a conference hall while the smaller rooms were used as exhibition areas or secondary gathering places.

Figure 11 Aerial View, Photo of Incirli Hammam before the Restoration

- **Ortakoy Bath in Istambul becomes a traditional bar and restaurant**

Ortaköy Bath built in the 16th century is one of the most important Turkish bath houses in Istanbul. For 300 years, the structure has served as a bathhouse. The hammam was restored while conserving the architectural details and decorations because it is a first-class historical landmark. This does not, however, prevent it from being used as a traditional restaurant and bar.

Figure 12, Photo of Ortakoy Hammam after Restoration and use as a bar

- **Ördekli hammam becomes a Cultural Center**

Ördekli hammam is an important bath in Bursa in which construction contributed to different sultans such as Yıldırım Bayezid, Çelebi Mehmed, and Çandarlı İbrahim Pasha. The building, which was in ruins for a long time, was restored by the Municipality between 2006-2008, giving it the function of a cultural center. Since the hammam is a double scheme typology, there were two seminar halls, one big and the other small which were used also as a foyer hall and a coffee hall. The rest was turned into exhibition halls, traditional art courses, practice halls, and sections where Turkish dishes can be served within the bath.

Figure 13, Photo of Ördekli Hammam after Restoration and use as a cultural center

Turkish Baths in Plovdiv tuns to a library and cultural center

The Hammam of Plovdiv in Bulgaria is a monument of local importance and is one of the few buildings of the Ottoman period in the city still preserved. It has been reconstructed many times over the years and it has been in use until the 90s of the XXth century. After being completely abandoned for a long period, "Art Today" Association invited studio 8 ½ to design and construct a temporary library in the main hall of the ancient bath. Restoration consisted in preserving the original features of the building. New interventions were added as **an installation inside the main space of the hammam**, a space measuring 12x12m. The architectural installation is placed in the largest and main room of the abandoned Turkish bath. While the rest is used for Contemporary art installation. In its halls, contemporary art exhibitions represented in various forms, take place periodically, which gives them a unique and contrasting background to the old building. The library is built of wood in the center of the space, just below the dome. The installation respects the surrounding area and creates a particular layering between existing and new.

Figure 13, 1,2, Image of Plovdiv Hammam interior with the library wooden installation, 3. plan

3. CONCLUSIONS: POTENTIAL (RE)USE OF TURKISH BATHS IN ALBANIA

Due to the unique space structure that is directly tied to their purpose, hammams have a particularly distinctive construction typology. The majority of them, particularly in Albania, have extremely modest room sizes. The difficulty is in adjusting the new function to this specific typology in light of its spatial qualities, location, context, and practical application.

The aforementioned case studies demonstrate how most hammams, especially those with considerable dimensions, may be easily converted into cultural or social facilities. This is especially true when hammams are located inside public spaces, residential areas, or well-known tourist attractions. The receiving room is the area that may most likely be transformed into a significant meeting area, an activity area, a conference room, etc. To maintain the layout as it was in the past, all of the mural decorations from the old hammam structure must be included in the interior space restoration. However, only minor changes to the inside is necessary, in order to add furnishings. Smaller chambers can serve as showcase places for the historical hammam's activity.

Due to the small size of their chambers, small hammams can be used as small exhibition spaces, information centers, and tourist-oriented businesses. They are not suitable for large public usage. Additionally, hammams that aren't in popular tourist destinations might simply be maintained for historical reasons and used as exhibition spaces.

References:

Castiglia, R.B.F., Bevilacqua, M.G. (2008) *The Turkish Baths in Elbasan: Architecture, Geometry and Wellbeing*. Nexus Netw J 10, 307–322.

Kiel, M (2012), *Arkitektura osmane në Shqipëri,* 1385-1912", AIITC

Meksi, A. et al (2016) *Historia e arkitekturës në Shqipëri*, Kristalina-KH

Pierini, R (2009).“*Recovering and improving Elbasan Fortress*” (Pierini 2009)

Shtylla, V. 1979. *Restaurimi i dy banjave mesjetare ne vendin tone* in “Monumentet”, 17, pp. 83-93

Shtylla, V, 1974, *Banjat e mesjetës së vonë në Shqipë*ri in “Monumentet”, 17, pp. 119-137.

Versaci, A, Cerdaci, A, (2014) *A study for the conservation of the architectural Islamic complex of Xhemal in Delvina (Albania)* in Proceedings of the 2 nd ICAUD International Conference in Architecture and Urban Design Epoka University, Tirana, Albania, 08-10 May 2014 Paper No. 309, (Available online: http://dspace.epoka.edu.al/bitstream/handle/1/1048/309.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

***Restoration of hammam of Durres*, UNOPS report, Available online: https://www.ungm.org/Public/Notice/146927, (accessed on 15.052022).**

OUT TEXT INFORMATION IN THE POEMS OF MAGTYMGULY

Yazmuradov Agamammet Pashakulyyevich
Turkmen pedagogical institute
Email: ayazmyradow63@mail.ru

Abstract
Structural analysis of artistic composition is widely spread out in learning modern literature. The usage of structural method in analysis allows to state out text information which supports to reveal the ideological context of artistic literature. Among out text information, it is accepted to distinguish the following kinds: "over text", "subtext", "inter text" In our article we observe the case of using out text information of genial Turkmen poet, Magtymguly Pyragy. Having deep theoretical and practical knowledge in the sphere of Sufism, Magtymguly includes episodes from religious, sufistic sources and from the composition of poets of early generation.

Key words: *Inter text, subtext, over text, poems of Magtymguly.*

In his poem "Will pass this world" underlining perishability, caducity of this world, Magtymguly enumerates names of historical and legendary individuals.

Hezreti Isgender, kany Süleýman,
Ahyrynda boldy jaýy görüstan,
Kany Suhrab, Barzu, Rüstemi-Dastan,
Agmaly-dönmeli ýeser bu dünýä.

(Where is Iskander, where is Suleyman,
Who found peace in grave,
Where is Suhrab, Barzu, Rustam-Destan,
Inconstant and vagarious this world.)

All given names of heroes from epoch of Firdovsi "Shakh-name" and gives inter textual information. Great attention is attracted to the names of hero Rustam who is the son of hero Zal. However, Magtymguly, considering him son of destan, informs us about Zal having second name – Destan. Newborn Zal had gray hair. Considering this fact as silly omen, Zal refuses to have a child. According to the plot of epoch the bird Symrug brings up the child and names him Dastan. History of Dastan from "Shakh-name" being inter text in the poem of Magtymguly, serves as creation of lively and emotional image of this world.

TÜRKİYE' DE TURİZM GELİRİ İLE KARAYOLU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Prof. Dr. Aydın Sarı
Pamukkale Üniversitesi
E-mail: asari@pau.edu.tr

Gülşah Usta
Pamukkale Üniversitesi
E-mail: gusta18@posta.pau.edu.tr

Özet

Ekonomik kalkınma ve toplum refahının gelişmesinde önemli katkıları olan karayolu taşımacılığı, hem taşımacılık sektörünün en önemli taşıma modudur hem de diğer sektörlerle yakın ilişki içindedir. Turizm faaliyetleri ise gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik kalkınmaya kaynak sağlayabilecek önemli sektörlerden biri olup, buna bağlı olarak da turizm gelirlerindeki artışlar, ülke ekonomisinde hem ödemeler bilançoların iyileştirilmesinde hem de ekonomik istikrarın sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu çalışmada, turizm gelirleri ile karayolu taşımacılığı ilişkisi araştırılmış, diğer değişkenlerle arasındaki etki incelenmiştir. Bu bağlamda, 1985- 2021 yıllık düzeyde, turizm geliri, ülkeye giriş yapan yabancı turist sayısı, karayolu ağı uzunluğu ve karayollarını kullanan yabancı yolcu sayısı kullanılmıştır. Analizde, logaritmaları alınan veriler birim köklerinden arındırılıp, farkları kullanılarak modele dahil edilmiş, oto korelasyon sorununa da rastlanmamıştır. Öncelikle, logaritması alınan serilerle Johansen eş bütünleşme analizi yapılmış, değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisi saptanmamıştır. Farkları alınan değişkenlerle, VAR modeli kurulup, Granger Nedensellik analizi yapılmış, değişkenler arasında nedensellik ilişkisi saptanmamıştır. Yapılan etki-tepki analizi sonucu, turizm gelirlerinde meydana gelecek olan bir şokun kara yollarını kullanan yabancı turist değişkeninde 2 dönemlik bir azalma meydana getirdiği, 7. Dönem itibariyle etkisini kaybettiği saptanmıştır. Turizm gelirlerinde meydana gelen bir şok sonucu, gelen yabancı turist değişkeninde 2 dönemlik bir azalma meydana getirdiği, 3. Dönem artış oluştuğu, 6. Dönemden itibaren etkisini kaybettiği saptanmıştır. Varyans ayrıştırma sonuçları ise, turizm gelirlerinin en fazla etkiyi önce kendisinden diğer etkileri ise karayolu uzunluğu ve sonrasında da yabancı turist sayısı değişkeninden aldığı saptanmıştır. Yabancı turist değişkeninin ise, en fazla etkiyi turizm gelirinden, sonrasında sırasıyla, karayolu uzunluğu değişkeninden ve kendisinden etkilendiği tespit edilmiştir. Sonuçlar, karayolu taşımacılığının turizm sektörü ve turizm geliri açısından önemli bir taşıma modu olduğunu göstermektedir. Öte yandan, gelen yabancı turist değişkeninin en fazla etkiyi turizm gelirinden alması da turizm sektörünün ekonomik gelişmedeki önemini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm sektörü, turizm geliri, karayolu ulaşımı, etki- tepki analizi, varyans ayrıştırma.*

EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM INCOME AND HIGHWAYS IN TURKEY

Abstract

Road transport, which has important contributions to the development of economic development and social welfare, is both the most important mode of transport in the transport sector and is in close relationship with other sectors. Tourism activities, on the other hand, are one of the important sectors that can provide resources for economic development in terms of both developed and developing countries, and accordingly, increases in tourism revenues play an important role in both improving the balance of payments and ensuring economic stability in the country's economy. In this study, the relationship between tourism revenues and road transport was investigated, and the effect between other variables was examined. In this context, the annual level of 1985-2021, tourism income, the number of

foreign tourists entering the country, the length of the road network and the number of foreign passengers using the highways are used. In the analysis, the data whose logarithms were taken were removed from the unit roots and included in the model by using their differences, and no autocorrelation problem was encountered. First of all, Johansen cointegration analysis was performed with the series whose logarithm was taken, and no cointegration relationship was found between the variables. As a result of the impulse-response analysis, it was determined that a shock to occur in tourism revenues caused a 2-period decrease in the variable of foreign tourists using the highways, and lost its effect as of the 7th period. As a result of a shock in tourism revenues, it was determined that the variable of incoming foreign tourists decreased for 2 periods, an increase occurred in the 3rd period, and lost its effect as of the 6th period. Variance decomposition results, on the other hand, showed that tourism revenues got the most effect first from itself, other effects from the length of the highway and then the number of foreign tourists. On the other hand, it has been determined that the foreign tourist variable is mostly affected by the tourism income, followed by the highway length variable and itself, respectively. The results show that road transport is an important mode of transport in terms of tourism sector and tourism income. On the other hand, the fact that the variable of incoming foreign tourists is mostly affected by tourism income shows the importance of the tourism sector in economic development.

Keywords: *Tourism sector, tourism income, road transportation, impulse-response analysis, variance decomposition.*

MİRASIMIZ TÜRKMEN MİLLİ BAYRAĞI

Doç. Dr. Berdi Sarıyev
Ankara Üniversitesi

Kültür ve Resmî Belge Olarak Bayrak. Bayrak, dünya halkların kültürleriyle ilgili bir üründür. Bilindiği gibi dünyadaki var olan bütün devletlerin kendilerine özü bayrağının olduğu bir gerçektir. Dünyada ülkeyi temsil eden yaklaşık iki yüze yakın bayrak bulunmaktadır.

Bayrak hakkında Vikipedi' ye soru. Özgür ansiklopedi olarak bilinen Vikipedi' ye sorsanız, ilk basamakta Türk dünyasındaki bayrakların anlamı hakkında aşağıdaki gibi açıklamaları elde edebilirsiniz: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Bayrak].

Türkiye Bayrağı: "Efsaneye göre bayraktaki al, kan kırmızısıdır ve şehitlerin dökülen kanlarını temsil eder. Gece yarısı bu kanların üzerine yansıyan hilâl biçimindeki ay ve bir yıldızla beraber Türk bayrağının görüntüsü oluşur."

Kazakistan Bayrağı: "Kazakistan bayrağının rengi gökyüzü mavisidir. Bu renk "turkuaz" olarak da adlandırılıyor ki zaten turkuaz, Fransızcada "Türk rengi" anlamına geliyor. Gökyüzü mavisi, Kazaklar için sonsuz gökyüzünü, barışı ve huzuru simgeler."

Kırgızistan Bayrağı: "Kırgızistan'ın kızıl bayrağının üzerinde sarı bir güneş vardır. Güneşin 40 ışını, 40 Kırgız boyunu belgiler. Güneşin içindeki yolların kesişimi, geleneksel Kırgız çadırının üstten görünümünü belgiler. Kızıl tüs (renk) ise barışı ve dürüstlüğü simgeler."

Özbekistan Bayrağı: "Özbekistan bayrağının sembolik anlamı için pek çok teori ileri sürülmüştür. Bunlardan bir tanesine göre, 12 yıldız Özbek vilayetlerini; mavi zemin Türklüğü, beyaz zemin adaleti, yeşil zemin ise konukseverliği temsil etmektedir. İki ince kırmızıçizgi ise "güçlü olmayı" anlatmaktadır. Yarım ay ise, "yenilenmeyi" anlatmaktadır. Başka bir görüşe

göre 12 yıldız; 12 takvim ayını ya da burcu anlatmaktadır. Yarım ay İslam'ı simgelemektedir. Beyaz zemin ve renkler pamuğu, yani ülkenin ana sembolünü anlatmaktadır."

Azerbaycan Bayrağı: "Mavi renk – Azerbaycan halkının Türk kökenli olduğunu vurgular, mavi renk Türkçülük düşüncesiyle ilgilidir. Kırmızı renk – uygarlığı temsil ederek modern bir toplum kurmak, demokrasiyi geliştirmek, kısacası çağdaşlaşmayı, gelişmeye olan eğilimi belirtir. Yeşil renk – İslam uygarlığına, İslam dinine aidiyeti belirtir. Yeşil renk İslam'ın geleneksel rengi olarak görülmektedir. Hilal ve sekiz kollu yıldız – kırmızı zemin üzerinde sağa bakan beyaz renkli bir hilal ve sekiz köşeli bir yıldızın tasviri bulunmaktadır."

Türkmenistan Bayrağı: "Türkmenistan bayrağı, bağımsızlığın ilan edildiği 1991 yılında "ulusal bayrak" olarak kabul edilmiştir. Bayrağın sol tarafında kalın bir şerit olarak uzanan "Türkmen halısı" motifi yer almaktadır. Türkmen halısı ve yeşil zemin Türkmen tarihini simgelemektedir. Çapraz olarak tasarlanan yarım hilâl İslamiyeti, beş yıldız ise Türkmen vilayetlerini simgelemektedir. Halı motifleri ise Türkmen boylarını simgelemektedir. Ay ve yıldız motiflerine Türk halklarının kullandığı bayraklarda sıklıkla rastlanılmaktadır."

Miras Olarak Bayrak. Bilindiği gibi, hayatımızda Bayrağın kendine özgü bir yeri vardır. Bu asla inkâr edilemez. Fakat Bayrağın milli miras olup olmamasıyla ilgili bir konu tartışmaya neden olabilir. Elbette, araştırdığımız çoğu kaynaklarda Bayrağın bir milli miras olduğuna dair bilgiye rastlamadık. Aksine onu milli miras olarak kabul etmemize karşı gelecek olacak ciddi bir engeli de göremiyoruz. Bunun gibi düşünceler çıkmazdan sağ salım çıkabilmek için gökyüzünde dalgalanan Bayrağı elimize alarak, onun gerçek fısıltısını yakından dinlemeyi isabetli gördük. Bir başka deyişle Türkmen Bayrağına yakından bakarak hep beraber ondaki mirasa ait olabilecek en küçük parçacıkları toplamaya çalıştık.

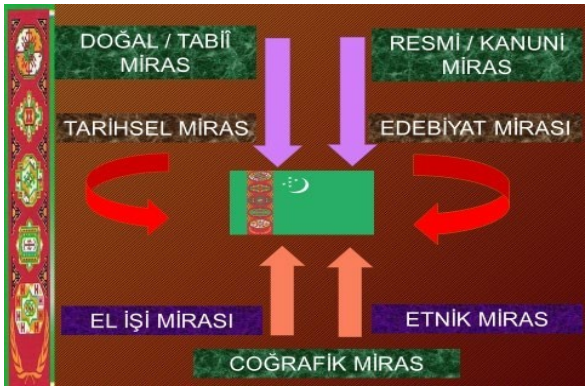
Sözlüklerde Bayrak. Dünya halklarının kutsal olarak kabul ettiği Bayrak, bir halkın milli mirası olabilir mi acaba? Kolay olmayan bu soruyu yanıtlamadan önce "Bayrak nedir?" sorusunun yanıtını bilmemiz gerek. Bunun için öncelikle Türkçe ve Türkmence sözlüklerdeki bayrakla ilgili bilgileri detaylı öğrenmeyi isabetli gördük:

Türkçe Sözlük: “Bir milletin, belli bir topluluğun veya bir kuruluşun simgesi olarak kullanılan, renk ve biçimle özelleştirilmiş, genellikle dikdörtgen biçiminde kumaş”[TDS,1988:159].

Türkmence Sözlük: “Bir döwlete, edara, harby bölüme we şm. degişli ýüzi nyşanly, ýazgyly, belli bir reňkdäki we ölçegdäki mata bölegi, tug” [TDDS,2016:129].

Türkmen Bayrağı hakkında kısaca bilgi: Türkmenistan Bayrağı bağımsızlığın ardından “ulusal bayrak” olarak 19 Şubat 1992’de kabul edilmiştir, bu tarih her yıl “Bayrak Bayramı” olarak kutlanır. Bayrağın sol tarafında kalın bir şerit olarak uzanan “Türkmen halısı” motifleri yer almaktadır. Türkmen halısındaki yeşil zemin Türkmen tarihini simgelemektedir. Çapraz olarak tasarlanan yarım ay geleceği, beş yıldız ise Türkmen vilayetlerini simgelemektedir. Halı motifleri ise Türkmen boylarını simgelemektedir.

Türkmen Bayrağıyla ilgili bilgilerin detaylı incelenmesi sonucunda bayrakta Türkmenlerin milli mirasını oluşturan ortak unsurlarla karşılaştık. Bir başka deyişle Türkmen Bayrağına yakından bakarak ondaki mirasa ait olabilecek aşağıdaki gibi küçük parçacıkları elde ettik.



1. Doğal/Tabiî Miras Parçası Olarak Bayrak. Sadece Türkmenler için değil, herkes için değerlidir söz konusu olan doğal parçalar.

Gökyüzünün ve bütün dünyanın en önemli süsleri olan Ay ve Yıldız’dan başlayalım. Her ikisi de Türkmen Bayrağını süslemeye katkıda bulunuyorlar. Aslında dünyadaki bütün halkların, ayrıca Türklerin Ay, Gün, Yıldızla ilgili ilişkisinin çok eskilerden geldiğini belirtmeliyiz. Buna örnek olarak mitolojide Kadim Oğuz Türkmen devletinin kurucusu olarak kabul edilen Oğuz Han’ın Oğullarının (Gök Han, Ay Han, Gün Han, Yıldız Han, Dağ Han,

Deniz Han) adlarının doğa ile iç içe olduğunu söyleyebiliriz. Yine Özgür ansiklopedi olarak bilinen Vikipedi' ye [https://tr.wikipedia.org/wiki/O%C4%9Fuz_Han] başvuralım:

Oğuz Kağan ya da **Oğuz Han**, Türk ve Altay mitolojisinde Türklerin atası. Uğuz Han, Uz Han veya Oğur (Ogur, Ugur) Han olarak da bilinir. Dedesi Kabi Han, annesi Ay Kağan, babası Kara Han'dır. Oğuz Kağan Destanı'nın başkahramanıdır ve destanda Zülkarneyn adlı peygamber ve Asya Hun İmparatorluğu'nun hükümdarı Mete Han ile özdeşleştirilmiştir.

Gök Han - Türk ve Altay mitolojisinde Gökyüzü Kağanı. Kök (Kük) Han olarak da bilinir. Oğuz Han'ın ilk eşinden doğan oğludur. Türk yurdunun sınırsızlığını ve enginliğini simgeler. Göğün enginliği ve sonsuzluğu büyük öneme sahiptir. Gök Han'ın ongunu Sungur kuşudur. Maviye çalan bir rengi vardır. Diğer kuşları avlamakta kullanılır. Gök ve Han Birleşerek Gökhan diye erkek ismi olmuştur.

Ay Han - Türk ve Altay mitolojisinde Ay Kağanı. Moğolca da Sara Han veya Hara Han olarak bilinir. Oğuz Han'ın ikinci eşinden olan oğludur. Ongunu kartaldır. Kartal hükümranlığı simgeler. Buryatçada Hara sözcüğü Ay demektir (Moğolca Sara), bazı kayıtlarda Oğuz Han'ın babasının adı Kara Han, iken bazı kaynaklarda Ay olarak gösterilmesi bu kelime benzeşimi nedeniyle olabilir. Hâlbuki gerçekte Ay Han, Oğuz Han'ın oğlunun adıdır. Ay pek çok kültürde dişil bir varlıktır, ancak Türklerde hem dişi hem de erkek Ay Tanrısı mevcuttur. Fakat özellikle vurgulanması gereken husus, Ay Han'ın bir Tanrı değil, kutsal bir kişi olarak kabul edildiğidir. Ay sözcüğü burada nitelik veya özellik değil bir sıfattır. Ay Ata ile karıştırılmamalıdır.

Gün Han - Türk ve Altay mitolojisinde Güneş Kağanı. Kün (Kön) Han olarak da bilinir. Oğuz Han'ın göksel olan ikinci eşinden doğan oğludur. Gün Han'dan türeyen boylar arasında en bilineni Kayı boyudur ve bu boy Osmanlı Devletini kurmuştur.

Günhan, Kadim Oğuz Türkmen Devletinin ikinci ve son hanıdır. Yeryüzünün yaşam kaynağı olan ışıkları sebebiyle Güneş'e duyulan hayranlığın mitolojik dışavurumudur. Gün Han'ın ongunu Laçın (Şahin) kuşudur. Maviye çalan bir rengi vardır. Diğer kuşları avlamakta kullanılır. Gün Han altın bir otağ (çadır) kurdurur. Sağ tarafına kırk kulaç yüksekliğinden bir direk diktirir. Üzerine de altın bir tavuk koydurur. Çünkü Türk mitolojisinde altın, Güneş'in mecazi bir sembolüdür. Hamile kadın rüyasında Güneş görürse kızı olur. Günbatımını izlemek

pek iyi karşılanmaz. Kötücül varlıklar Güneşi boğmaya çalışır, batarken kızıla boyanmasının nedeni budur. "Gün ışığı görmeyesin" gibi beddualar halk inancında önemli bir yere sahiptir.

Dağ Han - Türk ve Altay mitolojisinde Dağ Kağanı. Tav (Tağ, Tak, Dak) Han olarak da söylenir. Oğuz Kağan'ın ilk eşinden olan oğullarından biridir. Türk Devleti'nin ululuğunu ve büyüklüğünü simgeler. Bazı dağlar Türklerce kutsal kabul edilir. Altay Dağı, Tanrı Dağı vs. Ayrıca mitolojik dağ motifleri mevcuttur. *Demir Dağ, Bakır Dağ, Buz Dağ, Kil Dağ, Or Dağ, Kuz Dağ, Kur Dağ, Ak Dağ* gibi… Ongunu Uçkuş'dur. Mitolojik dağların en önemli üç tanesi şu şekildedir.

Deniz Han - Türk ve Altay mitolojisinde Deniz Kağanı. Tengiz (Dengiz, Teniz) Han olarak da söylenir. Moğollar ise Tengis Han şeklinde anarlar. Oğuz Kağan'ın ilk eşinden olan oğullarından biridir. Türk Devleti'nin denizlerdeki egemenliğini ve enginliğini simgeler. Ongunu Çakır kuşudur. Bu kuş maviye çalan rengi nedeniyle denizi çağrıştırır. Ayrıca destandaki gökten inen kurt mavi bir ışığın içindedir ve bu aynı zamanda göğün rengidir. Cengiz Han'ın adını bu söylenceden (veya bu anlayıştan) esinlenerek aldığı söylenir. Çünkü Cengiz gerçek ismi değildir, bir unvan olarak verilmiştir. Sonsuzluğu, kurduğu devletin genişliğini ve kendisinin büyüklüğünü simgeler. Türk mitolojisinde ezelde hiçbir şey yokken uçsuz bucaksız bir deniz vardır. Daluy/Taluy sözcükleri masallarda ve efsanelerde okyanus anlamında kullanılır.

Yıldız Han - Türk ve Altay mitolojisinde Yıldız Kağanı. Uldız (Ulduz, Yulduz, Yolduz, Ildız) Han olarak da söylenir. Oğuz Han'ın göksel eşinden olan oğullarından birisidir. Yol gösterici, yön buldurucu nitelikleri bulunan ve parlaklıkları nedeniyle daima dikkat çekmiş olan yıldızların simgesel olarak kişiliğe büründürülmesidir. Ayrıca yıldızlar yaratılışın başlangıcını temsil eder. Ongunu Atmaca'dır. (İl/Yıl/Ul/Yul) kökünden türemiştir. Kendiliğinden ışık yayan gök cismi. Işık yaymak anlamı vardır. Yıldırım sözü de aynı kökten gelir."

Kaynaklardan da görüldüğü gibi Türkler eskiden beri doğanın verdiği miraslarla her zaman iç içe olmuşlardır. Buna ek olarak Türkmenlere has olan bir düşünceyi barındıran ve dedelerinden miras kalmış bir atasözünü de gösterebiliriz: "*İlim-günüm bolmasa, Aýym-Günüm dogmasyn*" (El-ulusum olmazsa Ay'ım ve Güneş'im de doğmasın anlamında).

Türkmenistan bayrağındaki yeşil zemin, doğal bitki rengidir. Yeşil renk geçmiş için de çağdaş için de çok önemli bir renktir.

2. Resmi /Kanuni Miras Parçası Olarak Bayrak. Bayrağın gerçek bir bayrak olması için o öncelikle devlet tarafından yasal olarak onaylanması gerekmektedir. Devlet tarafından yasal olarak onaylanmayan bayrak gerçek bayrak olamaz. Türkmen bayrağının resmiliği hakkında "Türkmenistan Ana Yasası"'nın 15. Maddesinde şöyle bilgilere yer verilmiştir: "*15-nji madda. Türkmenistanyň özygtyýarly döwlet hökmündäki nyşanlary – Döwlet baýdagy, Döwlet tugrasy, Döwlet senasy bardyr. Baýdak, Tugra, Sena kaun esasynda kabul edilýär we goralýar*." [Türkmenistanyň Konstitusiýasy.Aşgabat:Türkmen döwlet neşirýat gullugy. 2013:16-17].

Türkiye Türkçesinde: ("15.Madde. Türkmenistan'ın bağımsız devlet olduğuna dair simgeleri –Devlet Bayrağı, Devlet Arması, Devlet Milli Marşı vardır. Bayrak, Arma, Milli Marş yasal olarak belirlenir ve korunur"). Bu söylediklerimize ek olarak "Bayrak" kavramının "Türkmenistanyň Döwlet Senasynda" (Türkmenistan Milli Marşı'nda) da ön sırada yer aldığını belirtmeliyiz:

"*Janym gurban saňa, erkana ýurdum,*
Mert pederleň ruhy bardyr köňülde.
Bitarap, garaşsyz topragyň nurdur,
Baýdagyň belentdir dünýäň öňünde."
[Türkmenistanyň Konstitusiýasy.Aşgabat:Türkmen döwlet neşirýat gullugy. 2013:7].

Özet olarak şunu söyleyebiliriz. Türkmen Bayrağıyla ilgili resmiliği, yasallığı yukarıdaki örneklerden de tam olarak görebilme imkânına sahibiz. Bundan başka da her bir devlet bayrağının resmi, yasal gücü ve uluslararası hukuki hakkı yurt dışı ülkelerde daha da net şekilde ortaya çıktığı görülmektedir.

3. Tarihsel Miras Parçası Olarak Bayrak. Bayrak her halkın milli varlığı olarak tarihin en erken dönemlerinden beri devam edegelen bir simgedir. Bu devlet simgesi kuşaktan kuşağa aktarılarak bizim günlerimize kadar getirilmiş ve bizden sonra da devam edecektir.

Günümüzdeki devlet simgeleriyle Sovyet dönemindeki devlet simgelerini karşılaştırdığımızda her simgenin (bayrağın, armanın) kendine göre tarihinin olduğunu öğrenebiliriz.

Yukarıdaki örneklerden de görüldüğü gibi her ikisi de devlet simgeleri olarak Türkmenistan'ı temsil etseler de dönemin ve tarihin koyduğu özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca her ikisinde de halı ve onun motiflerinin yer alması dikkati çeker. Bu hakkında "El İşi Miras Parçası Olarak Bayrak" bölümde biraz detaylı bilgi vereceğiz.

4. Edebiyat Miras Parçası Olarak Bayrak. Dışarıdan bakıldığında edebiyat ile bayrağın arasında bir bağlantı olmayacak gibi görünüyor. Bir başka deyişle, edebiyat ile bayrağın kendi ara nasıl bir bağlantısı olabilir acaba?

Burada temel konu belirli dönemlerde yaşanmış olan tarihi olaylarla ilgilidir. XVIII yüzyılda, bir taraftan, İran şahlığın, diğer taraftan, Buhara emirliğinin, başka bir taraftan ise Hive hanlığının saldırıları sonucunda parçalanan Türkmen boylarının kendi bağımsız devleti yoktu. Dağılmış Türkmen boylarının kendi ara birleşmesi dönemin en önemli meselelerinden biri olmuştu. Bu yaşam mücadelesi talebinin halka açıklanması, halkın arasında yayılması lazımdı.

Bilindiği gibi halkı aydınlatmanın o dönemdeki temel yollarından biri de edebiyat köprüsünden geçmekteydi. Bir başka deyişle edebiyat halkın milli sesine dönmüştü, bu sesi dile getirenlerin başında da şairler gelmekteydi. Bunu ö dönemdeki Türkmen edebiyatının tecrübeli temsilcilerinden olan Mahtumkulu örneğiyle de açıklayabiliriz.

Mahtumkulu Firakı yazdığı eserleriyle kendi yaşadığı dönemin milli sesine dönüşmüştür. O satırlarında dağılmış Türkmen boylarını birleştirmeyi ön plana çıkarmaktaydı. İşte, halkın haykırışını ifade eden şairin satırlarından bir örnek:

"*Türkmenler baglasa, bir ýere bili,*
Gurudar Gulzumy, derýa-ýy Nili,
Teke, ýomut, gökleň, ýazyr, alili,
Bir döwlete gulluk etsek bäşimiz."

Bu satırlardan kesin olarak şöyle bir sonucu görebiliyoruz: "*Bäş bolup bir döwlete gulluk etmek*" (Beş olarak bir devlete hizmet etmek). Bilindiği gibi o dönemdeki Türkmen halkının arzu-istekleri gerçek oldu.

Mahtumkulu'nun "*Bir suprada taýýar kylynsa aşlar, Göteriler ol ykbaly Türkmeniň*" (Bir sofrada hazır kılınsa aşlar, Yaver gider şansı yüce Türkmen'in) dediği gerçek oldu. Gerçekten de Türkmenlerin "şansı yaver gitti", Türkmenler 1991'de Türkmenistan Bağımsız devletine sahip oldular.

Bağımsız devletin resmi sembollerinden biri olan devlet bayrağına da Mahtumkulu şairin Türkmen halkı adına ifade eden satırındaki "*Bäş bolup bir döwlete gulluk etmek*" (Beş olarak bir devlete hizmet etmek) denilen birlik beraberlik kavramını simgeleştirmek amacıyla beş tane halı motifi esas alınarak temeli atılmıştır. İşte edebiyat mirasından parça dediğimiz Türkmen birlik beraberliğinin baş kavramı olarak kaynak alınan "*Bäş bolup bir döwlete gulluk etmek*" (Beş olarak bir devlete hizmet etmek) denilen satırıdır. Bir başka deyişle bu satır Türkmen edebiyatının bayrağa sinen altın satırlarından bir örnektir.

Merkezinde halı motiflerini yerleştiren bayrağın dünyada başka bir örneği bulunmamaktadır. Türkmenistan Devlet Bayrağı bağımsızlığın ardından "*ulusal bayrak*" olarak 19 Şubat 1992'de kabul edilmiştir, bu tarih her yıl "Bayrak Bayramı" olarak kutlanır. Bayrağın sol tarafında kalın bir şerit olarak uzanan "Türkmen halısı" motifleri yer almaktadır. Türkmen halısındaki yeşil zemin Türkmen tarihini simgelemektedir. Çapraz olarak tasarlanan yarım ay geleceği, beş yıldız ise Türkmen vilayetlerini, halı motifleri ise Türkmen boylarını simgelemektedir. Her bir halı motifinin isimleri ve temsil ettiği bölgeleri açıklanmıştır.

5. El Sanatları Miras Parçası Olarak Bayrak.

Tarihin derinliklerinden gelen bir Türk gerçeği vardır. Kendine hiçbir şüphe yaklaştırmayan bu gerçek at ve halı ile ilgilidir. Bir başka deyişle Türklerin adının geçtiği her yerde bu iki kavram da her zaman birlikte geçmiştir. Bunlardan biri attır, diğeri ise halıdır. Bunun günümüzde açık bir kanıtı vardır. Bu kanıtın belgesi Pazırık halısı olarak adlandırılmaktadır. Bilindiği gibi, Pazırık halısı Sovyet arkeoloğu Sergey İvanoviç Rudenko'nun başkanlığındaki araştırma ekibi tarafından 1947-1949 yılları arasında Altay'da yapılan kazı çalışmaları esnasında bulunmuştur. Halı araştırmacıları tarafından Pazırık halısı ile birçok çalışmalar yapıldı, eserler yazıldı.

Türkmen boylarının arasında halıcılık mesleği çok yaygındır. Halı dokumayı bilmeyen kadın yoktur denilecek seviyededir. Bundan dolayı evlenecek kızın çeyizini çeyiz yapan bu halıdır. Her sene mayıs ayının son Pazar günü ise Türkmenistan'da Türkmen Halı Bayramı kutlanmaktadır.

6. Etnik Miras Parçası Olarak Bayrak. Tarihte iz bırakan her bir Türk boylarının kendilerine özgü damgalarının olduğu bilinmektedir. Türkologlar Prof. Dr. Ahmet Bican Ercilasun (2016), Prof. Dr. Tuncer Gülensoy (1988) kendi bilimsel çalışmalarında Türk damgalarının tarihi izleri hakkında ilgi çekici bilgileri verir.

Damgalarının bu örneği Prof. Dr. Tuncer Gülensoy ’un kitabından alınmıştır.

Her bir boya özgü olan ve kendinde milli mirası değiştirmeden koruyan Türk boylarının damgalarının esasında tarih yatmaktadır. Başka bir deyişle, Türk boylarının damgaları tarihin halıları süsleyen nakşı ve motifidir.

“Nişan” , “işaret”, “timsal” gibi anlamları kendinde barındıran damga (tagma) kelimesindeki sembolik ağırlık genellikle “görmek”, “bakmak”, “seyretmek” ile ilişkilidir. Her bir boy kendi damgası ile özünü gösterir, kendini tanıtır.

Bilindiği gibi, dünya halklarının kültüründe, tarihinde damgaların, sembollerin kendine özgü yeri vardır. Bu damgalar her bir boyun kendini tanıtma aracıdır.

Belli bir dönemlerde dünya halklarında olduğu gibi, Türklerde de boylara, uruklara (soylara) bölünme ile ilgili tarihi süreç yaşanmıştır. Bu durum genellikle göçebe şeklinde yaşayan halklarda uzun süre korunmuştur. Buna günümüzde Türkmenler, Kazaklar, Kırgızlar, Başkurtlar gibi Türk topluluklarını örnek gösterebiliriz.

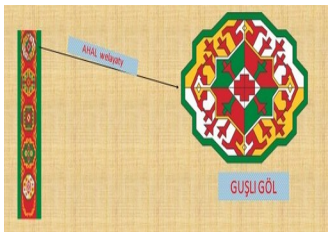
Türkmenlerin boyu, soyu ve etnik durumları ile ilgili konuları detaylı inceleyenlerden biri de Prof. Dr. Soltanşa Ataniyazov’dur. O kendinin “Türkmen Boylarının Geçmişi, Yayılışı, Bugünkü Durumu ve Geleceği” başlıklı bilimsel makalesinde Türkmen boyları, soyları ve etnik konuları hakkında geniş bilgi verir.

Prof. Dr. Soltanşa Ataniyazov kendi çalışmasında büyüklü küçüklü 30 a yakın Türkmen boylarına ait bilgiler verir. Ona göre günümüzde Türkmen boyları kendi kaynağını eski Oğuz

boylarından aldığından dolayı bu boyların devamı olarak bilinmelidir. Daha doğrusu bu günkü boylar Türkmen halkının yaşadığı sosyal şartların temelinde oluşan sosyolojik daldır.

Bilindiği gibi her bir boyun kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bunlara damgalar, kıyafetler, gelenek- görenekler, nakışlar, halılar, motifler gibi çeşitli örnekleri gösterebiliriz.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi Bağımsız Türkmenistan devletinin bayrağındaki beş motifin yer almasının temelinde Mahtumkulu'nun "*Bir devlete kulluk etsek beşimiz*" görüşü yatmaktadır.



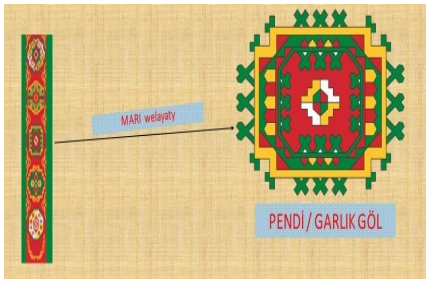
Bayrakta ilk sırada yer alan motif Türkmenistan'daki beş ilden biri olan Ahal ilini temsil eder. Motif "Guşlı Göl" (Kuşlu Motif) olarak adlandırılır.

TEKE BOYU/MERKEZ: Büyük Türkmen boylarından biridir. Teke boyu mensupları, günümüzde Ahal ve Marı vilâyetlerinin asıl halkını meydana getirmektedir. Onlar Gızılarbat'tan Murgap ırmağının kıyılarına kadar geniş bir coğrafyada yaşamaktadırlar.

Tekeler XVII. asra kadar büyük ve güçlü bir boy şeklinde Türkmen tarihinin sahnesinde pek yer almamış gibi görünmektedirler. Türkmen boy ve uruklarının ortaya çıkışlarını ele alan Şecere-i Terakime (Türkmenlerin Şeceresi) adlı eserini 1660'da yazan Hive hanı Ebulgazi'nin Tekeler hakkında çok az bilgi vermesi de buna şahitlik etmektedir [Ataniyazov, 1999].

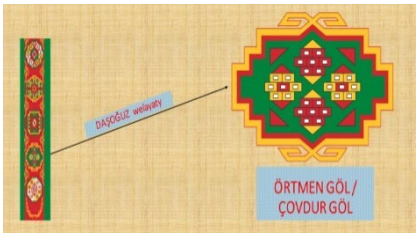
Bayrakta ikinci sırada yer alan motif Türkmenistan'daki beş ilden biri olan Balkan ilini temsil eder. Motif "Gabsa Göl" (Kapı Motifi) olarak adlandırılır.

YOMUT BOYU: Bu boya mensup olanlar Balkan ve Daşhovuz vilâyetlerinde yaşayan halkın çoğunluğunu teşkil etmektedirler. İlişki içinde oldukları boyların ve toplulukların çok çeşitli oluşu ve ekonomik hayatı düzenleyen geleneklerin bazı farklılıklar göstermesi yüzünden, temelde aynı boya mensup olan bu Yomutlar (Batı / Balkan ve Kuzey/ Daşhovuz Yomutları) arasında şive, giyim- kuşam, güzel sanatlar (halı-nakış), yemekler vb. konusunda birbirinden az da olsa farklılıklar meydana gelmiştir. Büyük bir bölümü İran'daki Türkmensahra'da (Etrek-Gürgen dolayları) yaşamaktadır. [Ataniyazov, 1999].



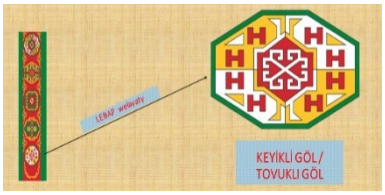
Bayrakta üçüncü sırada yer alan motif Türkmenistan'daki beş ilden biri olan Marı ilini temsil eder. Motif "Pendi / Garlık Göl" (Pendi /Karlık Motifi) olarak adlandırılır.

TEKE/SARIK BOYU: Bu boya mensup olanlar Murgap deryasının orta kısımlarında şimdiki Guşgı, Tagtabazar ve Yolöten ilçelerinde yaşamaktadırlar. [Ataniyazov, 1999].



Bayrakta dördüncü sırada yer alan motif Türkmenistan'daki beş ilden biri olan Daşoğuz ilini temsil eder. Motif "Örtmen/Çovdur Göl" (Örtmen / Çavaldır Motifi) olarak adlandırılır.

CUVALDAR (Çovdur): Reşidüddin' de ve Salar Baba'da "Çavuldur" Yazıcıoğlu 'nda "Çavındır", Kitab-ı Dede Korkut'ta "Çavuldar" şeklinde anılan bu boy adı, günümüz Türkmen dilinde "Çovdur" şeklinde geçmektedir. Türkmenistan'da Çovdur boyunun adını taşıyan yer-yurt adları pek çoktur. Daşhovuz vilâyetinin Gubadag ve Boldumsaz ilçelerindeki Çovdurlar'ın yaşadıkları obalar tamamen "Çovdur ili" olarak anılagelmiştir. Çovdur adlı obalara (Sayat ve Türkmenkale ilçelerinde), "Çovdurbulak" adlı kuyuya (Gızılkum çölü) ve "Çovduryab" adlı dereye (Esengulı ilçesi Hazar kıyısı) yer-yurt adı olarak bu ad verilmiştir. Bu adın en eski şekli olan "Çavuldur" ise Kazakistan'da "Şevülder" adlı demiryolu durağının adında muhafaza edilmektedir. [Ataniyazov, 1999].



Bayrakta beşinci sırada yer alan motif Türkmenistan'daki beş ilden biri olan Lebap ilini temsil eder. Motif "Keyikli / Tovuklı Göl" (Geyikli / Tavuklu Motifi) olarak adlandırılır.

ERSARI BOYU: Büyük Türkmen boylarından biri olan ve Lebap bölgesinde yaşayan halkın büyük çoğunluğunu teşkil eden "Ersarılar", Türkmenistan'ın çeşitli bölgeleri ile Özbekistan'ın Buhara, Zerefşan, Kaşkaderya, Surhanderya vilâyetlerinde ve Tacikistan'ın Cılıköl dolaylarında bulunmaktadır. Ayrıca bunların önemli bir kısmı Afganistan'ın kuzey sahalarında ve bir kısmı ise İran'da (Meşhet, Bücnurt dolayları) ve Türkiye'de yaşamaktadırlar. Mevcut bütün kaynaklar, Ersarı boyuna "Ersarı" adlı tarihî bir şahsın adının

verildiğini haber vermektedir. Gerçekten de Balkan dolaylarında yaşayan ve “Salır ili” olarak bilinen boylar

birliğinin lideri olan Ersarı Bay tarihî bir şahsiyettir. Bu konuda Ebulgazi Bahadır Han: "Salur ili'nde, Abulhan'da (Balkan) Ersarı Bay tiygen bar irdi. Uzak ömür tapgan dövletli ve müslümançılıkla kuşeş kılaturgan kişi irdi."(Ebulgazi, 1958) demektedir. Bu eserde Ersarı'nın şeceresi şöyle verimektedir. "Oğuz, onun neslinden Salır Gazan, onun neslinden Ögürcik Alp, onun oğlu Berdi, Berdi'nin oğlu Gulhacı, Gulhacı'nın oğlu Ersarı." Asıl adı "Gulmuhammet" olan Ersarı Bay, XIII. asrın ilk yarısında Moğollar tarafından yerlerinden ve yurtlarından edilen ve sağa sola dağılan Türkmenlerin geriye kalanlarını bir araya toplamış ve başlarına geçmişti.

Böylece bu topluluğa "Ersarı ili" adı verilmiştir. Sadece bir boydan yani Salılar'dan meydana gelmeyen bu topluluğun, orta çağlarda Türkmen boylarının pek çoğunu bünyesi içinde topladığı tahmin edilmektedir. Ancak bu birleşmenin çekirdeğini, "Salurlar" veya "Salır" denilen boylar topluluğu içindeki Türkmenler 'in meydana getirdiği gözden uzak tutulmamalıdır. Bu devir de bahis konusu topluluğa "Sarılar" denilmiş olsa gerektir. Çünkü bu boyun önderi olan Gulmuhammet'e "Ersarı" eri veya "Sarıların serkerdesi" (baş komutanı anlamında) unvanları verilmiş idi. [Ataniyazov, 1999]. Kısaca özetlemek gerekirse şunu söyleyebiliriz. XVIII yüzyılda yaşamış olan Türkmen milli şairi Mahtumkulu'nun birlik beraberlikle ilgili görüşleri o dönemdeki bütün Türkmen halkının haykırışıdır. Bunun temelinde de boyların birleşip, bağımsız bir devlet kurmak görüşü yatmaktadır. Amaca ulaşmanın yegâne yolu da birlik beraberlikten geçer. Bunun için de öncelikle "*bir yere bel bağlamak*", sonra da "*bir devlete kulluk etmek*" gerekiyordur. Böylece başka bir yerde örneğine rastlamayacağımız bir haritaya bakarak da Türkmen boylarının birleşip bağımsız devlet kurmak arzusunun gerçekleştiğini bayrakta motife olarak işlenmesinden de görebiliyoruz.

7. Coğrafik Miras Parçası Olarak Bayrak. Türkmenistan haritasına baktığımızda yine Türkmen bilgesi Mahtumkulu'nun "Ceyhun ile Bahr-ı Hazar arası" dediği coğrafik miras parçasını görebilmekteyiz. Türkmenistan'ın genel coğrafik yapısı beş eyaletten oluşur.

Bu beşlik birleşip kocaman Türkmenistan devletinin temelini oluşturur. Bunu coğrafik yönetim merkezleri de aşağıdaki beş tane büyük ilidir:

1.Ahal welaýaty (Ahal İli).

2.Balkan welaýaty (Balkan İli).

3.Daşoğuz welaýaty (Daşoğuz İli).

4.Lebap welaýaty (Lebap İli).

5.Mary welaýaty (Marı İli).

Sonuç Olarak Bayrak. Türkmenistan devletinin Bayrağıyla ilgili yaptığımız bu küçük araştırmamızın sonucundan yola çıkarak, Bayrağın bir milli miras olarak kabul görülmesini öneriyoruz. Onun her bir tarafına baktığınızda da onda bulunan miras parçacıkları görülmektedir.

KAYNAKLAR

Ataniyazov, S., "Türkmen Boylarının Geçmişi, Yayılışı, Bugünkü Durumu ve Geleceği", Bilig- 10 /Yaz 1999.

Ercilasun, A.B., Türk Kağanlığı ve Türk Bengü Taşları, İstanbul, 2016: 357-361.

Garrıyev B.A., Magtımgulı. Aşgabat: Ilım, 1975.

Gülcan Y. (2003). Türk Tarihi ve Kültürü. Alfa Basım Yayın, İstanbul.

Gülensoy, T., Orhun'dan Anadolu'ya Türk Damgaları, İstanbul, 1989.

Magtymguly(2014). Saýlanan eserleri. I-II. Aşgabat. Milli golýazmalar instituty.

Remzi Duran. "Motiflere Dönüşmüş Türk Damgaları - Geometrik Motiflere Farklı Bir Bakış", Akdeniz Sanat Dergisi-Cilt:13-Sayı:23-Özel Ek Sayı. (s.680-697).

Türkçe Sözlük (1998). 1 (A-J); 2 (K-Z). Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu. Türk Dil Kurumu. Ankara.

Türkmen diliniň düşündirişli sözlügi (2016). Tom 1-2. Türkmen döwlet neşirýat gullugy. Aşgabat.

Vambery, A., *Orta Asya Gezisi (Haz. N. A. Özalp)*, İstanbul, 1993, S. 57.

Vikipedi:[https://tr.wikipedia.org/wiki/Bayrak] Vikipedi:
[https://tr.wikipedia.org/wiki/O%C4%9Fuz_Han]

Yetkin, Ş., "Yurdumuzdaki Müzeler Ve Camilerde Bulunan Değerli Halılar", *Türk Kültürü.*

OSMANLI'NIN BALKANLARDAKİ KÜLTÜREL MİRASI: HAMİDİ (HAMİDİYE) SELANİK HASTANESİ

Metin Seyyar
İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Balkan Çalışmaları
E-mail: mtnsyyr20@gmail.com

Özet
Osmanlı, Balkan coğrafyasındaki kültürel mirası/varlığı sayesinde çoğu yapılarda derin etkiler bırakmıştır. Bu etkilerin yansımaları değişik yapılarda gerek Anadolu coğrafyasında gerekse Balkan coğrafyasında kalıcı kültürel mirasa dönüşmüştür. Bu anlamda Osmanlı İmparatorluğu, Balkanlar'ı kaybetmesine rağmen geriden güçlü bir kültürel miras bırakmayı başarmıştır. Bu sayede, Osmanlı İmparatorluğu Balkanlar'ı kültürel yönden derinden etkilemiş ve bölgede güçlü bir Türk kültürünü ortaya çıkarmıştır. Çünkü altı asırlık siyasi hâkimiyet ve kültürel kurumlaşma sonucunda Balkan ülkelerinde Türk-İslam kimliği ve kültürü kök salmıştır. Nitekim Osmanlı, Balkan coğrafyasında hüküm sürdüğü asırlar boyunca hastane, mescit, mektep, külliye, saray, han, hamam, kervansaray, köprü, çeşme, kütüphane gibi çok çeşitli yapılar inşa etmiştir. Osmanlı sonrası Balkanlarında her ne kadar bu kültürel miras ile ilgili bazı yıkımlar yaşansa da bu dönüşüm evreninde var olan yapılardan günümüze kadar gelen yapıların fotoğrafları mevcuttur. Bütün anlatılar ışığında, bu çalışmada Abdülhamid döneminde 1904 yılında kurulan Hamidi (Hamidiye) Selanik Hastanesi'ne ait fotoğraflar üzerinden Osmanlı'nın Balkanlardaki kültürel mirasına katkıda bulunulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Osmanlı, balkanlar, kültür, kimlik, miras, hastane.*

CULTURAL HERITAGE OF THE OTTOMANS IN THE BALKANS HAMIDI (HAMİDİYE) SELANIK HOSPITAL

Abstract
Owing to its cultural heritage/asset in the Balkan geography, the Ottomans left a deep impact on most of the buildings. The reflections of these effects have turned into a permanent cultural heritage in different structures both in the Anatolian geography and in the Balkan geography. In this sense, the Ottoman Empire managed to leave behind a strong cultural heritage despite losing the Balkans. In this way, the Ottoman Empire deeply affected the Balkans culturally and revealed a strong Turkish culture in the region. Because, as a result of six centuries of political domination and cultural institutionalization, Turkish-Islamic identity and culture took root in the Balkan countries. As a matter of fact, the Ottoman Empire built a wide variety of structures such as hospitals, mosques, schools, social complexes, palaces, inns, baths, caravanserais, bridges, fountains, and libraries throughout the centuries when it ruled in the Balkan geography. Although there were some destructions related to this cultural heritage in the post- Ottoman Balkans, there are photographs of the structures that have survived from the existing structures in this transformation universe. In the light of all the narratives, in this study, it is aimed to contribute to the cultural heritage of the Ottoman Empire in the Balkans through the photographs of the Hamidi (Hamidiye) Selanik Hospital, which was established in 1904 during the reign of Abdülhamid.

Keywords: *Ottoman, balkans, culture, identity, heritage, hospital.*

THE TRADITION OF RESPECT FOR THE ELDERS IN THE TURKMEN NATIONAL CULTURE

Dr. Narbibish Shammayeva
Seyitnazar Seydi Turkmen State Pedagogical institute
E-mail: narbibish06@mail.ru

Keywords: *Tradition of respect, values, spiritual mentor, moral guide, forty holy duties, moral improvement.*

Numerous spiritual and material values created by the Turkmen people over many centuries, which have high scientific and educational value, are the basis for the education of modern youth. In the modern world, it becomes increasingly difficult to preserve national traditions due to the integration of people through the Internet and other new information technologies. But, there is a powerful force of the word and national self-consciousness, on which the entire historical life of the nation is based and helps to preserve the identity of the people. One of these words is the word of the great poet, philosopher and spiritual mentor of the Turkmen Dovletmammed Azadi, the father of the great poet Makhtumkuli.

Forty instructions in Dovletmammed Azadi's poem "Vagzy-Azat" is the brightest word in the education of the young generation. The instructions of Dovletmammed Azadi are highly valued in the moral improvement of the nation and serves as a rule of conduct and a moral guide for several generations. The poet gives forty instructions about the duties of children to their parents and the duties of parents to their children. Thus, a wise mentor builds up the attitude of people towards each other in society. The forty holy duties of children to their parents given in the above-mentioned book are grouped by ten, under four headings as: Duties performed by the body and movement; Duties performed by language and word; Duties performed by soul and heart; Obligations performed materially and with money.

Turkmen nation’s moral values include respect for elders, patriotism, hospitality, loyalty, honesty, friendship and openness. The source of upbringing the youth Turkmen nation considers respect for elders. Keeping pace with modern life, we carefully follow the testaments of our glorious ancestors, and then pass on to our children the wise, old traditions of our people, who have been adherent to high moral principles from time immemorial. One of these firm traditions is honoring elders and respect for parents who, while growing and educating their children, do everything possible to make them happy. Creating a family, young men should be its reliable support, and young daughters-in-law should be the keepers of the hearth.

Honoring and respecting the elders, raising their dignity - one of the noblest principles left by our ancestors, is a clear confirmation that the respectful attitude towards the elders among the Turkmens is based on ancient traditions. The people have always had a respectful attitude towards the elder in the family. At the same time, traditional etiquette under the concept of "senior" often provides for the seniority of a person not only in accordance with his age, but based on his status and place in society. Honoring the elders is a sacred duty, the law of the Turkmen people. When solving the main issues in the family, the family always turned to them for advice.

According to Turkmen etiquette, in the presence of an older man, a young man is called upon to observe strict rules. With all his appearance, he must express attention to him, start a conversation or sit down with his permission, not speak louder and more than the elder, not argue with him, not point out his mistakes, implicitly fulfill all his requests, etc. Respect for elders is evidenced by many proverbs and sayings that contain unwritten rules of behavior: “Honor your elders if you want to be respected”, “Loving father, loves the Motherland”, “Gold and silver do not age, father and mother have no prices” and others.

Respect for elders is also based on ancient traditions. It is unacceptable not to fulfill their request, to argue with them, to look at them frowningly or express your dissatisfaction, to wait for gratitude for the service rendered or to remind them of it. Customs require respect for parents and elders in general. The father, as the head of the family, has the right to evaluate the actions of his children, and is also obliged to protect them. Children should treat their mother with special reverence and respect her. The slightest manifestation of disrespect or inattention to the mother is not only condemned by others, but must be immediately stopped.

The succession of the sacred traditions and customs of the Turkmen people, which is reflected in the daily care of the younger generation for the welfare of the elderly, is a tribute, pride in the good deeds of the older generation.

Turkmens are highly moral people. In their attitude to life, they cultivate hospitality, respect for elders, modesty, nobility, truthfulness, honesty, courage, generosity. “A noble person, says the Turkmen proverb, if he promises, he will definitely keep his word. Turkmens highly appreciate the concept of honor. “My honor is the honor of my family, my tribe, my people,” they like to repeat. The so-called spirit of kinship is highly developed among Turkmens. They have always valued sincerity. “Tell the truth, even if it is against you,” says

folk wisdom. Duty and obligation are revered, frivolity and talkativeness are condemned.

The Turkmen society has always had a negative attitude towards slander, believing that "he who gossips with you, gossips against you." And, of course, such unworthy traits as cowardice, cowardice, and ingratitude were condemned.

Turkmens value the feeling of friendship and love, maintain good relations with their neighbors. The traditions of Turkmenistan are very friendly. There are many folk sayings on this topic: “Before you build a house, find out who your neighbor is”, “Live next door to a happy one and you yourself will be happy”, “Take care of your neighbor first”, “A close neighbor is better than a distant brother.

Let’s look through the forty holy duties of children to their parents given in the above-mentioned book are grouped by ten, under four headings as: Duties performed by the body and movement; Duties performed by language and word; Duties performed by soul and heart; Obligations performed materially and with money.

I.

Duties performed by body and movement:

1. Carry out all the instructions of the parents
2. Respect parents.
3. Follow your parents' instructions
4. Don't do what you're told not to do
5. Do not go anywhere if one of the parents does not agree.
6. Meet parents from their voyage.
7. Accompany parents if they are going on a trip.
8. Come immediately to the call of the parents
9. Do whatever they need to do immediately.
10. Obediently follow all the instructions of the parents.

II.

Duties performed by language and word:

1. Your voice should not be higher than the voice of your parents.
2. Must fulfill all their whims
3. Do not speak rude and vulgar words.
4. Don't call your parents by their first names.
5. You can not speak words that offend them.
6. You can't speak directly to their face.
7. You need to speak calmly, good words.
8. You can't tell your parents "Do it or don't do it".
9. You can not spit in the direction where the parents are.
10. You can not laugh or grin in front of parents.

III.

Duties performed by soul and heart.

1. You need to love your parents, you need to surround them with care and love.
2. To be a father's friend, he must be considered the dearest friend.
3. If they rejoice, be joyful.
4. If they grieve, grieve together.

5. If they talk for a long time, there is no need to rush.
6. If they offend, do not be angry.
7. If they are ill, then consider their illness as yours.
8. No need to offend them.
9. If the parents do not speak, one should not try to find out about their thoughts and plans.
10. No matter how long they lived, they became weak wish them a long life.

IV

Obligations performed materially and with money:

1. To keep parents' clothes and bedding better than your own.
2. Feed your parents better than yourself.
3. Prepare a delicious meal and bring to them.
4. Invite to the house those whom parents want to see.
5. Find and bring what parents want.
6. You should be generous for parents.
7. Make a donation for the contentment of parents.
8. Invite brothers and sisters, friends of the father and mother to visit and treat them.
9. If your parents are sick, wish you a speedy recovery.
10. Make donations and pray for their health.

The moral qualities of a person such as responsibility, loyalty, honesty, discipline, empathy are formed from an early age. The seeds of morality are planted by our parents. Their words, behaviors, attitudes, views, and their judgments remain in our memory and even in adulthood we try to copy them, follow their instructions.

In Turkmen families, the testaments of the poet and thinker Dovletmammed Azadi are revered and passed down from generation to generation. The concept and acceptance of the above moral principles will help young people to build relationships successfully in society.

With the formation of an independent state, the Turkmen language became the state language. The creative works of Turkmen poets and spiritual leaders are printed in the Turkmen language, they are included in the curricula of schools and higher educational institutions, and truly folk pedagogy becomes the basis for the education of Turkmen youth.

References

Döwletmämmet Azady (1962) Wagzy-Azat − Aşgabat: . − 260 s.
Döwletmämmet Azady (2012) Eserler ýygyndysy − Bursa: Uly Dag uniwersiteti,. − 392 s.

THE NEW DEVELOPMENT STRATEGY OF UZBEKISTAN IS THE BASIS FOR ENSURING MACROECONOMIC STABILITY

Khurshida Khodjayeva Sharafitdinovna
University of World Economy and Diplomacy

Merzaitova Khilola Nabi qizi
Tashkent State economics university
E-mail: khilolamerzaitova17@gmail.com

Annotation. The article discusses the main objectives of the strategy of the Republic of Uzbekistan for 2022-2026 and its role in the development of the economy and macroeconomics.

Keywords: *Economy, macroeconomics, strategy, green economy, renewable energy sources, annual inflation, monopolies, inflow.*

In recent years, the economy of Uzbekistan has been developing at a rapid pace. Further development of the economy is one of the important directions defined in the Strategy of Action for the Development of the Republic of Uzbekistan. It provides for the achievement of macroeconomic stability and sustainable growth rates of the economy and its branches, deepening of structural and institutional transformations, increasing the competitiveness of manufactured products, development of the potential of regions, districts and cities, intensive development of agriculture. President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev has identified key areas of economic development for the next five years. They are laid down in the Development Strategy of the New Uzbekistan for 2022-2026, the draft of which is put up for public discussion. Among the main directions are the reduction of the VAT rate, the privatization of banks, green generation, and the drastic reduction of monopolies.

Development is one of the forms of movement characterized with a "plus" sign. The concept of "economic development" equally includes both the concept of "growth" and the concept of "sustainability". Sustainability is understood as the ability of an economy to adapt to a new state of equilibrium after it has been brought out of this state under the influence of external disturbing influences. An indispensable condition for economic development is the modernization of all aspects of the economic life of the country, i.e. in transferring to its own the most advanced methods of organization and technology of production, entrepreneurship, developed and implemented in the most developed countries of the world.

Economic development assumes that the national economy can be in a state of both economic growth and recession. Moreover, the recession is considered as a period during which

the balance between aggregate demand and aggregate supply is restored, inefficient enterprises leave the market. As a result, the basis for future economic growth is being created. Thus, economic development is an irreversible process of quantitative and qualitative changes in the long term, the emergence of something new, previously unknown, or, in other words, innovation.

In the classical economic theory of the XIX century, economic growth was given a significant place. The essence, mechanism and trends of growth were in the focus of attention of A. Smith, D. Riccardo, T. Malthus, K. Marx, J. S. Mill. Then, after a long break, the scientific work of the Russian economist G.A. Feldman followed, in which he developed the foundations of the theory of economic growth in relation to the Soviet planned economy. By analyzing and discovering a number of new dependencies, he created a forecast of the country's development for 25 years, which represented a new word in economic theory and practice. The main goal of economic growth is to increase the material well-being of the population.

About the main macroeconomic results of the first quarter in the review of the expert of the Center for Economic Research and Reforms (CEIR), Ruslan Abaturov.

In Uzbekistan, the inflation rate continues to slow down, the price growth in the first quarter was 2.5%, whereas in the same period in 2020 – 2.8%. As before, the main driver of inflation is the increase in food prices - they increased by 3.1% by December 2020, however, with a slowdown in comparison with the same period last year (for the first 3 months of 2020 by 4.3%). The growth of prices for non-food products remained at the level of 1.7%, but prices for services grew at a faster pace than in the same period last year – by 2.7% in the first three months of this year against 1.5% in the same period last year.

According to the results of the first quarter, the economic development of Uzbekistan continued to be affected by the global crisis, which is reflected in a slowdown in the growth rates of certain sectors of the economy compared to the first quarter of last year, a decline in foreign trade (which is largely due to the cessation of gold exports).

In general, the economy of Uzbekistan is actively striving to return to pre-crisis dynamics.

The economy of Uzbekistan continues to develop at a record pace this year. According to the results of 9 months of 2021, the gross domestic product of the country grew by 6.9%. For comparison, in the same period last year, due to the pandemic, economic growth was only 0.8%.

Inflation in Uzbekistan continues to slow down. According to the results of September to December of last year, the consumer price index increased by 5.9%, which is lower than 6.3% for the same period last year. The largest increase in prices is noted for consumer goods – 6.7%. Prices for non-food products increased by 4.9% in 9 months. As before, this year prices for services show a faster growth compared to the past - 6.1% versus 4.5%.

The inflow of investments, which went into negative territory last year, shows a moderate growth rate of 5% this year. Investments at the expense of centralized sources continue to decline: from 22% in January-September 2020 to 18.7% for the same period this year. The decrease is mainly due to the reduction of attracted foreign loans under the guarantee of the government. At the same time, investments at the expense of budget funds increased by 28%. In contrast, the share of investments from non-centralized sources increased from 78% to 81%. For example, enterprises increased the volume of investments by 5%, foreign loans and foreign direct investment increased by 16% in dollar terms. There is an increased dynamics of investment growth and at the expense of the population - by 11%. In general, investment activity in the economy is gradually moving towards pre-crisis indicators, but with a significant structural change in the share of financing sources.

According to the results of 9 months, output growth is observed in all sectors of the economy. The main drivers are the service sector and industry.

By the way, the growth rate in foreign trade slowed down significantly to 2.5%. The volume of foreign trade turnover amounted to $28.2 billion. A serious decline is observed in exports by 17%. At the same time, imports increased by 18.7%.

Meanwhile, it should be noted that exports excluding gold are growing this year. For example, exports of textile products increased by 58.3% in nine months, services by 24%, machinery and equipment by 80%, chemical products by 26%

The increase in imports is due to an increase in food supplies from abroad by 37%, services by 45%, ferrous metals and products made from them by 30%, chemical products by

21%. At the same time, imports of machinery and equipment, as the largest item, increased by 5.5%, reaching $6.8 billion.

Thus, the economy of Uzbekistan for 9 months of this year, despite the ongoing challenges of the pandemic, has already returned to outstripping growth.

Within the framework of the document, in 2022 it is planned to take measures to reduce the annual inflation rate to 9 percent, in 2023 - to 5 percent, the fiscal deficit - to 3 percent, in the future to prevent exceeding these inflation indicators and the State budget deficit. In the banking sector, the authorities intend to complete the transformation of commercial banks with a state share, paying special attention to increasing the private sector's share in banks to 60 percent by the end of 2026. And that's not all, from 2023 it is planned to reduce the value added tax rate to 12 percent, the income tax rate in such areas of entrepreneurship as banking and finance, telecommunications - up to 15 percent. Special attention is also paid to the green economy, it is planned to take measures to increase the energy efficiency of the economy by 20 percent by 2026 and reduce the volume of harmful gases into the atmosphere by 10 percent through the active introduction of "green economy" technologies in all spheres. In order to achieve these indicators, submit the following projects to the Cabinet of Ministers:

To the Ministry of Energy until March 1, 2022 - programs for expanding and supporting the use of renewable energy sources, improving energy efficiency of social, commercial and administrative buildings and structures;

To the Ministry of Innovative Development until May 1, 2022 – programs for the creation of technology for the production, storage and transmission of hydrogen energy;

The Ministry of Economic Development and Poverty Reduction, until June 1, 2022, will receive programs for the transition to a "green" economy and energy conservation to reduce losses in industries and increase resource efficiency, as well as the creation of a system to stimulate the production and operation of electric vehicles.

It is intended to eliminate monopolies in over 25 types of activities by abolishing exclusive rights and privatizing companies with state participation in order to reduce state interference in the economy and create broad opportunities for the private sector, including:

In 2022 - 14 types of activities, including services for the supply of liquefied gas to the population and social facilities, as well as certification services;

In 2023-2025 – 11 types of activities, including services for the storage of petroleum products, provision of additional services in the field of railway transportation, operation of airport and station complexes, collection, transportation, disposal and processing of solid household waste, railway forwarding services.

Over the next five years, the share of investments in GDP will remain at about 30 percent, which is 120 billion dollars, of which at least 70 billion will be foreign investments. Within the framework of public-private partnership projects, it is planned to attract $ 14 billion in the development of transport, road construction, water resources management and other areas. In addition, it is planned to create a Development Bank to stimulate industry and improve infrastructure in the regions. When concluding investment contracts with domestic businesses making large investments, the state guarantees the preservation of investment conditions for 10 years. A methodology for evaluating the effectiveness of projects implemented with the participation of international financial institutions, based on clear criteria, and a modern management system for these projects will also be introduced.

REFERENCES

https://cyberleninka.ru/

https://ifmr.uz/

https://xs.uz/

https://scholar.google.ru/

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE GELİR YÖNETİMİ UYGULAMALARI VE HİZMET KALİTESİ: DENİZLİ ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Emin Soydaş
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi
E-mail: mesoydas@pau.edu.tr

Şule Demirbaş
Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Özet

Turizm işletmelerinin en önemli hedeflerinden biri kâr elde etmektir. Bu hedefe ulaşmak için de hizmet kalitesine önem vermek, fiyatlandırma stratejilerinden haberdar olmak ve gelir yönetimi tekniklerini uygulamak gerekmektedir. Hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetimi uygulamaları yakın ilişki içerisinde olduğu için birbirlerini etkileyerek işletmeye olumlu katkılar sağlamaktadır. Bu katkıların başında kâr elde etme, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati, rekabet avantajı gelmektedir. Literatür tarandığında bu üç faktörün ayrı ayrı ele alınmasına rağmen birbirleriyle olan ilişkinin incelendiği çalışmalara rastlanılmamaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yöntemi teknikleri araştırılarak birbirleriyle olan ilişkinin ortaya koyulması ve Denizli ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı şehir otellerinin bu üç faktörü kullanma durumlarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Amaca yönelik olarak Denizli ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı şehir otellerinde görev alan konu ile ilgili departman yöneticileriyle öncesinde randevu alınarak, katılımcıların çalışma ortamlarında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise katılımcıların hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetimi hakkında bilgi sahibi olduğu fakat bu faktörleri ifade ederken farklı tanımlara başvurdukları ve faktörleri birbirleriyle ilişkili olarak açıkladıkları görülmüştür. Ek olarak Denizli ilinde bulunan şehir otellerinin kısmen gelir yönetimi uygulamalarını uyguladıkları fakat teorik olarak farkında olmadıkları saptanmıştır. Ayrıca gelir yönetimi uygulamalarının ve fiyatlandırma stratejilerinin genel olarak hizmet kalitesini etkilemediği, etkilese bile olumlu etkilediği ve her koşulda hizmet kalitesi standardının korunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeleri: *Gelir yönetimi, hizmet kalitesi, fiyatlandırma, konaklama işletmeleri, denizli, turizm.*

REVENUE MANAGEMENT PRACTICES AND SERVICE QUALITY IN THE ACCOMMODATION SECTOR: THE CASE OF DENİZLİ

Abstract

One of the most important goals of tourism enterprises is to make profit. In order to achieve this goal, it is necessary to attach importance to service quality, to be aware of pricing strategies and to apply revenue management techniques. Since service quality, pricing and revenue management practices are in close relationship, they affect each other and provide positive contributions to the business. At the beginning of these contributions are making profit, customer satisfaction, customer loyalty, and competitive advantage. When the literature is scanned, although these three factors are handled separately, there are no studies examining the relationship with each other. From this point of view, in this study, it is aimed to reveal the relationship between service quality, pricing and income method techniques in accommodation establishments and to determine the use of these three factors of city hotels in Denizli. For the purpose, an appointment was made with the department managers working in the city hotels in Denizli, and interviews were held in the working environments of the participants. As a result of the study, it was seen that the participants had knowledge about service quality, pricing and revenue management, but they used different definitions while expressing these factors and explained the factors in relation to each other. In addition, it has been determined that city hotels in Denizli partially apply revenue management practices, but they are not theoretically aware of it. Additionally, it has been determined that revenue management practices and pricing strategies do not affect the service quality in

general, but positively even if they do, and the service quality standard is maintained under all circumstances.

Keywords: *Revenue management, service quality, pricing, hospitality management, denizli, tourism.*

GİRİŞ

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için kaliteli hizmet sunmaları gerekir. Hizmet kalitesine önem vermeyen işletmeler yoğun rekabet ortamında zor duruma düşebilmektedirler (Zengin ve Erdal, 2000). Dolayısıyla bir hizmet işletmesinin rakiplerinden farklılaşmasının en önemli yollarından biri, diğer işletmelerden daha yüksek kaliteyi sunmaktır (Kekeç, 2008). Hizmet sektöründe kalite; ihtiyaç duyulan mal ya da hizmetin uygulanabilirlik, kontrol edebilme ve sürekliliği sağlayabilme açısından beklentileri karşılayabilme becerisiyle güç ve karmaşık bir kavramdır (Sevimli, 2006; Kılıç ve Eleren, 2009). Bir mal veya hizmetin kalitesi, o mal veya hizmetin müşteri ihtiyaçlarını tam olarak karşılaması, zamanında üretimi, teslimatı ve uygun bir fiyatı olması en önemli özellikleridir. (Akbaba ve Kılınç, 2001). Hizmet kalitesi, bir işletmenin müşteri beklenti ve isteklerini karşılayabilme ya da geçme yeteneğidir ve hizmet kalitesinde önemli olan unsur müşteri tarafından algılanan kalitedir (Sevimli, 2006). Bu nedenle hizmet kalitesinin yüksek olması, müşteri memnuniyetiyle birlikte işletmelerin kârlarını arttırmasını ve müşteri sadakatini sağlamaktadır (Koçoğlu, 2009; Giritlioğlu, 2012). Aynı şekilde hizmet kalitesi yalnız belli standartlarda tutulursa işletme ile müşteri ilişkisi iyileşebilir ve yeni müşterilerle ilişki güçlenebilmektedir (Temizel ve Garda, 2017). Kekeç (2008) ise insanların ihtiyaç duydukları hizmetin en iyisini almak ve tatmin olmak istemeleri sebebiyle hizmet üretirken kaliteyi denetlemek gerektiğini ve hizmet kalite ölçümünün zor olması nedeniyle hizmet kalitesini ölçenin insanlar yani müşteriler olduğunu belirtmektedir.

Turizm işletmelerinde hizmet kalitesinin yanında bir diğer önemli faktör fiyatlandırmadır. Fiyat, ilk çağlardan itibaren insanları ve işletmeleri ilgilendirmiş ve halen ilgilendiren önemli bir meseledir (Polat, 2015). Fiyatlandırma güç ve karmaşık bir süreçten oluşmakta ve özellikle turistik ürünün çeşitli mal veya hizmetten oluşması, fiyatlandırma kararlarını zorlaştırmaktadır (Karahan, 2014). Turizmde fiyatlandırma stratejileri; bazı unsurlara (maliyet giderleri, satış hacmi, rakiplerin fiyatları, azar ve çevre koşulları vb.) bağlı olarak değişmesi ve işletmelerin kolaylıkla verebileceği karar olmaması nedeniyle fiyatlar belirlenmeden önce pazarlama yöneticileri tarafından pazar araştırması yapılması

gerekmektedir (Atasoy, 2016). Bu fiyatlandırma stratejilerini uygulayabilmek ise, hedef

kitlenin iyi değerlendirilmesi, ürünün talep görmesi ve elde edilecek gelir bakımından avantaj sağlamaktadır (Aydın, 2019). Fiyatlandırma stratejilerinde dikkat edilmesi gereken faktör; bir ürünün tek başına ele alınmayıp, ürün portföyündeki konumunun da değerlendirilerek fiyatlandırma yapılmasıdır (Aydın, 2019). Atasoy (2016) ise fiyat belirleyen temel faktörün rekabet olduğunu belirterek fiyatlama stratejilerinde karar verilirken rakiplerin pazardaki fiyat düzeylerinin dikkate alındığını vurgulamaktadır.

Hizmet kalitesi ve fiyatlandırmaya ek olarak gelir yönetimi konaklama işletmelerinde başarıyı etkileyen unsurlar arasındadır. "Gelir yönetimi, belirsiz talep ve kolay bozulabilir ürüne sahip hizmet işletmeleri tarafından gelir maksimizasyonu için kullanılan bir süreç olmakla birlikte mikro ekonomi seviyesinde geliri maksimize etmek için müşteri davranışlarını tahmin eden bir stratejik çalışma uygulamasıdır" (Hacıoğlu, 2011). Gelir yönetimi sınırlı kapasiteyi doğru zamanda, doğru müşteriye, geleceği tahmin edilen talep miktarına uygun bir fiyattan ayırarak fiyatlandırma stratejileriyle uygulamak ve sistemli bir süreç içerisinde yönetmektedir (Korkmaz, 2014; Demriçiftçi vd., 2016). Gelir yönetiminin ilk olarak havayolu işletmelerinde uygulandığı dikkate alındığında, havayolu işletmelerinin gelir yönetiminin gelişmesinde ve yaygın olarak kullanılmasında önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir (Arıkan ve Parlakkaya, 2020). Gelir yönetimi uygulamalarının ilk olarak havayolu firmalarında uygulanmasının nedeni; bir uçuşta satılamayan her koltuğun gelir kaybına neden olması ve o koltuğun uçuş başladıktan sonra bir daha satılma imkânının olmamasıdır (Korkmaz, 2014). "Otelcilik sektöründe gelir yönetimi uygulamaları, havayolu endüstrisine göre daha karmaşıktır. Havayolu şirketleri birbiri ile aynı fiziksel özelliklere sahip uçak koltukları için değişik fiyat kategorileri belirleyip, hangi kategoriden kaç adet koltuk satacaklarına karar verirken otellerde fiziksel olarak birbirinden çok farklı ve değişik kapasitelerde oda türleri mevcuttur" (Meterelliyoz ve Tan, 2015). Gelir yönetiminin temelinde talep ve pazarın sınıflandırılması yer almasıyla tüm pazarlar için bir fiyat karşısında farklı davranan gruplar vardır ve bu gruplar verilen bir fiyat karşısında farklı tepkiler verdikleri için fiyat farklılaştırması gelir yönetiminin temel unsurlarından biridir (Çabuk Ercan, 2018). "Gelir yönetiminin fiyatlandırma, dağıtım kanalları ve kapasite yönetimi konuları ile yakın ilişki içerisinde olduğu belirlenmekte ve etkili bir gelir yönetimi için dağıtım kanalları ile sözleşmeler yapmanın, tanıtım ve pazarlama ile doğrudan satışlara yönelik çalışmaların önemli olduğu anlaşılmaktadır" (Arıkan ve Parlakkaya, 2020). Ayrıca gelir yönetiminin uygulanabilmesi için

de çalışanların, misafirlerin ve yöneticilerin gelir yönetimi kriterlerini kabullenmesi gerekmektedir (Demirçiftçi vd., 2016).

Konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetimi, birbirleriyle ilişkili faktörlerdir. Fakat literatür incelendiğinde bu üç faktör ayrı ayrı ele alınmasına rağmen birbirleriyle olan ilişkinin incelenmediği saptanmaktadır. Hâlbuki bu faktörler konaklama işletmelerinde müşteri tatmini, sadakati ve bağlılığını sağlamada rol oynamaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetimi araştırılarak birbirleriyle olan ilişkinin ortaya koyulması ve Denizli'de bulunan şehir otellerinin gelir yönetimi uygulamalarını kullanma durumunun tespit edilmesi amaçlanmıştır.

LİTERATÜR

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Konaklama işletmelerinde "Gelir yönetimi", "Hizmet kalitesi" ve "Fiyatlandırma" anahtar kelimeleri ile yapılan literatür taramasında birçok çalışmanın olduğu fakat birbirleriyle olan ilişkilerin incelendiği çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Rastlanan çalışmalarda konuların çoğunluğunun hizmet kalitesinin ölçümüne odaklı olduğu, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ilişkisinin gözlemlendiği, otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamalarının araştırıldığı ve fiyatlandırma yöntemlerini belirleyen unsurların incelendiği tespit edilmektedir.

FİYATLANDIRMA VE KALİTE

Avlonitis ve Indounas (2005) tarafından ele alınan hizmet şirketlerinin fiyatlarını belirlemek için benimsedikleri fiyatlandırma stratejileriyle uyguladıkları fiyatlandırma hedeflerinin araştırıldığı çalışmada, fiyatlandırma hedeflerinin fiyatlandırma yöntemleri ile ilişkili olduğu ortaya koyulmakta ve hizmet kalitesiyle ilgili hedefler ile kâr ve satış maksimizasyonu hedefinin olumsuz olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca fiyatlandırma için her zaman müşterilerin dikkate alınması ve maliyeti müşterilerin ihtiyaçlarına göre belirlenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Fiyatların, müşterilerin kalite ve değer algıları üzerindeki etkisini ampirik olarak araştırmayı amaçlayan Ye vd. (2014) fiyatın algılanan kalite üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmasına rağmen algılanan değer üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmakta ve fiyatın, algılanan kaliteye ilişkin derecelendirmelerinde

olumlu bir rol oynadığını göstermektedir. Onaran vd. (2014) tarafından butik otellerin fiyatlandırma

kapsamında demarketing stratejisinin kullanılma durumunun incelendiği çalışmada özellikle yüksek kalitede hizmet veren butik otellerin demarketing stratejisini uyguladıkları görülmekte ve bu otellerin fiyat yükseltip, hizmet kalitesini artırarak bazı sınırlamalar koydukları, bu nedenle dolaylı ya da dolaysız olarak demarketing stratejisi uyguladıkları tespit edilmektedir. Termal turizm işletmelerine turistik tüketici olan müşterilerin tatmin düzeylerine etki eden faktörleri inceleyen Belber ve Turan (2015), termal tesislerin fiyat seviyelerini planlarken, kaliteli hizmeti uygun fiyatla sunmalarının tercih edilmelerinde önemli düzeyde etkili olacağına ulaşmaktadırlar. Akay ve Türkay (2016) tarafından araç kiralama sektöründe rekabet belirleyicilerinin işletme performansı üzerine etkilerinin incelendiği çalışmada bilgi teknolojileri kullanımı, stratejik iş birlikleri, hizmet kalitesi, rekabetçi fiyat sunma rekabet belirleyicileri olarak saptanan ana unsurlar olarak görülmektedir.

Reichel vd. (2000) kırsal turizm kapsamında hizmetteki boşlukları inceleyerek memnuniyet seviyesini artırmak için beklentilerin belirlenmesi ve hizmet kalitesinin arttırılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Anlatıcı ve Biçer (2019) beş yıldızlı otel sağlıklı yaşam merkezlerinin üyelerinin bağlılığını sağlamak için uyguladıkları hizmet anlayışı ile fiyatlandırma uygulamalarını incelediği çalışmada hizmet kalitesinin üyelerin sağlıklı yaşam merkezine ilişkin düşüncelerini doğrudan etkilediğini, ödenen ücret ile memnuniyet düzeyi arasında anlamlı fark olmadığı dolayısıyla üyelik yenilemede etkenin fiyat değil memnuniyet olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Turizm işletmelerinde özellikle kriz dönemleri başta olmak üzere gerçekleştirilen fiyat uygulamalarını inceleyen Demirezen (2019) konaklama işletmelerinin çoğunlukla talebe göre fiyat belirlediği, maliyeti de dikkate almalarına rağmen rekabeti daha az dikkate aldıklarını belirtmekte ve fiyatlandırmada az maliyetle ürün veya hizmet kalitesini artırarak müşteri memnuniyetini artırmayı böylece kâr elde etmeyi amaçladığını ortaya koymaktadır. Julvirta (2021) ise üç yıldızlı otellerde ağırlıklı olarak müşteri sadakatini etkileyen faktörlerin fiyat belirleme, hizmet kalitesi, otel atmosferi ve müşteri memnuniyeti olduğunu belirtmekte ve bu faktörlerin müşteri istekleri doğrultusunda belirlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

FİYATLANDIRMA VE HİZMET KALİTESİ (HAVALİMANI)

Düşük maliyetli bir havayolu işletmesini tercih eden yolcuların hizmet kalite algısını ölçmeyi ve demografik özellikler ile hizmet kalitesi algısını incelemeyi amaçlayan Şen ve Akpur (2017) hizmet kalitesinin boyutları olan fiziksel özellikler, güven, heveslilik,

güvenilirlik

ve empati bileşenlerinin birbirlerini pozitif yönlü etkilediği ortaya koymakta ve demografik özelliklerin hizmet kalite algısını değiştirmediğini belirtmektedirler. Havalimanında faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin algılanan hizmet kalitesini belirlemeyi amaçlayan Çekin (2020) aynı şekilde hizmet kalitesinin demografik özelliklerden etkilenmediği ve yolcuların işletme fiyatlarından memnun olmadığı sonucuna ulaşmaktadır. Erdoğan (2020) ise havalimanı hizmet kalitesini önem- performans analizi ile değerlendirmekte ve yolcu memnuniyetinin en yüksek olduğu boyutun terminalin ambiyansıyken, yolcu memnuniyetinin en düşük olduğu boyutun bir önceki çalışmaya benzer olarak havaalanında uygulanan fiyatlar olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

GELİR YÖNETİMİ VE FİYATLANDIRMA

Turizm İşletmesi belgeli 1. sınıf restoran işletmelerinin, gelir yönetimi uygulamalarını belirlemeyi amaçlayan Demirçiftçi vd. (2016) restoranların fiyatlarını belirlerken daha çok maliyet, konum, rekabet, ürün kalitesi ve müşteri kalitesi vb. unsurları dikkate aldığını, restoranların çoğunun özel günler için farklı bir menü kullanmalarına rağmen gelir yönetimi performans kriterlerini uygulamadıklarını saptamaktadırlar. Gür ve Yıldız (2016) gelir yönetimi uygulama durumunu belirlemeyi amaçlayarak gelir yönetimi uygulayan otel işletmelerinin gelir yönetimi sistemlerinden memnun kaldıklarını, karlılığı ve doluluk oranlarını arttığını ve gelir yönetimine yaklaşımın oldukça olumlu olduklarını belirtmektedirler. Beş yıldızlı otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamalarını değerlendiren Arıkan ve Parlakkaya (2020) ise gelir yönetimi içerisinde fiyat farklılaştırmanın kârlılığı arttırdığını, gelir yönetiminin fiyatlandırma, dağıtım kanalları ve kapasite yönetimi konuları ile ilişkili olduğunu ve etkili bir gelir yönetimi için dinamik fiyatlandırmanın önemli olduğunu tespit etmektedir. Aynı şekilde beş yıldızlı otellerde gelir yönetimi uygulamalarını değerlendiren ve işletmelerdeki yöneticilerin bu konuya bakış açılarını inceleyen Büyükipekçi ve İslamzade (2021) otellerde gelir yönetimi uygulamalarının son yıllarda daha çok kullanılmakta olduğunu ve gelir yönetimi uygulamalarını kullanan işletmelerin çoğunda gelir yönetimi müdürünün bulunduğunu ortaya çıkarmaktadırlar. Ayrıca çalışmada gelir yönetimi uygulamasının otel işletmesinin karlılığı ve rekabet avantajını arttığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Didin ve Köroğlu (2008) tarafından konaklama işletmelerinin satışlar ve maliyet açısından rekabet edebilme durumu incelenen çalışmada otel işletmelerin çoğunluğunda işletmelerin ana amacının satışları arttırıp, maliyetleri mümkün olan düzeye kaliteden ödün

vermeden indirerek rekabet edebilmek olduğu sonucuna varılmaktadır. Kaya vd. (2021) otel işletmelerinin başarı ve rekabet avantajı sağlaması için üzerinde durması gereken faktörleri tespit etmeyi amaçlayarak öne çıkan faktörlerin gelir ve fiyatlama, müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için verilen hizmet, personel ve tesis özellikleri olduğunu saptamaktadırlar. Ayrıca yöneticilerin otellerine gelen misafirlere sunulan hizmetin kalitesine önem vererek otellerini yönetirlerken misafir ihtiyaçlarını dikkate aldıkları görülmekte dolayısıyla en fazla önem duyulan ifadeler arasında; etkili gelir yönetimi, kalitenin arttırılması ve fiyatlandırmanın yer aldığı belirtilmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı; konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetimi uygulamalarını araştırılarak birbirleriyle olan ilişkinin ortaya koyulması ve Denizli ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı şehir otellerinin gelir yönetimi uygulamalarının kullanma durumunun tespit edilmesidir. Buradan hareketle bu çalışmadan nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma; "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmalardır" (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Veri toplama tekniği olarak görüşmeden yararlanılmıştır. Görüşme; "katılımcıya bir dizi açık uçlu soruların sorularak belirli bir konu üzerindeki düşünce ya da gözlemler hakkında bilginin toplanmasıdır" (Kozak, 2018). Bu kapsamda Denizli'de bulunan şehir otelleri genel müdür ve satış müdürleri (toplam 4 kişi) ile öncesinde randevu alınarak 13 Mayıs- 26 Mayıs 2022 tarihleri arasında katılımcıların istedikleri tarih ve saatlerde, kendi çalışma ortamlarında görüşme yapılmıştır. Katılımcılara görüşme öncesi araştırmanın amacı ve içeriğiyle ilgili ön bilgi verilmiştir. Görüşme süreleri 20 ile 35 dakika arasında gerçekleşmiştir. Katılımcılara önceden hazırlanmış görüşme formunda yer alan on bir soru sorularak yanıtlanması istenmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular; gelir yönetimi kavramı, geliri artırmak için uygulanan teknikler, uygulanan tekniklerin katkıları, satış ve gelirlerin artırılması için yapılması gerekenler, gelir yönetimi uygulamalarının ne kadar süredir kullanıldığı, teknikleri uygulamada karşılaşılan sorunlar, gelir yönetiminin hizmet kalitesine etkisi, görüşülen kişinin çalıştığı pozisyon, işletmede çalışma süresi, eğitim durumu ve yaşına ilişkindir. Görüşmeler yarı yapılandırılmış şekilde gerçekleştirilerek katılımcının yanıtlarına göre yeni sorular eklenmiştir. Ayrıca katılımcılar K1 ile K4 arasında

kodlanmıştır. Ardından

veriler betimsel analiz ile katılımcıların görüşlerine yer vererek değerlendirilmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2018) betimsel analizi; "araştırmada toplanan verilerin, araştırma problemine ilişkin olarak neleri söylediği ya da ortaya koyduğunu ön plana çıkararak verileri daha önce belirlenen temalara göre özetlemek ve yorumlamak" şeklinde belirtmektedir. Toplam 4 kişi ile görüşme gerçekleşmiştir. Denizli şehir merkezinde 4 ve 5 yıldızlı 7 adet şehir oteli bulunmaktadır. Bu tesisler ile iletişime geçerek konu hakkında bilgi verilmiş ve görüşme talep edilmiştir. Ancak bu 7 tesisten sadece 4'ünden olumlu cevap alınabilmiştir. Dolayısıyla çalışma bu 4 tesis yöneticisi ile gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Denizli merkezinde 4 ve 5 yıldızlı 7 şehir oteli bulunmaktadır. Otellerin sadece 4 tanesi geri dönmüş yapmış, dolayısıyla Denizli şehir merkezinde bulunan 4 otel yöneticisi ve satış müdürü ile görüşülmüştür.

Tablo 1. Katılımcılara ait Demografik Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Pozisyon	Yer Aldığı İşletmede Çalışma Süresi	Eğitim Durumu	Yaş
K1	Kadın	Satış Müdürü	5,5 Yıl	Lisansüstü	29
K2	Erkek	Genel Müdür	6 Yıl	Lisans	40
K3	Kadın	Genel Müdür	3 Ay	Lisans	33
K4	Kadın	Satış Müdürü	8 Yıl	Lisans	34

Katılımcılara ait demografik bilgiler incelendiğinde 3 kadın ve 1 erkek ile görüşüldüğü görülmektedir. Katılımcıların çalıştıkları pozisyon değerlendirildiğinde 4 katılımcının 2 tanesi genel müdür, 2 tanesi de satış müdürü olarak görev almaktadır. Katılımcıların görev aldıkları otelde çalışma süreleri incelendiğinde 3 ay, 5,5 yıl, 6 yıl ve 8 yıl olarak değiştiği gözlemlenmektedir. Katılımcıların eğitim durumuna ilişkin bilgiler ise 1 lisansüstü ve 3 lisans düzeyinde eğitim aldıklarını göstermektedir. Ayrıca katılımcıların yaşları incelendiğinde 20-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Gelir Yönetiminin Tanımı

Katılımcıların gelir yönetimine ilişkin verdiği yanıtlar incelendiğinde gelir yönetimini genellikle fiyatlandırma, ücretlendirme ve gelir-gider ilişkisi ile açıkladıkları görülmektedir. Özellikle belirli tarihlere ve sezonlara dikkat çeken K1 gelir yönetimini şu şekilde açıklamaktadır;

Gelir yönetimi; doğru ürünü, doğru fiyata, doğru zamanda satmaktır. Özellikle turizmde yoğun sezonlar, belirli tarihler ve önemli günlerde fiyatlandırma açısından gelir yönetimi uygulamaları çok önemlidir.

K2' ye göre gelir yönetimi ücretler olarak açıklanmış olup;

Gelir yönetimi; bir işletmenin satışlarından kazandığı ücretler toplamıdır. Şeklinde ifade edilmiştir.

K3 gelir yönetimini tanımlarken ilk olarak otellerin gelir ve gider ayağı olduğunu, yöneticisi olduğu işletmenin gelir odaklı bir işletme olduğunu ve gelir yönetiminin fiyatlandırma ile açıklanabileceğini belirtmiştir.

K4 ise gelir yönetimi ile ilgili;

Gelir yönetimi geliri en üst seviyeye çıkarmaya çalışmak, maliyeti minimum seviyede tutmaktır. İfadelerine yer vermiştir.

Genel olarak katılımcıların gelir yönetimi hakkında bilgi sahibi olduğu fakat ifade ederken farklı tanımlara başvurdukları görülmektedir. Buradaki önemli nokta gelir yönetiminin tanımlanırken genellikle fiyatlandırma üzerinden aktarıldığı görülmektedir. Bu bulgu, gelir yönetiminin fiyatlandırma ile ilişkili olduğunu göstererek etkili bir gelir yönetimi için dinamik fiyatlandırmanın önemli olması açısından Arıkan ve Parlakkaya (2020) ile paralellik göstermektedir.

Gelirleri Artırmak İçin Uygulanan Teknikler

Katılımcılara gelirlerini artırmak için uyguladıkları teknikler sorulduğunda; genellikle hedef pazar, müşterilere göre belirlenen yüksek-düşük sezon, sosyal medya, indirim, kampanya ve reklam gibi terimlerin kullanıldığı görülmektedir.

Yıllık planlamalar yaptıklarını belirten K1, önemli tarihlerin ve farklı fiyatlandırmaların altını çizmektedir;

Biz otelimizde yıllık planlamalar yapıyoruz. Yılın başında, daha yeni yıla girmeden yani bir yıl öncesinden belirlenir. Her şehirde farklı tarihlerde dinamikler vardır. Bu tarihleri otelciler bilir. Örneğin mayıs ayında fikstür biter dolayısıyla öncesinde otelde futbol takımlarını ağırlarız. Onlara ne kadar oda ayıracağımız bellidir. Yaz döneminde tatilcilerin daha yoğun seyahat ettiği tarihlerdir, onlar için belirli bir fiyatlandırma yapılabilir. Bizim asıl hedef pazarımız olan kurumsal konaklayan misafirlerdir. Onların yoğun olarak geldiği tarihlerde fiyatlandırma yapmak gibi bütçelendirmelerle gelir yönetimi uygulamalarını kullanıyoruz. Segmentasyon burada önemli bir konu. Pazarı her bir konaklama için ayrı bir segmentlere ayırıp farklı fiyatlandırmalar yapıyoruz. Tüm bu farklı gruplar bir yıl öncesinden planlanıyor.

K3 de K1'i destekler nitelikte ilk olarak hedef pazarın belirlenmesi gerektiğini dolayısıyla onlara yönelik hizmet verilerek gelir yönetimini uygulamak gerektiğini belirtmektedir.

Bizim otelcilikte yani şehir otelciliğinde gelen misafirler daha çok iş için gelen insanlardır. İlk olarak oteline gelen kitle kim ve en çok geliri kimden sağlıyorsun onu belirlemek lazım. Belirledikten sonra bu kitle için neler yapılabileceğini araştırıp bilmek gerekir. Onların istek ve ihtiyaçlarına göre hareket etmemiz gerekir. Mesela iş insanları bizde daha çok konaklıyor, geldikleri gün Salı, Çarşamba ve Perşembe. O günlerde anlaşmalı firmalarla stabil fiyatlar belirlemek gerekiyor. Bunun da sebebi şirket misafirlerini kendi oteline çekebilmek. Gelen misafir de demeli ki benim bu otel ile anlaşmam var, belirli periyotlara göre belirli fiyat sunuyorlar bu yüzden otelime gideyim demesi gerekir. Bir diğer yöntem de tamamen beşerî ilişkidir. Misafiri otele çektin artık otelden memnun kalmasını sağlaman gerekiyor. Yani misafir otelin içerisinde konakladığı süre boyunca mutlu bir şekilde ayrılmasını sağlarsan kazandığın gelir sürdürülebilir hale gelir. Ayrıca döneme göre yüksek sezon, düşük sezon olarak fiyat belirlenmeli. Tanıtım, reklam, kampanyadan yararlanılmalı. Yenilikçi anlayışta olmalı. Çünkü çağ bunu gerektiriyor. Bu yüzden çağa ayak uydurulmalı.

Görülüğü üzere K3 hedef pazarın belirlenmesinin yanı sıra müşteri memnuniyeti, farklı fiyatlandırmalar ve tanıtım, reklam, kampanya gibi uygulamalar üzerinde durmaktadır. K2'nin belirttikleri incelendiğinde ise gelir yönetimiyle ilgili olarak gelirlerini artırmak kapsamında fiyatlandırmadan bahsetmediği onun yerine teknoloji, sosyal medya gibi unsurların üzerinde

durduğu tespit edilmektedir. K2 gelirlerini artırmak için uyguladıkları teknikleri şu şekilde açıklamaktır;

Ağırlıklı olarak günümüz teknoloji çağı olduğu için öncelikle online kanalları, sosyal medya platformları ve onun haricinde otele gelen misafirlere farklı neler yapılabilir, ne gibi aktiviteler (canlı müzik, dans vb. aktiviteler) yapılabilir düşüncesi gibi teknikler kullanılmaktadır.

K4 ise belirtilen ifadeler dışında gelirleri artırmak için giderleri azalttıklarını ve misafir memnuniyeti, tanıtım gibi faaliyetlerle gelirlerini artırdıklarını belirtmektedir.

Maliyeti kısarak yapıyoruz ilk olarak. Biz otel olarak belirli kadro ile çalışıyoruz, otelde fazladan iş olduğunda extra personel alıyoruz. Böylelikle personel maliyetini engelliyoruz. Otelimizdeki sistemde kimin ne kadar elektrik harcadığı gösteren sitemler mevcut, fazlası olduğunda bunun sebebini soruyoruz. Denetimlerle maliyeti en aza indiriyoruz. Onun haricinde otelin tanıtımına önem veriyoruz. En büyük gelir artırıcı da otele gelen misafirin memnun ayrılması sağlanabilirse otel tanıtılıyor. Banquet adına eğer düşük sezonda talep geldiyse işi kaçırmamak için zarar etmeyecek şekilde fiyatlar düşürülebiliyor. Eğer yüksek sezonda ben bugünü her türlü doldururum dediğinizde normal fiyatın üstüne de çıkabiliyoruz.

Katılımcıların ifadeleri genel olarak değerlendirildiğinde belirtilen fikirlerin genel olarak ortak olmadığı fakat gelir yönetimiyle fiyatlandırmanın her koşulda birlikte ele alındığı görülmektedir. Katılımcıların gelirlerini artırmak için uyguladıkları teknikler ise sezona ve önemli tarihlere göre fiyatlandırma; hedef pazarın belirlenmesi; tanıtım, reklam ve kampanya gibi faaliyetler; teknolojik gelişmeler; maliyetleri azaltma gibi uygulamalardır.

Uygulanan Tekniklerin İşletmeye Olan Katkıları

Uygulanan tekniklerin işletmeye olan katkılarına K1 ilk olarak gelirleri artırdığını ve bunun dışında bu uygulamaların katkıdan ziyade her işletmenin mutlaka kullandığı faaliyetler olarak belirtmektedir.

Mesela çok yoğun bir dönemde çok düşük fiyatlarla sattığınız zaman örnek olarak bugün elli bin lira kazanabilecekken, yirmi bin lira kazanıyorsunuz. Dolayısıyla aradaki otuz bin lira sizin gelir kaybınızdır. Yani daha çok kazanabilecekken daha az kazanıyorsunuz ve diğer oteller daha yüksek fiyatlarla satış yapabilirken siz daha düşük fiyata oteli doldurup hemen

kapatıyorsunuz. Bu da iyi bir yönetim değildir. Dolayısıyla bu noktada bu tekniklerin katkısı

bulunmaktadır. Ayrıca uygulamaların katkılarından ziyade olması gereken budur. Gelir yönetimi uygulamalarını ben kullanmayayım diyen bir otel olamaz. Yani katkıları dediğimiz şey aslında otel gelir yönetimi üzerine kuruludur.

K2'nin ifadeleri incelendiğinde uygulanan tekniklerin katkılarını müşteri memnuniyeti olarak ifade ettiği görülmektedir.

Müşterilerin olumlu dönüşleri katkılarıdır. Olumsuz dönüşler de olabiliyor. Eğer yapılan değişiklik talep görmüyorsa bu olumsuzluktur. Talep olursa yapılan değişikliğin üzerine ve daha farklı iyileştirmeler gerçekleştiriyoruz.

K3 de K2'yi destekler nitelikte tekniklerin katkılarını müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati olarak ifade etmektedir.

İlk olarak misafir memnuniyetini sağlar. Bir misafir memnun ayrıldıysa ve otelle, personelle bir bağ kurduysa örneğin ilk girdiğinde ismi ile hitap edebiliyorsanız bu tarz şeyler misafirlerin hoşuna gidiyor. Yani misafir otele sadık kalıyor. Dolayısıyla sadık misafir profilini arttırmak ve genişletmek lazım. Biz de bu noktada gelir yönetimi uygulamalarının katkılarını görüyoruz.

K4 ise tüm katılımcıların düşüncelerini destekleyerek;

İnsanlar memnun kalıyor, daha fazla kişiye ulaşabiliyoruz. Maliyetlerimiz azalıyor dolayısıyla gelirimiz artmış oluyor. Şeklinde belirtmektedir. Dolayısıyla uygulanan tekniklerin katkılarını gelir artırma, müşteri memnuniyeti ve sadakati şeklinde özetlemek mümkündür. Uygulanan tekniklerin geliri bir diğer ifade ile kârlılığı arttırması, Gür ve Yıldız (2016) ile Arıkan ve Parlakkaya (2020)'nın çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Etkili Gelir Yönetimi İçin (Satışları Artırmak İçin) Yapılması Gerekenler

Katılımcılar, etkili gelir yönetimini artırmak için yapılması gerekenleri genellikle yeni uygulamalar yerine uyguladıkları tekniklerin artırılması gerektiğini belirtmektedirler.

K1 etkili gelir yönetiminin, geçmişe bakarak ardından geleceği tahmin ederek (özellikle doluluk oranı yüksek tarihleri ve müşteri profili) gerçekleşeceğini vurgulamaktadır.

Mesela otellerde her zaman geçmişe bir bakılır. Örneğin geçtiğimiz yıl haziran ayında ne kadar konaklama aldık, bu konaklamalar kimlerdi (segmentasyonuna bakılır), hangi segment

daha çok iş yapıyor veya daha çok gelecek bilinmelidir. Bu forecast (doluluk) dediğimiz sistem

aslında bizim geleceği tahmin etmede işe yarar. Dolayısıyla geçmişi baz alıp hareket edilmelidir.

Diğer katılımcılar ise satışları artırmanın, sosyal medya kullanımı, tanıtım, reklam, kampanyaları artırarak dolayısıyla teknolojiyle gerçekleşeceğini söylemektedir.

K2: *Satışları arttırmak için teknolojiden daha fazla yararlanılmalıdır.*

K3: *Tanıtım, reklam ve sezona göre kampanyalar satış gelirlerini artırır. Misafirlere bireysel hizmet vererek, küçük sürprizler (odasına VIP ikramlar vb.) yaparak misafire kendini özel hissettirmek bu anlamda yapılabilir.*

K4: *Sosyal medyayı daha aktif kullanmak olabilir. Etkinlikler açısından baktığımızda geçen sene otelimizde etkinlik yapan fabrikalar bu sene tekrar aranıyor, kendimizi hatırlatıyoruz. Onlar bizi aramadan biz arıyoruz.*

Genel olarak ifadeler incelendiğinde işletmeler satışlarını ve gelirlerini artırmak için; geçmişe bakarak geleceği tahmin etme, tanıtım, kampanya ve reklamdan yararlanma, sosyal medya ve teknolojiyi daha fazla kullanma ve bireysel hizmetler verilmesi gerektiğini açıklamaktadırlar.

Gelir Yönetimi Uygulamalarının Kullanılma Süresi

Gelir yönetimi uygulamalarının kullanılma süreleri katılımcılara sorulduğunda K1 ve K3 bu uygulamaların aslında otelin açılma tarihinden beri kullanıldığını belirtmektedir. Ayrıca K3 bu uygulamaların hep kullanılmasına rağmen otellerde yeni bir gelir yönetimi bölümü ortaya çıktığını açıklamaktadır.

K1: *Şöyle belirteyim aslında otelin açılışından beri bu uygulamalar uygulanıyor. Özellikle kurumsal oteller bunu daha sık yapar. Daha küçük ya da butik otellerde uygulanmayabilir. Tüm otellerde uygulanır diyemiyorum o yüzden. Ama kurumsal, yıldızlı otellerde bu uygulamalar otel açılmadan önce planlanarak başlanır. Önce pazar araştırması yapılır, hangi tarihlerde hangi işler geliyor, rakipleri fiyatları neler, biz kendimizi rakiplerin karşısında nerde konumlandırıyoruz gibi sorulara karar verilir daha sonra otel açılır. Biz de gelir yönetimi uygulamalarından aslında otelin açılışından beri yararlanmaktayız.*

K3: *Aslında bu uygulamalar hep uygulanır, kullanılır ama şimdi büyük otellerde "revenue" diye bölüm oluştu. Yeni gelir için bir pozisyon oluştu. Eskiden bu yoktu. Gelir yönetimini eskiden satış müdürleri yapar ön büro müdürleri destek olurdu. Ama şimdi artık büyük otellerde gelir için bir departman var. Dolayısıyla gelir yönetimi hep vardı ama artık daha aktif, gözle görünür şekilde yapılıyor. Bizim otelimizde de genel yönetimini genel müdür olarak ben uyguluyorum. Bunu da aylık olarak yapıyoruz. Aylık olarak kâr- zarar oranlarına göre yönetiyoruz. Aslında geçmişe bakarak, geçen yıl gelen misafirlere belirleyerek, geleceği görüyoruz. Bunlara göre de hazırlık yapıyoruz.*

K4 ise bu süreyi: *Aslında geliri kontrol etmek, maliyetleri azaltmaya çalışmak ve fiyat farklılıkları sezona göre hep olan şeylerdir. Ancak otelde zamlardan dolayı mesela sadece belirli katlardan odaları satarak elektrik vs. tasarrufu yapmak özellikle iki buçuk aydır enflasyondan dolayı uygulanıyor* şeklinde belirtmektedir.

K2 ise gelir yönetimi uygulamalarını 7-8 yıldır kullandıklarını belirtmektedir.

Gelir Yönetimi Uygulamalarını Kullanmada Karşılaşılan Sorunlar

Katılımcıların gelir yönetimi uygulamalarını kullanmada karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde genellikle sorun yaşamadıkları, bu uygulamaların çoğunlukla katkısı olduğu fakat müşteri tepkilerinin sorun olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

K1: *Şöyle diyebilirim ki fiyat değişiklikleri çok sık olabiliyor. Örneğin nisan ayında verdiğimiz fiyat ile haziran- temmuzda verdiğimiz fiyatlar değişebiliyor. Dolayısıyla müşteri bu fiyatı takip ettiğinde fiyat değişikliğini anlıyor yükselmiş olduğunu belirtiyor. Tabii bunları göğüslemek lazım. Dönemde belirli bir fiyat veriyorsunuz ama önceki fiyatlarınızda bilindiği zaman bunlar sorun olarak karşınıza çıkabilir. Ama onun dışında sorundan ziyade faydalı bir uygulama aslında.*

K2: *Zevkler ve renkler tartışılmaz diyerek müşteriler bazı uygulamalardan memnun kalırken bazılarından kalmamaktadır. Kimi müşterilerin beklentileri farklı olabiliyor. İnsanlar seyahat edip farklı yerler gördükçe beklentileri de bu doğrultuda farklılaşıyor.*

K3: *Mutlaka aralarda küçük pürüzler çıkıyor diyebiliriz. Bu bizim elimizde olan bir şey. Geliri doğru ve aktif yönetirsen küçük pürüzlerle geçebilir sorun olmadan devam edilebilir. Sorundan çok katkısı bulunmaktadır.*

K4: *Misafir dışardaki fiyatlarında arttığını biliyor ama en büyük baskıyı bize uyguluyor. Yani en büyük sorun misafirlerin fiyatlara karşı tepkisi oluyor. Fiyat kırma açısından bir sorun yaşıyoruz diyebiliriz.*

Gelir Yönetiminin Hizmet Kalitesine Etkisi

Gelir yönetiminin hizmet kalitesine etkisi değerlendirildiğinde tüm katılımcılar, belirli kalite standartları olduğunu ve bunu uyguladıklarını belirtmektedir. Özellikle otellerin kurumsal olmasıyla standart hizmet kalitesi arasında ilişki olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda müşteri profiline göre hizmet kalitesinin artırıldığı da ortaya koyulmaktadır.

Bunlara ek olarak K1 gelir yönetimi uygulamalarının hedef pazarı belirlediğini belirterek hizmet kalitesini olumlu etkilediğini açıklamaktadır.

K1: *Gelir yönetimi her zaman daha doğru parayı kazanmaktır. Mesela yaz döneminde üç yüz liraya verdiğiniz odanın portföyü farklıdır, o portföye verdiğiniz hizmet farklıdır. Portföyle hizmet doğru orantılıdır. Ama yüksek dönemde yedi yüz- sekiz yüz liraya oda satıp tam doldurmadan aldığınız misafirin portföyü daha farklıdır. Otelin hizmet kalitesi zaten standarttır özellikle marka bir otel olduğunuzda verdiğiniz hizmet kalitesi standardını korumak zorundasınız. Yani odayı üç yüz liraya da satsak da bu standardı korumam lazım, bin liraya satsam da korumam lazım çünkü marka standardı var. O yüzden aslında çok büyük bir etkisi yok ama hizmet veriliş şeklinde bir olumlu katkısı olabilir. Çünkü portföyü belirlemiş oluyorsunuz aslında. Hangi portföye hizmet verdiğinizi belirliyorsunuz, karşınızdaki portföye göre de kalite orada ortaya çıkıyor.*

K2: *Aslında pek etkilememektedir. Önemli olan misafirlere verilen hizmetin (tabii ki maliyeti yükselmesi bizim için olumsuz) standart olarak korunması, çizgiden sapmamaktır. Yani maliyetler artsa da hizmet kalitesinin standardı korunmaktadır.*

K3: *Geliri yönetmek olumlu bir eylemdir ve hizmet kalitesini olumlu etkiler. Otelimizde standart hizmet kalitesi verilmektedir. Bu kalite sezona, fiyata göre değişmez. Ancak üstüne çıkılabilir. Burada önemli olan misafirlere bireysel hizmetler vererek özel hissetmelerini ve memnun kalmalarını sağlamaktır.*

K4: *Hiçbir işletme hizmet kalitesinden ödün vermez. Eğer ödün veriyorsa daha fazla zarara uğrar. Müşteri bir kere gitti mi geri kazanmak çok zordur. Ertelemeye gidebilir. Mesela*

elimizde var olan bir şey yenilenecekse ve gelirim azsa o ertelenebilir. Ama kalitesinden ödün verilmez. Mevcut standart kalitemiz hep korunur, üzerine çıkılabilir.

Görüldüğü üzere gelir yönetiminin hizmet kalitesini pek etkilemediği, etkilese bile olumlu etkilediği çünkü işletmelerin mevcut standart kalitelerini her koşulda korudukları ortaya çıkmaktadır.

SONUÇ

Çalışmanın amacı; konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yöntemi araştırılarak birbirleriyle olan ilişkinin ortaya koyulması ve Denizli ilinde bulunan şehir otellerinin gelir yönetimi uygulamalarını kullanma durumunun tespit edilmesidir.

Katılımcıların gelir yönetimi hakkında bilgi sahibi olduğu fakat faktörleri açıklarken farklı tanımlara başvurdukları görülmektedir. Katılımcıların görüşlerindeki önemli nokta gelir yönetimini tanımlarken genellikle fiyatlandırma üzerinden aktararak faktörlerin birbirleriyle ilişkili olduklarını ortaya koymalarıdır. Katılımcıların gelirlerini artırmak için uyguladıkları teknikler incelendiğinde sezona ve önemli tarihlere göre fiyatlandırma; hedef pazarın belirlenmesi, tanıtım, reklam ve kampanya gibi faaliyetler; teknolojik gelişmeler, maliyetleri azaltma gibi uygulamalar olduğu tespit edilmiştir. Uygulanan tekniklerin katkıları ise gelir artırma, müşteri memnuniyeti ve sadakati şeklinde açıklanmıştır. Katılımcılar belirli bir kalitenin sürekliliğinden bahsederken fiyata göre farklılaşmaması gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca fiyatlandırma sürecinde müşterileri her zaman dikkate aldıklarını belirtmişlerdir. Bu durum Avlonitis ve Indounas'ın (2005) çalışmasıyla da uyum göstermektedir.

Genel olarak katılımcıların ifadeleri incelendiğinde işletmeler satışlarını ve gelirlerini artırmak için; geçmişe bakarak geleceği tahmin etme, tanıtım, kampanya ve reklamdan yararlanma, sosyal medya ve teknolojiyi daha fazla kullanma ve bireysel hizmetler verilmesi gerektiğini belirtmiştir. Fiyat farklılaştırmasını ise pek tercih etmedikleri görülmüştür. Bu durum ise literatürdeki bazı çalışmalarla farklılık göstermektedir. Zira Arıkan ve Parlakkaya (2020), Demirçiftçi vd. (2016) belirli kriterlere göre fiyat farklılaştırmanın geliri artıracağını ifade etmişlerdir. Bu farklılaşmanın nedenini ise katılımcılar müşterilerinin çoğunlukla repeat guest olduğunu ve 1 ay içerisinde birkaç kez konaklama yaptıklarını belirtirken fiyat farklılaştırmasından olumsuz etkilenebileceklerini belirtmişlerdir. Gelir yönetimi

uygulamalarının kullanılma sürelerinin de genellikle otelin açılma tarihinden beri kullanıldığını

görülmüştür. Katılımcıların gelir yönetimi uygulamalarını kullanmada karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde genellikle sorun yaşamadıkları, bu uygulamaların çoğunlukla katkısı olduğu fakat müşteri tepkilerinin sorun olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada ele alınan faktörlerin işletmelere yarar sağladığı ortaya koyulmuştur. Gelir yönetiminin hizmet kalitesine etkisi değerlendirildiğinde tüm katılımcılar, belirli kalite standartları olduğunu ve bunu uyguladıklarını belirtmekle birlikte özellikle otellerin kurumsal olmasıyla standart hizmet kalitesi arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda müşteri profiline göre hizmet kalitesinin artırıldığı da ortaya çıkarılmıştır.

Hizmet kalitesi, fiyatlandırma ve gelir yönetiminin birlikte ele alınması kâr elde etme, rekabet avantajı, müşteri memnuniyeti ve sadakatini sağlamasının yanı sıra müşterilerin karar verme süreçlerinde de ön plana çıkmaktadır. İşletmeler fiyatlandırma uygulamalarını planlarken kaliteli hizmeti uygun fiyatla sunarak müşterilerin karar verme sürecinde etkili olabilmektedirler (Belber ve Turan, 2015). Bu doğrultuda katılımcılar da uygun fiyat ve kaliteli hizmet sunma yönünde görüş bildirmişlerdir. İşletmeler müşterilerinin bağlılığını sağlamak için kendilerine uygun hizmet anlayışı ve fiyatlandırma politikası benimsemektedirler. Çünkü hizmet kalitesi müşterilerin işletmelere yönelik görüşlerini doğrudan etkilemektedir (Anlatıcı ve Biçer, 2019). Konaklama işletmeleri etkili gelir yönetimini kullanarak ve fiyatlandırma stratejilerini uygulayarak maliyetleri en aza indirmeli ve kaliteyi dikkate alarak rekabet etmelidir. Stratejiler müşterilerin istek ve beklentileri doğrultusunda belirlenmelidir. Fiyatlandırma stratejilerini uygularken hedef pazar tanınarak hareket edilmelidir. Çünkü müşteri davranış ve beklentileri etkin bir şekilde saptanırsa hizmet işletmelerinde hizmet kalitesi artmaktadır (Giritlioğlu, 2012).

Belirtildiği gibi bu üç faktör (hizmet kalitesi, gelir yönetimi, fiyatlandırma) birbirini etkilemekte ve doğru şekilde kullanıldıklarında işletmeye olumlu etkileri bulunmaktadır. Etkili bir gelir yönetimi, buradan hareketle uygulanmış bir fiyatlandırma ve hizmet kalitesinin karşılanmasıyla birlikte konaklama işletmelerinde kâr artmakta, müşteri sadakati ve müşteri bağlılığı sağlanarak işletmeler rekabet avantajı sağlamaktadırlar. Didin ve Köroğlu (2008) tarafından hazırlanmış olan çalışmada konaklama işletmelerinin ana amacının satışları arttırıp, maliyetleri mümkün olan düzeye kaliteden ödün vermeden indirerek rekabet edebilmek olduğu sonucu çalışmanın genel sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Sonuç olarak işletmelerin amaçları, az maliyetle hizmet kalitesini arttırarak, etkili gelir yönetimi ve fiyatlandırma stratejilerini uygulayarak kâr sağlamaktır. Bu doğrultuda bu üç faktörün birbiriyle olan ilişkisinin bilinmesi ve buradan hareketle stratejilerin uygulanması en önemli unsurdur. Dolayısıyla işletmeler; kaliteli hizmet anlayışı, fiyatlandırma politikaları ve gelir yönetimi uygulamalarını ilişkilendirerek benimsemelidirler.

Bu çalışma Denizli il merkezinde yer alan 4 ve 5 yıldızlı otellerden 4'ünü yöneticileri ile yapılması dolayısıyla sonuçlar genellenemez. Ancak aynı bölgede yer alan diğer illerin şehir merkezlerindeki konaklama işletmeleri ile yapılan çalışmalarla mukayese edilerek yeni çıkarımlar yapılıp, öneriler geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

Akay, B., & Türkay, O. (2016). Araç Kiralama Sektöründe Rekabet Belirleyicilerinin İşletme Performansına Etkisi: Turizm Destinasyonlarında Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, *14*(27), 433-472.

Akbaba, A., & Kilinç, I. (2001). Hizmet Kalitesi ve Turizm İşletmelerinde Servqual Uygulamaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *12*(2), 162-168.

Anlatıcı, B., & Biçer, T. (2019). Beş Yıldızlı Otel Sağlıklı Yaşam Merkezlerinin, Hizmet Kalitesi ve Fiyatlarının Üyelerin Üyelik Yenileme Eğilimlerindeki Rolü. *Eurasian Research İn Sport Science*, *4*(1), 18-33.

Arıkan, E., & Parlakkaya, R. (2020). Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Gelir Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *19*(75), 1255-1274.

Atasoy, B. (2016). Turizm Endüstrisinde Fiyat Bileşeni Üzerine Bir Değerlendirme. *Turkish Journal Of Marketing*, *1*(3), 120-137.

Avlonitis, G. J., & Indounas, K. A. (2005). Pricing Objectives And Pricing Methods İn The Services Sector. *Journal Of Services Marketing*, 19(1), 47-57.

Aydın, L. (2019). Konaklama İşletmelerinde Fiyatlama Stratejileri (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Turkey)).

Belber, B. G., & Turan, A. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde, Turistik Tüketicilerin Tatmin Düzeylerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Kırşehir İli Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *7*(3), 457-481.

Biçici, F. (2008). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yabancı Turistlerin Psikolojik Fiyatlandırma Uygulamalarıyla İlgili Algılamaları: Britanyalı Turistler Üzerinde Bir Çalışma (Master's Thesis, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Büyükipekci, S., & İslamzade, İ. (2021). Konya'da Faaliyet Gösteren 5 Yıldızlı Otel Yöneticilerinin Gelir Yönetimine Bakışları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *13*(1), 176- 191.

Çabuk Ercan, H. (2018). *Yeni Açılan Küçük Ölçekli Bir Konaklama İşletmesine Gelir Yönetimi Uygulaması* (Master's Thesis, TOBB ETÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

Çekin, A. (2020). Havalimanında Faaliyet Gösteren Yiyecek İçecek İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi: İstanbul Havalimanı'nda Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Demirçiftçi, T., Akova, O., & Mamadi, Z. (2016). İstanbul'daki 1. Sınıf Restoranlarda Gelir Yönetimi Uygulamaları. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 4(4), 20-38.

Demirezen, B. (2019). Turizm İşletmelerinde Fiyatlandırma Stratejileri: Kriz Dönemlerinde Kayseri'deki Konaklama İşletmelerinin Fiyat Uygulamaları. *Journal Of Travel And Tourism Research*, (14), 21-55.

Didin, S., & Köroğlu, Ç. (2008). Konaklama İşletmelerinin Satışlar-Maliyetler Bakımından Rekabet Edebilme Durumu ve Gelecekten Beklentileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *4*(7), 109-118.

Erdoğan, D. (2020). Havaalanı Hizmet Kalitesinin Önem-Performans Analiziyle Değerlendirilmesi: Gaziantep Havalimanı Örneği. *Journal Of Aviation Research*, *2*(2), 82-100.

Giritlioğlu, İ. (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İş görenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algıları: Termal Otellerde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gür. Ç. & Yıldız, M. S. (2016). Gelir Yönetimi Uygulamaları: Ankara'daki Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *6*(2), 15-36.

Hacıoğlu, İ. (2011). Gelir Yönetimi ve Türkiye'deki Havayolu İşletmelerinde Gelir Yönetimi Üzerine Bir Uygulama (Master's Thesis, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Julvirta, E. (2021). The Effects On Pricing, Service Quality And Hotel Atmosphere On Customer Satisfaction And Their Implications On Customer Loyalists At A 3 Star Hotel İn Bandung. *Journal Of Research İn Business, Economics, And Education*, *3*(1), 1682-1689.

Karahan, M. (2014). Turizm Sektöründe Fiyatlandırma Stratejilerinin İncelenmesi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, M. C., Batman, O., & Türkay, O. (2021). Otel İşletmelerinde Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Kritik Başarı Faktörleri: Trabzon İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 346-364.

Kekeç, D. (2008). *Hizmet Kalitesi Ölçümünde Serviqual Ölçeği ve Otelcilik Sektöründe Bir Uygulama* (Doctoral Dissertation, Marmara Universitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Turkey)).

Kılıç, B., & Eleren, A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 91-118.

Koçoğlu, C. M. (2009). *Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi ve 5 yıldızlı bir otel işletmesinde uygulama* (Master's thesis, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Korkmaz, Z. S. (2014). Küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinin odalar bölümünde gelir yönetimi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Altınbaş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kozak, M. (2018). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri. Ankara: Detay Yayıncılık.

Meterelliyoz, M., & Aygül, T. A. N. (2015). Gelir Yönetimi Metodlarının Türkiye Otelcilik Sektörüne Uygulanması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *16*(3), 85-110.

Onaran, B., Mazan, İ., & Sert, S. (2014). Hizmet Pazarlamasında Demarketıng (Pazarlamama) Stratejisi ve Ege Bölgesi Butik Otellerinde Bir Araştırma. E. KOÇ (Ed.), In *9Th International Conference: New Perspectives İn Tourism And Hospitality,* Burhaniye, Turkey. (Pp. 375-391).

Polat, E. (2015). Konaklama İşletmelerinde Fiyatlandırma Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Yöresel Fiyatlar ile Dünya Fiyatlarının Fiyat Belirlemedeki Nispi Önemleri Üzerine Bir İnceleme (Master's Thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Reichel, A., Lowengart, O., & Milman, A. (2000). Rural Tourism İn Israel: Service Quality And Orientation. *Tourism Management*, *21*(5), 451-459.

Sevimli, S. (2006). *Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama* (Doctoral Dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

Şen, L. M., & Akpur, A. (2017). Düşük Maliyetli Bir Havayolu İşletmesinde Uçak İçi Hizmetler Kalite Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *9*(4), 63-83.

Temizel, G., & Garda, B. (2017). Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Kavramı ve Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde Kullanılan Modeller. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (14), 161-171.

Ye, Q., Li, H., Wang, Z., & Law, R. (2014). The Influence Of Hotel Price On Perceived Service Quality And Value İn E-Tourism: An Empirical Investigation Based On Online Traveler Reviews. *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, *38*(1), 23–39.

Yıldırım, A. Ve Şimşek, H. (2018). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zengin, E., & Erdal, A. (2000). Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi. *Journal Of Qafqaz University*, *3*(1), 43-56.

TURİZM EKONOMİSİ ALANINDAKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ (1988-2021)

Öğr. Gör. Burcu Yaman Selçi
Pamukkale Üniversitesi, Denizli Sosyal Bilimler MYO
E-mail: bselci@pau.edu.tr

Özet
Turizm, sahip olduğu büyük potansiyel nedeni ile gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke açısından önemli bir ekonomik faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu potansiyelin tam anlamı ile açığa çıkarılabilmesi için ekonomik araştırmalarda turizm sektörünün göz ardı edilmemesi büyük önem taşır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı 1988-2021 yılları arasında "turizm ekonomisi" alanında yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analizini gerçekleştirerek literatürde var olan eksikliği gidermektir. Bu amaç doğrultusunda YÖKTEZ veri tabanından elde edilen 37 adet yüksek lisans ve 7 adet doktora olmak üzere toplamda 44 adet lisansüstü tez bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bu tezler, "tez türü", "tezlerin yayınlandığı yıl", "tez konusu", "tezlerin hazırlandığı üniversite", "tezlerin bağlı olduğu enstitü" ve "tezlerin hazırlandığı anabilim dalı" kriterlerine göre incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, turizm ekonomisi alanındaki lisansüstü çalışmaların çoğunlukla yüksek lisans düzeyinde gerçekleştirildiği buna karşılık ilgili alanda doktora düzeyindeki çalışmaların oldukça az olduğu saptanmıştır. Yüksek lisans tezleri en çok 2019 yılında yazılmış iken, 7 adet doktora tezinin her biri farklı yıllarda yazılmıştır. Turizm ekonomisi alanında yüksek lisans düzeyindeki çalışmaların çoğunlukla Balıkesir Üniversitesi'nde, doktora düzeyindeki çalışmaların ise çoğunlukla Muğla Üniversitesi'nde hazırlandığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans ve doktora düzeyindeki çalışmaların çok büyük kısmının sosyal bilimler enstitüsü ve iktisat anabilim dalı bünyesinde hazırlandığı belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: *Turizm, ekonomi, turizm ekonomisi, bibliyometrik analiz, lisansüstü tezler***.**

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF GRADUATE THESIS IN TOURISM ECONOMICS (1988-2021)

Abstract
Due to its great potential, tourism emerges as an important economic activity for many developed and developing countries. In order to fully reveal this potential, it is of great importance that the tourism sector should not be ignored in economic research. In this context, the aim of this study is to fill the gap in the literature by performing bibliometric analysis of master's and doctoral theses written in the field of "tourism economics" between 1988-2021. For this purpose, a total of 44 postgraduate theses, 37 postgraduate and 7 doctorate, obtained from the YÖKTEZ database were subjected to bibliometric analysis. These theses were examined according to the criteria of "type of thesis", "the year the theses were published", "thesis topic", "the university where the theses were prepared", "the institute to which the theses are affiliated" and "the department in which the theses were prepared". As a result of the study, it has been determined that postgraduate studies in the field of tourism economics are mostly carried out at the master's level, however, there are very few doctoral studies in the related field. While the master's theses were mostly written in 2019, each of the 7 doctoral theses was written in different years. It has been determined that the studies at the master's level in the field of tourism economics are mostly prepared in Balıkesir University, and the studies at the doctoral level are mostly prepared in Muğla University. At the same time, it has been determined that most of the master's and doctoral studies prepared in the field of tourism economy are prepared within the social sciences institute and the department of economics.

Keywords: *Tourism, economics, tourism economics, bibliometric analysis, graduate theses.*

GİRİŞ

Turizm sektörü, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli ekonomik katkılar sağlamaktadır. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren etkisi artarak devam eden küreselleşme sürecinin yarattığı etki ile yaşanan küreselleşmeye paralel olarak turizm sektörünün ekonomik etkileri giderek önem kazanmıştır. Bu durum günümüzde turizm sektörünün ekonomi ile iç içe olacak şekilde bir yapıya bürünmesine ve ekonomik gelişmenin itici bir gücü olarak karşımıza çıkmasına neden olmuştur (Bahar ve Kozak, 2008: 58). Turizm sektörünün sahip olduğu potansiyel ve ekonomik hayatta meydana getirdiği itici güç dikkate alındığında, ekonomik araştırılmalarda turizm sektörünün göz ardı edilmemesi hayati önem taşımaktadır.

Turizm alanında yaşanan gelişimin ortaya çıkarılması, güncel eğilimlerin belirlenmesi ve eksikliklerin tespit edilmesine imkân tanıyan bibliyometrik analiz çalışmaları, son yıllarda ilgili alanda sıklıkla uygulanmaktadır. Turizm ve turizmin alt başlıklarına ilişkin literatürde çok sayıda bibliyometrik analiz çalışması yer almaktadır. Fakat literatürde turizm ekonomisi alanında yapılmış bir bibliyometrik analiz çalışmasına rastlanmamıştır. Literatürde var alan bu boşluğu doldurmak üzere bu çalışmada turizm ekonomisi alanında yazılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanından turizm ekonomisi alanında yazılmış 37'si yüksek lisans ve 7'si doktora olmak üzere toplamda 44 adet lisansüstü tez elde edilmiştir. Bu tezler, "tez türü", "tezlerin yayınlandığı yıl", "tez konusu", "tezlerin hazırlandığı üniversite", "tezlerin bağlı olduğu enstitü" ve "tezlerin hazırlandığı anabilim dalı" kriterlerine göre bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın sonucunda; turizm ekonomisi alanında hazırlanan lisansüstü tez çalışmalarının çok büyük kısmının yüksek lisans düzeyinde gerçekleştirildiği, doktora düzeyindeki tez çalışmalarının sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Turizm ekonomisi alanında yüksek lisans düzeyindeki tez çalışmalarının en çok 2019 yılında yazıldığı ve incelenen çalışmaların YÖKTEZ veri tabanında daha çok "turizm" konusu altında sınıflandırıldığı belirlenmiştir. Turizm ekonomisi alanında yer alan yüksek lisans düzeyindeki tez çalışmalarının en çok yapıldığı üniversitenin Balıkesir Üniversitesi olduğu saptanırken, çalışmaların daha çok sosyal bilimler enstitüsü ve iktisat anabilim dalı bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir. 1996, 2003, 2004, 2014, 2017, 2018 ve 2021 yıllarında birer adet doktora düzeyinde tez çalışması yapılmıştır. Doktora düzeyindeki çalışmaların çoğunluğu YÖKTEZ veri tabanında "ekonomi" ve "turizm" olmak üzere 2 farklı konuyu içerecek şekilde

sınıflandırılmıştır. Doktora düzeyindeki tez çalışmalarının en çok yapıldığı üniversitenin Muğla Üniversitesi olduğu saptanırken, çalışmaların daha çok sosyal bilimler enstitüsü ve iktisat anabilim dalı bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmaların son yıllarda arttığı söylenebilir (Hall, 2011:16). Öyle ki ulusal ve uluslararası turizm alanyazını incelendiğinde pek çok bibliyometrik çalışmanın gerçekleştirildiği görülmektedir (Kozak, 1996; Hall, 2011; Çiçek ve Kozak, 2012; Zencir ve Kozak, 2012; Özel ve Kozak, 2012; Karagöz ve Kozak, 2014; Ruhanen vd., 2015; Koseoglu vd., 2016; Yılmaz vd., 2017; Yılmaz, 2017; Bozok vd., 2017; Strandberg vd., 2018; Okumus vd., 2018; Tayara ve Özel, 2019; Düşmezkalender ve Metin, 2019; Mulet- Forteza vd., 2019; Binbaşıoğlu, 2020; Çavuşgil Köse, 2020; Çuhadar ve Morçin, 2020; Zhang
vd., 2020; Gök, 2021; Ekren, 2022; Çinbilgel ve Ergün, 2022; Chen vd., 2022; Ülker vd., 2022). Uluslararası literatürde turizm alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizinin yapıldığı çalışmaların yanı sıra (Meyer-Arendt, 2000; Meyer-Arendt ve Justice, 2002; Bao, 2002; Afifi, 2009; Sánchez vd., 2017; Weiler vd., 2018) ulusal literatürde de turizm alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin incelendiği bibliyometrik çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. *Literatürde Lisansüstü Tezleri İnceleyen Bibliyometrik Analiz Çalışmalarının Bazıları*

Yazar-Yıl	Çalışmanın Başlığı	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmanın Bulguları
Tayfun vd. (2018).	Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi.	YÖKTEZ veri tabanında 1990-2018 yılları, arasında turizm alanında yiyecek ve içecek ile ilgili toplamda 164 adet lisansüstü tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; ilgili konudaki tezler 2017 yılından itibaren artış göstermiştir. Lisansüstü tezlerin büyük çoğunluğu yüksek lisans tezi olup, turizm işletmeciliği ile turizm işletmeciliği ve otelcilik anabilim dallarında yazılmıştır. Çalışmalarda genellikle nicel yöntemler tercih edildiği saptanmıştır.
Oğuzbalaban, G. (2019).	Termal Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi	YÖKTEZ veri tabanında 1988-2018 yılları arasında termal turizm alanında yayımlanan lisansüstü çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Yüksek lisans düzeyindeki çalışmaların ağırlıklı olduğu, genellikle sosyal bilimler enstitüsü ve işletme anabilim dalı bünyesinde çalışmaların gerçekleştirildiği ve ayrıca alanla ilgili en çok tezin Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde yazıldığı sonucuna ulaşılmıştır.
Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş. & Zengin, B. (2019).	Tarım Turizmine Yönelik Hazırlanan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi.	YÖKTEZ veri tabanında tarım turizmi alanında yapılan lisansüstü çalışmalar çeşitli kriterler açısından incelenmiştir.	Araştırma sonucunda; çalışmaların genellikle yüksek lisans düzeyinde, sosyal bilimler enstitüsü ve turizm işletmeciliği anabilim dalı bünyesinde yayınlandığı ve çalışmaların büyük kısmının 2010 yılı sonrasında gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Çalışmaların yoğunlaştığı üniversiteler ise Dokuz Eylül Üniversitesi ve Namık Kemal Üniversitesi olarak ortaya çıkmıştır.

Canik, S., & Özdemir, E. (2019)	Sağlık turizmini konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi	1988-2017 yılları arasında Türkiye'de sağlık turizmi konulu hazırlanan yüksek lisansüstü tezlere YÖKTEZ veri tabanından ulaşılmıştır. Ulaşılan 139 yüksek lisans ve 29 doktora tezinin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Araştırmada elde edilen bulgulara göre; çalışmaların genellikle yüksek lisans düzeyinde yapıldığı ve en fazla lisansüstü tezin Dokuz Eylül Üniversitesi'nde gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Aynı zamanda tezlerin ağırlıklı olarak sosyal bilimler enstitülerinde ve işletme anabilim dalında hazırlandığı saptanmıştır.
Çolakoğlu, Ü., Altun, H. E. & Kıykaç, B. (2019).	Türkiye'deki medikal turizm tezlerinin bibliyometrik profili (2008-2018).	YÖKTEZ veri tabanında 2008-2018 yılları arasında medikal turizm ile konulu hazırlanan 31 adet lisansüstü tez bibliyometrik göstergeler açısında araştırılmıştır.	Medikal turizm konulu tezlerin daha çok 2013-2016 yılları arasında yoğunlaştığı ve yüksek lisans düzeyinde hazırlandığı saptanmıştır. Konu ile ilgili en çok tezin Akdeniz Üniversitesi'nde yapıldığı ve çoğunlukla sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.
Aksöz, E. O. ve Yücel, E. (2020).	Engelli Turizmi Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi.	Engelli turizmi alanında YÖKTEZ veri tabanından elde edilen 55 adet lisansüstü tezin bibliyometrik analizi yapılmıştır.	Çalışma sonucunda; ilgili alanda yüksek lisans tezlerinin ağırlıkta olduğu, çalışmaların çoğunluğunun sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında ve turizm işletmeciliği anabilim dalı bünyesinde hazırlandığı saptanmıştır. İlgili alanda en çok tezin ise 2018 yılında yazıldığı tespit edilmiştir.
Albayrak, A., Tuzunkan, D. (2020).	Kırsal turizm ve türlerine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi	YÖKTEZ veri tabanından elde edilen kırsal turizm konulu 144 adet tez belgesel tarama yöntemi ile incelenmiştir.	Elde edilen bulgulara göre; ilgili konudaki lisansüstü çalışmalar 2010 yılı sonrasında artış göstermiş olup bu çalışmaların çoğu yüksek lisans tezidir. Konu ile ilgili en çok tez Ankara Üniversitesi'nde ve sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Anabilim dalları açısından dağılıma incelendiğinde ise; turizm/turizm işletmeciliği/turizm ve otelcilik/turizm eğitimi anabilim dallarının ilk sırada geldiği belirlenmiştir.
Özçoban, E. (2020).	İnanç turizmi alanında yayımlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analizi (1998-2019)	1998-2019 yılları arasında başlığında "inanç turizmi" ifadesi bulunan lisansüstü tezler YÖKTEZ veri tabanından elde edilen 47 tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Çalışma sonucunda; ilgili konudaki lisansüstü çalışmaların 2008 yılından itibaren ivme kazandığı yüksek lisans tezlerinin ağırlıkta olduğu vurgulanmıştır. İnanç turizmi alanında en çok tezin ise Dokuz Eylül Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve Kastamonu Üniversitesi'nde yazıldığı tespit edilmiştir. Çalışmaların çok büyük bir kısmının sosyal bilimler enstitüsü ve turizm işletmeciliği anabilim dalında hazırlandığı saptanmıştır.
Zengin, B. & Atasoy, B. (2020).	Turizm Rehberliği Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Çerçevesi.	YÖKTEZ veri tabanında yer alan, 1989-2019 yılları arasında turizm rehberliği konusunda hazırlanmış toplamda 87 lisansüstü tez bazı ölçütler çerçevesinde incelenmiştir.	Araştırma sonucunda; turizm rehberliği alanındaki lisansüstü çalışmaların çoğunun yüksek lisans düzeyinde, sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde ve turizm işletmeciliği anabilim dalında hazırlandığı tespit edilmiştir. En çok tezin ise Balıkesir Üniversitesi'nde hazırlandığı bulunmuştur.
Bişkin, F. & Pektaş, Ç. (2021).	Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin	YÖKTEZ veri tabanında yer alan, 1990-2020 yılları arasında hazırlanmış turizm pazarlaması konulu 33 adet lisansüstü tezin	Çalışma sonucunda, turizm pazarlaması konulu tezlerin daha çok yüksek lisans düzeyinde, sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde ve işletme anabilim dalında hazırlandığı tespit edilmiştir. Çalışmaların daha çok Gazi Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi

	bibliyometrik profili.	bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	ve Marmara Üniversitesi'nde hazırlandığı saptanmıştır.
Pektaş, Ç., & Aydın, S. (2021).	Kongre turizmi ile ilgili hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili	YÖKTEZ veri tabanında yapılan tarama sonucunda; 1997-2021 yılları arasında kongre turizmi konulu ulaşılan 44 adet lisansüstü tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Çalışma sonucunda; kongre turizmi konusunda yüksek lisans tezlerinin çoğunlukta olduğu, en çok tezin 2018-2021 yılları arasında hazırlandığı ve genelde nicel yöntem tercih edildiği saptanmıştır. Lisansüstü çalışmaların daha çok sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde, turizm işletmeciliği anabilim dalında hazırlandığı vurgulanırken aynı zamanda tezlerin İstanbul Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi'nde yoğunlaştığına vurgu yapılmıştır.
Sarıkaya, F. ve Yılmaz, M. (2021).	Medikal Turizm Temalı Ulusal Lisansüstü Tezlerin Değerlendirilmesi (2008-2020)	YÖKTEZ veri tabanından 2008-2020 yılları arasında medikal turizm üzerine yapılmış toplamda 64 adet lisansüstü çalışma elde edilmiş ve bu çalışmaların içeriği bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.	Analiz sonucunda; ilgili konuda çalışmaların daha çok 2018-2020 yılları arasında yapıldığı saptanmıştır. Tezlerin daha çok Akdeniz Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi'nde, genellikle sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.
Konak, S. (2022).	Medikal turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi (2018-2022).	2018-2022 yılları arasında Türkiye'de medikal turizm konusunda yazılmış lisansüstü tezlere YÖKTEZ veri tabanından ulaşılmış ve 43 adet tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.	Analiz sonucunda; en fazla tezin yüksek lisans düzeyinde hazırlandığı ve sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde yazıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca tezlerin çoğunlukla sağlık yönetimi anabilim dalında hazırlandığı vurgulanmıştır.
Ödemiş, M. (2022).	Turizm Talebi Kapsamındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (1994-2021)	1994-2021 yılları arasında Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nde turizm talebi kapsamındaki kayıtlar incelenmiştir.	Çalışmanın sonucunda; turizm talebi konusunda yüksek lisans tezlerinin ağırlıkta olduğu, konu ile ilgili en çok tezin 2017 yılında yapıldığı, en çok tezin Balıkesir Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi'nde gerçekleştirildiği, çalışmaların çoğunluğunun sosyal bilimler enstitüsü ve turizm işletmeciliği ana bilim dalı bünyesinde yapıldığı tespit edilmiştir.
Sarı Gök, H. (2022)		Kültürel miras turizmi ile ilgili Scopus veri tabanından elde edilen 755 makale bibliyometrik yöntemlerle analiz edilmiştir.	Analiz sonucunda; en fazla çalışmanın 2009 yılında yapıldığı ve bu konuda en çok çalışmanın yer aldığı derginin Sustainability dergisi olduğu tespit edilmiştir.

MATERYAL VE METOT

"Bibliyometri" teriminin kullanımı ve uygulaması 1890'lara kadar uzansa da nispeten yeni bir kökene sahip olduğu söylenebilir. Çünkü bu terim ilk kez Aralık 1969 yılında "Journal of Documentation" dergisinde kullanılmıştır. 1969 yılında Pritchard tarafından icat edilmeden önce bu terim "istatistiksel bibliyografya" olarak adlandırılıyordu yahut hiçbir başlığı bulunmuyordu (Broadus, 1987: 373; Sengupta, 1992: 75). Bibliyometrik analizlerde çeşitli yayın türleri matematiksel ve istatistiksel olarak incelenmektedir (Pritchard, 1969;

348).

Literatürden toplanan verilerin nicel analizini ve kalıpların incelenmesini mümkün kılan bibliyometrik analiz, bir akademik alandaki entelektüel gelişime katkı sağlar (Lee, 2015; 17). Öyle ki farklı alanlardaki akademik çalışmaların dönemsel olarak bibliyometrik analizinin yapılması, ilgili alandaki eğilimlerin önceden belirlenebilmesine, uygun stratejiler geliştirilmesine ve böylelikle ilgili alandaki gelişme eğiliminin saptanabilmesine imkân tanır (Kozak, 2001: 32). Bu kapsamda, lisansüstü tezlerin farklı akademik çalışmalara yol açma potansiyeli de göz önünde bulundurulduğunda turizm ve turizmin alt konu başlıklarında hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizlerinin yapılmasının ilgili alandaki güncel eğilim ve eksikliklerin belirlenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı turizm ekonomisi alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini gerçekleştirmektir. Bu amaç doğrultusunda Yükseköğrenim Kurulu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanında "turizm ekonomisi" alanında hazırlanan lisansüstü tezler çeşitli parametreler doğrultusunda analiz edilmiştir. Analiz için gerekli veri, YÖKTEZ arama motoruna "turizm ekonomisi" yazılıp tüm kategorilerde yapılan tarama sonucunda elde edilmiştir. Veri toplama süreci 15 Haziran 2022 tarihinde başlamış olup 30 Haziran 2022 tarihinde sona ermiştir. Yapılan tarama sonucunda 1988-2021 yılları arasında hazırlanan 37 yüksek lisans tezi ve 7 doktora tezinden oluşan toplamda 44 adet lisansüstü çalışma analize dahil edilmiştir. Bu çalışmalar "tez türü", "tezlerin yayınlandığı yıl", "tez konusu", "tezlerin hazırlandığı üniversite", "tezlerin bağlı olduğu enstitü" ve "tezlerin hazırlandığı anabilim dalı" şeklindeki 6 farklı parametre kullanılarak analiz edilmiştir. Bu bibliyometrik analiz çalışmasında aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan tezlerin tez türü bakımından dağılımları nasıldır?
2. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan tezlerin yıllar itibari ile dağılımları nasıl gerçekleşmiştir?
3. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan tezlerin konulara göre dağılımı nasıldır?
4. Turizm ekonomisi alanında hangi üniversitelerde tez hazırlanmıştır?
5. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan tezlerin enstitülere göre dağılımı nasıldır?
6. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?

BULGULAR

Turizm ekonomisi alanında 1988-2021 yılları arasında toplamda 44 adet lisansüstü tez yazılmıştır. Bu tezlerin sayısal ve yüzdesel dağılımları Tablo 2'de görülmektedir. Tablo 2'ye

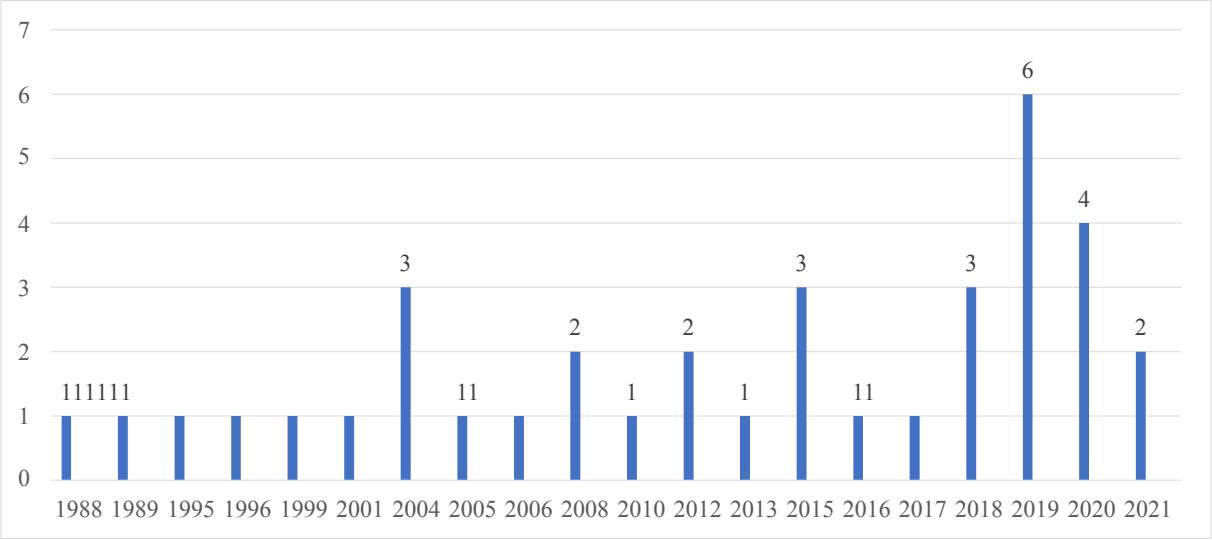
göre; turizm ekonomisi konusunda yazılmış toplamda 44 adet lisansüstü tezin %84,09 gibi çok büyük bir yüzdesini yüksek lisans düzeyindeki tezler oluştururken, yalnızca %15,9'unu doktora düzeyindeki tezler oluşturmaktadır. Bu durum, turizm ekonomisi alanındaki lisansüstü tezlerin çoğunluğunun yüksek lisans düzeyinde gerçekleştirildiğini ve doktora düzeyinde yapılan sınırlı sayıda çalışma olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Tablo 2. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Lisansüstü Tezlerin Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı*

Tez Türü	**Sıklık (n)**	**Yüzde (%)**
Yüksek Lisans	37	84,09
Doktora	7	15,9
Toplam	**44**	**100**

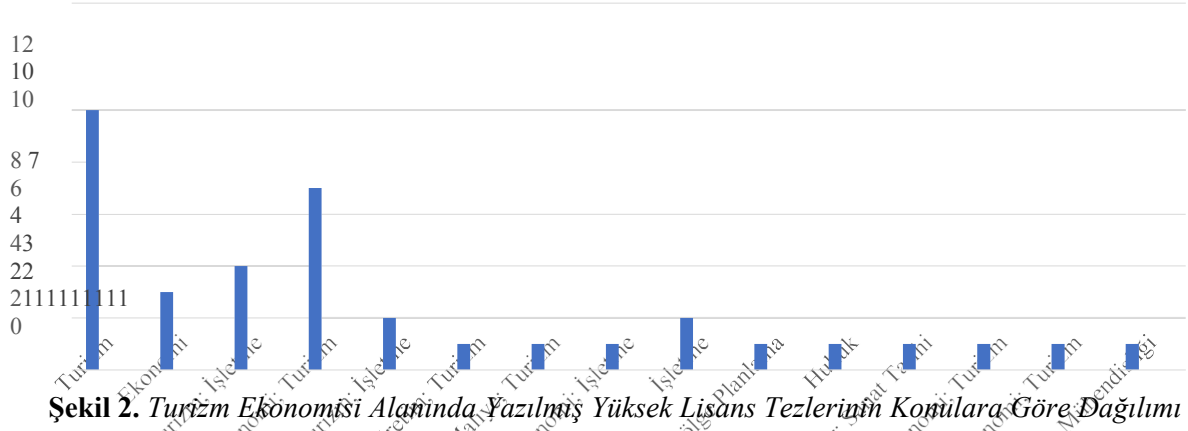
Turizm ekonomisi alanında 1988-2021 yılları arasında toplamda 37 adet yüksek lisans düzeyinde tez yazılmıştır. 1988 yılında Hasan Hıdıroğlu tarafından Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı bünyesinde turizm konusunda yazılmış olan "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Turizme Dayalı Kalkınma" isimli tez çalışması ilgili alanda Türkiye'de yapılan ilk lisansüstü çalışmadır. İlgili alandaki son yüksek lisans düzeyindeki tez çalışması ise 2021 yılında Burak Bedir tarafından Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı bünyesinde ekonomi konusunda yazılmış olan "Covid-19 Salgınının Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi" isimli çalışmadır.

Yüksek lisans düzeyindeki tezlerin yıllara göre dağılımı ise Şekil 1'de gösterilmiştir. 2008, 2012, 2021 yıllarında 2'şer adet ve 2004, 2015, 2018 yıllarında 3'er adet diğer yıllarda ise 1'er adet yüksek lisans tezi yazılmıştır. Turizm ekonomisi ile ilgili en fazla yüksek lisans tezinin yazıldığı yıllar sırası ile 2019 (n=6) ve 2020 (n=4) yıllarıdır.



Şekil 1. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımı*

Şekil 2'de turizm ekonomisi alanında yer alan yüksek lisans düzeyindeki tezlerin konulara göre dağılımı gösterilmiştir. YÖKTEZ veri tabanında alandaki çoğu tez birkaç konuyu içerecek şekilde sınıflandırılmıştır. Fakat bu konular içerisinde turizm (n=10) ön plana çıkmıştır. Aynı zamanda hem ekonomi hem de turizm konuları kapsamına giren 7 adet tez çalışması mevcuttur. Bunun dışında işletme, coğrafya, eğitim ve öğretim, maliye, şehircilik ve bölge planlama, hukuk, el sanatları, güzel sanatlar, sanat tarihi, ekonometri, ormancılık ve orman mühendisliği konularında yazılmış yüksek lisans tezleri de bulunmaktadır.



Şekil 2. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezlerinin Konulara Göre Dağılımı*

Tablo 3'te turizm ekonomisi alanında yüksek lisans düzeyinde hazırlanan tezlerin üniversitelere göre sayısal ve yüzdesel dağılımı görülmektedir. Turizm ekonomisi alanındaki yüksek lisans tezlerinin 28 farklı üniversite arasındaki dağılımına bakıldığında en çok tezin Balıkesir Üniversitesi'nde (%8,1) yazıldığı görülmektedir. Balıkesir Üniversitesi'nde turizm ekonomisi ile ilgili ilk tez 1996 yılında, son tez ise 2004 yılında yazılmıştır. İstanbul Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde ilgili alanda 2'şer adet yüksek lisans tezi yazılırken geriye kalan 20 üniversitede 1'er adet tez yazılmıştır.

Tablo 3. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezlerinin Üniversitelere Göre Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı*

Üniversite	**Sıklık (n)**	**Yüzde (%)**	**Yıllar**
Hacettepe Üniversitesi	1	2,7	1988
Anadolu Üniversitesi	1	2,7	1998
İstanbul Üniversitesi	2	5,4	1995-2001
Balıkesir Üniversitesi	**3**	**8,1**	**1996-1999-2004**
Kocaeli Üniversitesi	1	2,7	2004
Akdeniz Üniversitesi	1	2,7	2004
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	1	2,7	2005
Marmara Üniversitesi	2	5,4	2006-2008
Dokuz Eylül Üniversitesi	2	5,4	2008-2020
Dicle Üniversitesi	1	2,7	2010
İnönü Üniversitesi	1	2,7	2012
Atılım Üniversitesi	1	2,7	2012
Niğde Üniversitesi	1	2,7	2013
Dumlupınar Üniversitesi	1	2,7	2015
Gaziantep Üniversitesi	2	5,4	2015-2021
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi	1	2,7	2015
Yalova Üniversitesi	1	2,7	2016
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	2	5,4	2017-2021
Karabük Üniversitesi	1	2,7	2018
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	2	5,4	2018-2020
Bahçeşehir Üniversitesi	1	2,7	2018
Selçuk Üniversitesi	2	5,4	2019-2019
Gazi Üniversitesi	1	2,7	2019
İstanbul Aydın Üniversitesi	1	2,7	2019
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1	2,7	2019
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	1	2,7	2019
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	1	2,7	2020
Necmettin Erbakan Üniversitesi	1	2,7	2020
Toplam	**37**	**100**	

Tablo 4'te turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerin enstitülere göre dağılımı gösterilmiştir. Buna göre; tezlerin 34'ü Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, 2'si Fen Bilimleri Enstitüsü bünyesinde ve 1'i Eğitim Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanmıştır. Bağlı olduğu enstitüye göre yüksek lisans tezlerinin dağılımı incelendiğinde tezlerin en fazla "Sosyal Bilimler Enstitüsü" (%91,89) bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. *Yüksek Lisans Tezlerinin Enstitülere Göre Dağılımı*

Enstitü	**Sıklık (n)**	**Yüzde (%)**
Sosyal Bilimler Enstitüsü	**34**	**91,89**
Fen Bilimleri Enstitüsü	2	5,4
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	1	2,7
Toplam	**37**	**100**

Turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans tezlerinden 3'ünün erişime kapalı olması ve anabilim dalı hakkında bir bilgiye ulaşılamaması dolayısı ile toplam 37 tezin 34'ünün bağlı bulunduğu anabilim dalı incelenmiştir. Tablo 5'te turizm ekonomisi alanında hazırlanan

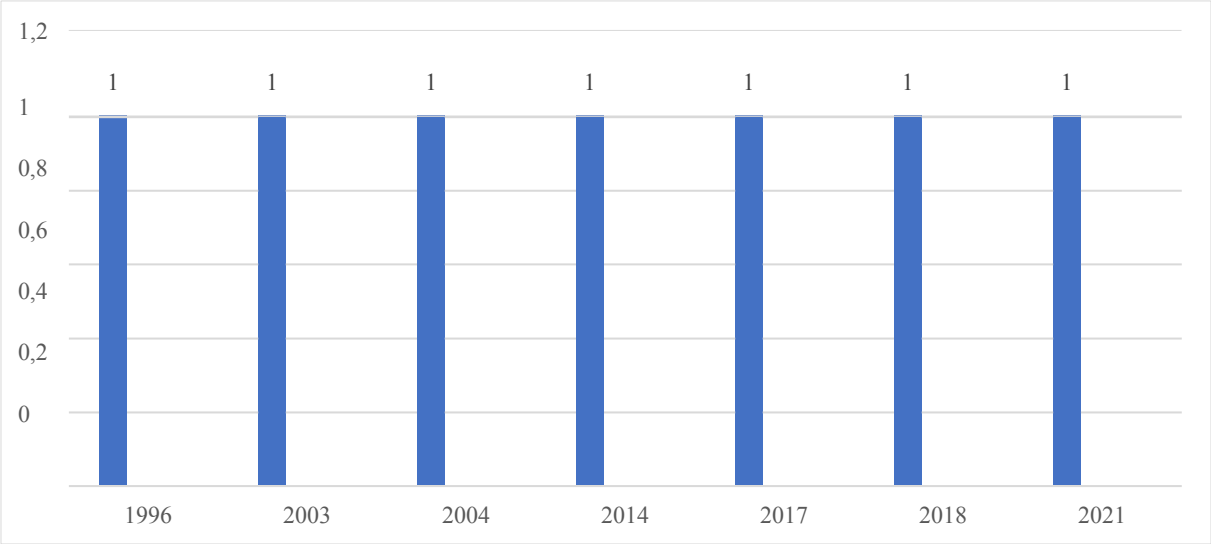
yüksek lisans düzeyindeki tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı gösterilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere turizm ekonomisi alanındaki yüksek lisans tezleri 12 farklı anabilim dalında hazırlanmıştır. İktisat Anabilim Dalında 9, İşletme Anabilim Dalında 8, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında 5, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalında 4 ve diğer 8 farklı anabilim dalında 1'er adet tez hazırlandığı görülmektedir. En çok tezin İktisat Anabilim Dalında (%26,47) hazırlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 5. *Yüksek Lisans Tezlerinin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı*

Ana Bilim Dalı	**Sıklık (n)**	**Yüzde (%)**
İktisat Anabilim Dalı	9	26,47
İşletme Anabilim Dalı	8	23,52
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı	5	14,70
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı	4	11,76
Ortaöğretim Sosyal Alanlar Eğitimi Anabilim Dalı	1	2,94
Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı	1	2,94
Maliye Anabilim Dalı	1	2,94
Orman Mühendisliği Anabilim Dalı	1	2,94
Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı	1	2,94
Şehircilik ve Bölge Planlama Anabilim Dalı	1	2,94
Hukuk Anabilim Dalı	1	2,94
Sanat ve Tasarım Anabilim Dalı	1	2,94
Toplam	**34**	**100**

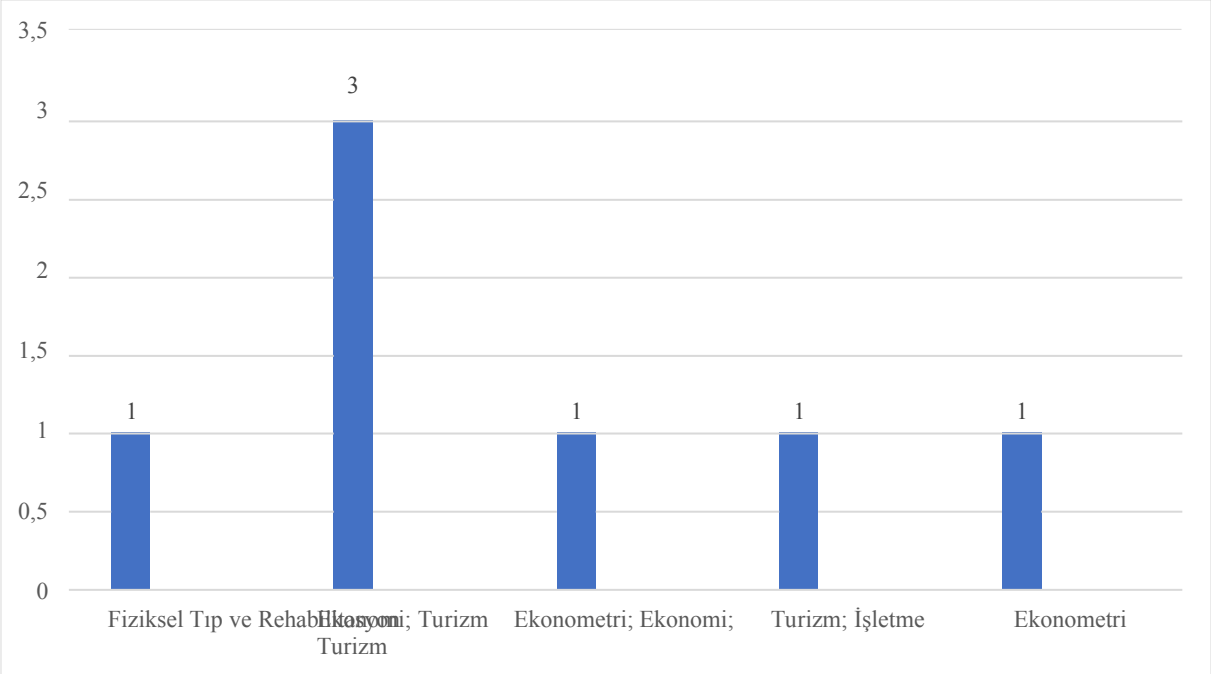
Turizm ekonomisi alanında doktora düzeyinde hazırlanan tezlerin yıllara göre dağılımı Şekil 3'te görülmektedir. Turizm ekonomisi alanında 1996-2021 yılları arasında 1996, 2003, 2014, 2017, 2018 ve 2021 yıllarında 1'er adet olmak üzere toplamda 7 adet doktora tezi yazılmıştır. Bu sayı, turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlere (n=37) kıyasla oldukça azdır.

Türkiye'de turizm ekonomisi alanında yazılan ilk doktora düzeyindeki tez, 1996 yılında Coşkun Çankaya tarafından yazılan "Türk Turizm Ekonomisine Katkıları Doğrultusunda Rafting Sporu ve Geleceğinin Değerlendirilmesi" isimli tez çalışmasıdır. Bu çalışma fiziksel tıp ve rehabilitasyon konusunda Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü bünyesinde yazılmıştır. İlgili alanda mevcut olan son doktora tez çalışması ise 2021 yılında İlker Kurtdere tarafından İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı bünyesinde ekonometri konusunda yazılan "Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Makro İktisadi Değişkenler Üzerindeki Etkisinin Ekonometrik Analizi'' isimli çalışmadır.



Şekil 3. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Doktora Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımı*

Turizm ekonomisi alanında hazırlanan doktora düzeyindeki tezlerin konulara göre dağılımı Şekil 4'te gösterilmiştir. Tablo 6'ya göre doktora düzeyinde hazırlanan tezlerde ön plana çıkan konular ilgili alanda hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerde olduğu gibi ekonomi ve turizmdir. Öyle ki YÖKTEZ veri tabanında hem ekonomi hem de turizm konusu kapsamına giren 3 adet doktora tezi mevcuttur. Bu konuların dışında fiziksel tıp ve rehabilitasyon konusunda yazılmış 1 adet, ekonometri, ekonomi ve turizm konuları kapsamına giren 1 adet, turizm ve işletme konuları kapsamına giren 1 adet ve yalnızca ekonometri konusunda yazılmış 1 adet çalışma mevcuttur.



Şekil 4. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Doktora Tezlerinin Konulara Göre Dağılımı*

Turizm ekonomisi alanında 6 farklı üniversitede doktora tezi yazıldığı tespit edilmiştir. Yazılan doktora tezlerinin üniversitelere göre sayısal ve yüzdesel dağılımı Tablo 6'da gösterilmiştir. Buna göre ilgili alanda en fazla doktora tezi yazılan üniversite Muğla Üniversitesi'dir (%28,56). Muğla Üniversitesi'nden yazılan 2 adet doktora tezinden biri 2003 diğeri ise 2004 yılında yazılmıştır. Marmara Üniversitesi, İnönü Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi'nde ise ilgili alanda farklı yıllarda 1'er adet doktora tezi yazılmıştır.

Tablo 6. *Turizm Ekonomisi Alanında Yazılmış Doktora Tezlerinin Üniversitelere Göre Sayısal ve Yüzdesel Dağılımı*

Üniversite	**Sıklık (n)**	**Yüzde (%)**	**Yıllar**
Marmara Üniversitesi	1	14,28	1996
Muğla Üniversitesi	**2**	**28,56**	**2003-2004**
İnönü Üniversitesi	1	14,28	2014
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1	14,28	2017
Süleyman Demirel Üniversitesi	1	14,28	2018
İstanbul Üniversitesi	1	14,28	2021
Toplam	**7**	**100**	

Turizm ekonomisi alanında hazırlanan doktora düzeyindeki tezlerin enstitülere göre dağılımı Tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo 7'ye göre, tezlerin 6'sı Sosyal Bilimler Enstitüsü ve 1'i Sağlık Bilimleri Enstitüsü'nde hazırlanmıştır. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerde (%91,89) olduğu gibi doktora düzeyindeki tezlerin de çok büyük bir yüzdesinin de "Sosyal Bilimler Enstitüsü" (85,71) bünyesinde hazırlandığı

saptanmıştır.

Tablo 7. *Doktora Tezlerinin Enstitülere Göre Dağılımı*

Enstitü	Sıklık (n)	Yüzde (%)
Sosyal Bilimler Enstitüsü	**6**	**85,71**
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	1	14,29
Toplam	**7**	**100**

Turizm ekonomisi alanında hazırlanan doktora düzeyindeki tezlerden 1'inin erişime kapalı olması ve anabilim dalı hakkında bir bilgiye ulaşılamaması dolayısı ile toplam 7 tezin 6'sının bağlı bulunduğu anabilim dalı incelenmiştir. Tablo 8'de turizm ekonomisi alanında hazırlanan doktora düzeyindeki tezlerin bağlı bulunduğu anabilim dallarına göre dağılımı gösterilmiştir. Buna göre; İktisat Anabilim Dalında 4, İşletme Anabilim Dalı ve Ekonometri Anabilim Dalında 1'er adet tez hazırlanmıştır. İlgili alanda hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerde (26,47) olduğu gibi doktora düzeyindeki tezlerin de en çok "İktisat Anabilim Dalı" (%66,66) bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 8. *Doktora Tezlerinin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı*

Ana bilim Dalı	Sıklık (n)	Yüzde (%)
İktisat Anabilim Dalı	**4**	**66,66**
İşletme Anabilim Dalı	1	16,67
Ekonometri Anabilim Dalı	1	16,67
Toplam	**6**	**100**

Turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerin Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü ve Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nde ve 12 farklı anabilim dalında, doktora düzeyindeki tezlerin ise Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Sağlık Bilimleri Enstitüsünde ve 3 farklı anabilim dalında hazırlanmasının nedeninin ilgili alandaki çalışmaların disiplinlerarası bir özellik taşıdığının düşünülmesi olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada turizm ekonomisi alanında 1988-2021 yılları arasında yazılan 37 yüksek lisans ve 7 doktora olmak üzere toplamda 44 adet lisansüstü tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonucunda, turizm ekonomisi alanında yazılan lisansüstü tezlerin çok büyük bir yüzdesinin yüksek lisans düzeyindeki tezlerden oluştuğu, buna karşılık doktora düzeyindeki tezlerin oldukça sınırlı olduğu ve arttırılması gerektiği saptanmıştır. Çalışmadan elde edilen bu sonuç literatürde turizmin alt başlıklarına yönelik bibliyometrik analiz yapan Tayfun vd. (2018); Oğuzbalaban, G. (2019); Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş. & Zengin, B. (2019); Canik, S., & Özdemir, E. (2019); Çolakoğlu, Ü., Altun,
H. E. & Kıykaç, B. (2019); Aksöz, E. O. ve Yücel, E. (2020); Albayrak, A., Tuzunkan, D. (2020); Özçoban, E. (2020); Zengin, B. & Atasoy, B. (2020); Bişkin, F. & Pektaş, Ç. (2021); Pektaş, Ç., & Aydın, S. (2021); Sarıkaya, F. ve Yılmaz, M. (2021); Konak, S. (2022) ve Ödemiş, M. (2022) tarafından elde edilen sonuçlar ile benzerdir. Turizm ekonomisi alanında yüksek lisans düzeyinde ilk

tez 1988 yılında yazılırken, en fazla yüksek lisans tezi yazılan yıllar sırası ile 2019 ve 2020 olmuştur. Doktora

düzeyindeki ilk tez çalışması 1996 yılında yazılırken, geri kalan 6 adet doktora düzeyindeki tez 2003, 2004, 2014, 2017, 2018 ve 2021 yıllarında birer adet olacak şekilde hazırlanmıştır. Yüksek lisans düzeyinde incelenen tez çalışmalarının YÖKTEZ veri tabanında daha çok "turizm" konusu altında, doktora düzeyinde incelenen tez çalışmalarının ise "ekonomi" ve "turizm" olmak üzere 2 farklı konuyu içerecek şekilde sınıflandırıldığı tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, turizm rehberliği alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini gerçekleştiren Zengin, B. & Atasoy, B. (2020), medikal turizm temalı lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini gerçekleştiren Sarıkaya, F. ve Yılmaz, M. (2021) ve turizm talebi kapsamında yer alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini gerçekleştiren Ödemiş, M. (2022) ile benzer sonuçlara ulaşılmış ve Balıkesir Üniversitesi'nin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Öyle ki bu çalışmada turizm ekonomisi alanında yer alan yüksek lisans düzeyindeki tez çalışmalarının en çok yapıldığı üniversitenin Balıkesir Üniversitesi olduğu saptanmıştır. Doktora düzeyindeki tez çalışmalarının en çok yapıldığı üniversitenin ise Muğla Üniversitesi olduğu saptanmıştır. Turizm ekonomisi alanında hazırlanan yüksek lisans düzeyindeki tezlerin Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü ve Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nde ve 12 farklı anabilim dalında, doktora düzeyindeki tezlerin ise Sosyal Bilimler Enstitüsü ve Sağlık Bilimleri Enstitüsünde ve 3 farklı anabilim dalında hazırlandığı tespit edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan bu sonucun nedeni ilgili alandaki çalışmaların disiplinlerarası bir özellik taşımasıdır. Buna karşılık, yüksek lisans ve doktora düzeyindeki tez çalışmalarının daha çok sosyal bilimler enstitüsü ve iktisat anabilim dalı bünyesinde hazırlandığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

Afifi, G. M. (2009). Tourism as the subject of doctoral theses in Egypt, 1975–2008. *Anatolia*, *20*(2), 387-400.

Akkaşoğlu, S., Akyol, C., Ulama, Ş. & Zengin, B. (2019). Tarım turizmine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1193-1218. DOI: 10.21325/jotags.2019.416

Aksöz, E. O., & Yücel, E. (2020). Engelli turizmi alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *4*(1), 388-404.

Albayrak, A., Tuzunkan, D. (2020). Kırsal turizm ve türlerine yönelik hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Turkish Studies-Social*, 15(1), 845-859. https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40613

Bahar, O., & Kozak, M. (2008). *Turizm Ekonomisi*, (2. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

Bao, J. (2002). Tourism geography as the subject of doctoral dissertations in China, 1989-2000. *Tourism Geographies*, *4*(2), 148-152.

Bedir, B. (2021). *Covid-19 Salgınının Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Binbaşıoğlu, H. (2020). Akıllı turizm üzerine bibliyometrik bir literatür taraması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8(4), 2825-2847

Bişkin, F. & Pektaş, Ç. (2021). Turizm pazarlaması alanında hazırlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(4), 2075-2095.

Bozok, D., Kılıç, S.N. ve Özdemir, S.S (2017). Turizm literatüründe kırsal turizmin bibliyometrik analizi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 14(1), 187-202.

Broadus, R. N. (1987). Toward a definition of "bibliometrics". *Scientometrics*, *12*(5), 373-379. Canik, S. & Özdemir, E. Güneren (2019). Sağlık turizmini konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 125-134.

Chen, S., Tian, D., Law, R., & Zhang, M. (2022). Bibliometric and visualized review of smart tourism research. *International Journal of Tourism Research*, *24*(2), 298-307.

Çankaya, C. (1996). *Türk Turizm Ekonomisine Katkıları Doğrultusunda Rafting Sporu ve Geleceğinin Değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Çavuşgil Köse, B. (2020). Turizm ve Covid-19: Bir bibliyometrik analiz yaklaşımı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, *5*, 99-111.

Çiçek, D., & Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, *26*(4), 734-756.

Çinbilgel, İ., & Ergün, G. S. (2022). Scopus Veritabanı Üzerinde Ekoturizmin Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis of. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *10*(2), 1053-1065.

Çolakoğlu, Ü., Altun, H. E. & Kıykaç, B. (2019). Türkiye'deki medikal turizm tezlerinin bibliyometrik profili (2008-2018). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 135-143.

Çuhadar, M., & Morçin, İ. (2020). Türkiye'de gastronomi turizmi ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, *7*(1), 92-106.

Düşmezkalender, E., & Metin, M. (2019). Alternatif turizme yönelik bibliyometrik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, *22*(2), 813- 824.

Ekren, G. (2022). Sinop ile ilgili turizm araştırmaları üzerine bir değerlendirme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, *12*(2), 332-346.

Gök, H. S. (2021). Gönüllü turizm konusunda yapılan araştırmaların bibliyometrik analizi: Scopus örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *5*(2), 1546-1567.

Hall, C. M. (2011). Publish or perish? bibliometric analysis, journal ranking and the assesment of research quality in tourism. *Tourism Management, 32*(1), 16-27.

Hıdıroğlu, H. (1988). *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde turizme dayalı kalkınma*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karagöz, D., & Kozak, N. (2014). Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin bibliyometrik analizi: Araştırma konuları ve kurumlar arası iş birliğinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, *28*(1), 47-61.

Konak, S. (2022). Medikal turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi (2018-2022). *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1) – 2022.

Koseoglu, M. A., Rahimi, R., Okumus, F., & Liu, J. (2016). Bibliometric studies in tourism. *Annals of tourism research*, *61*, 180-198.

Kozak, N. (1996). *Türkiye turizm tezleri bibliyografyası (1952-1995).* Ankara: Anatolia Yayıncılık.

Kozak, N. (2001). Türkiye'de turizm pazarlaması literatürünün gelişim süreci: 1972-1998 yılları arasıda hazırlanmış lisansüstü tez çalışmalan üzerine biyo-bibliyografik bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *12*(1), 26-33.

Kurtdere, İ. (2021). *Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Makro İktisadi Değişkenler Üzerindeki Etkisinin Ekonometrik Analizi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Lee, S. H. (2015). *A Bibliometric Analysis of the Field of Records Management: A Case Study of" Records Management Journal", 1989-2013*. University of Toronto (Canada).

Meyer-Arendt, K. J. (2000). Tourism geography as the subject of North American Doctoral dissertations and Master's theses, 1951-98, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 2:2, 140– 156.

Meyer-Arendt, K. J. and Justice, C. (2002). Tourism as the subject of north american doctoral dissertations, 1987– 2000. *Annals of Tourism Research,* 29*:* 1171– 1174.

Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., & Merigó, J. M. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of business research*, *101*, 819-827.

Oğuzbalaban, G. (2019). Termal turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1012-1027.

Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, *73*, 64-74.

Özçoban, E. (2020). İnanç turizmi alanında yayımlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analizi (1998-2019), *Turkish Studies-Social*, 15(3), 1363-1375. https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.41530

Ödemiş, M. (2022). Turizm talebi kapsamındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi (1994- 2021). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *10*(1), 525-541.

Özel, Ç.H. ve Kozak, N. (2012). Turizm pazarlaması alanının bibliyometrik profili (2000-2010) ve bir atıf analiz çalışması. *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4), 715-733.

Pektaş, Ç., & Aydın, S. (2021). Kongre turizmi ile ilgili hazırlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, *3*(1), 72-83.

Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of documentation*, *25*, 348.

Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. L. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, *23*(4), 517-535.

Sánchez, D., A., Rama, M. ve García, Á., J. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WOS. *European Research on Management and Business Economics.* 23, 8-15.

Sarı Gök, H. (2022). Kültürel miras turizmi araştırmalarının görsel haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, *12*(1), 218-234.

Sarıkaya, F. ve Yılmaz, M. (2021). Medikal turizm temalı ulusal lisansüstü tezlerin değerlendirilmesi (2008-2020), *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2573-2591.

Sengupta, I.N. (1992). Bibliometrics, informetrics, scientometrics and librametrics: an overview. *Libri*, 42(2), 75-98.

Strandberg, C., Nath, A., Hemmatdar, H., & Jahwash, M. (2018). Tourism research in the new millennium: A bibliometric review of literature in Tourism and Hospitality Research. *Tourism and hospitality research*, *18*(3), 269-285.

Tayara, M. ve Özel, Ç. H. (2019). Annals of Tourism Research Dergisinde yayımlanan postmodern dönemde turizm konulu makaleler: bibliyometrik inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 100-111.

Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç. & Durmaz, M., (2018). Turizm alanında yiyecek ve içecek ile ilgili lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6, 523-547.

Ülker, P., Ülker, M., & Karamustafa, K. (2022). Bibliometric analysis of bibliometric studies in the field of tourism and hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, (ahead-of-print).

Weiler B., Torland M., Moyle B. D. and Hadinejad A. (2018) psychology-ınformed doctoral research in tourism. *Tourism Recreation Research*, 43(3), 277-288.

Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.

Yılmaz, İ., Karakuş, Y., Çamlıca, K. ve Toprak, L.S. (2017). Turizm alanındaki bibliyometrik çalışmalar: türkiye örneği. *Turan-Sam Stratejik Araştırmalar Merkezi Dergisi*, 9(36), 83-88.

Zencir, E., & Kozak, N. (2012). Sosyal bilimler enstitü dergilerinde yayımlanan turizm makalelerinin bibliyometrik profili (2000-2010). *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, *12*(15), 673-682.

Zengin, B. & Atasoy, B. (2020). Turizm rehberliği alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik çerçevesi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4 (3), 975-992.

Zhang, C., Wang, S., Sun, S. & Wei, Y. (2020). Knowledge mapping of tourism demand forecasting research.*Tourism Management Perspectives*, 35, 100715.

ÖZBEK SERAMİKLERİNDE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASA YANSIYAN HAYVAN MOTİFLERİ

Arş. Gör. Süveyda Şahin
Pamukkale Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
E-mail: suveydasahin48@gmail.com

Özet

Özbek seramikleri tüm dünyada özel bir yere sahip olan el sanatı ürünlerinden biridir. Özbekistan'ın kendine has kültürünü yansıtan ve geçmişten günümüze süregelen seramik sanatı somut olmayan kültürel mirasın da bir parçasıdır. Ürün çeşitliliği bakımından Özbekistan'da oldukça zengin olan bu sanat, seramiklerin üzerindeki motifler açısından da bir hayli zengindir. Özbek seramiklerinde hayvan motiflerinin sıkça kullanılması ve motiflerdeki hayvan türünün çok olması dikkat çekici bir unsurdur. Türk kültürünün bir parçası olan bu motifler, hayvanların Türkler için ne kadar önemli bir yere sahip olduğunun bir göstergesidir. Özbek seramiklerinde yer alan hayvan motifleri; Türk kültürüne yansıyan mitolojik unsurları, geleneksel çizgileri, inanışları ve değerleri içermektedir. Özbeklerin somut olmayan kültürel mirasının bir parçası olan bu seramikler, antik çağlardan beri nesilden nesile aktarılarak gelmiş; geleneksel ve modern motiflerin içinde hayvan motifleri ile Özbek Türklerinin kendine has özelliklerini taşıyarak üretim geleneklerini yaşatmıştır. Çalışmada Özbek seramiklerinde yer alan hayvan motifleri incelenecek olup bu motiflerin Özbek Türkleri özelinde Türk dünyası için anlamı değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Özbek seramik sanatı, hayvan motifleri, somut olmayan kültürel miras.*

ANIMAL MOTIFS REFLECTED IN INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN UZBEK CERAMICS

Abstract

Uzbek ceramics is one of the handicraft products that has a special place all over the world. The ceramic art, which reflects the unique culture of Uzbekistan and continues from the past to the present, is also a part of the intangible cultural heritage. This art, which is very rich in Uzbekistan in terms of product diversity, is also very rich in terms of motifs on ceramics. The frequent use of animal motifs in Uzbek ceramics and the abundance of animal species in the motifs are remarkable. These motifs, which are a part of Turkish culture, are an indication of how important animals are for Turks. Animal motifs in Uzbek ceramics; It includes mythological elements, traditional lines, beliefs and values reflected in Turkish culture. These ceramics, which are part of the intangible cultural heritage of the Uzbeks, have been handed down from generation to generation since ancient times; It has kept the production traditions alive by carrying the unique characteristics of the Uzbek Turks with animal motifs in traditional and modern motifs. In the study, the animal motifs in Uzbek ceramics will be examined and the meaning of these motifs for the Turkic world, in particular for the Uzbek Turks, will be evaluated.

Keywords: *Uzbek ceramic art, animal motifs, intangible cultural heritage.*

Giriş

Türklerin eski çağlardan beri yaşam biçimlerine yansımış bazı motifler vardır. Göçebe bir yaşam tarzı süren Türklerde hayvanlar özel bir yere sahiptir ve hayvan motifleri de oldukça önemli bir yer kaplamaktadır. Bu motifleri tarihlendirmek oldukça güç olsa da eski

Türklerden bugüne kültürel bir devamlılık sağlayan hayvan motifleri inançların, mitolojinin, geleneklerin

içine yerleşmiş ve simgesel olarak da hemen hemen her türlü araç gereçte kullanılmışlardır. Bunlardan önemli bir yere sahip olan seramiklerde de hayvan motifleri önemli bir yer kaplamaktadır. Türklerin yaşam biçimlerini yansıtan ve bu yaşam biçiminin bir parçası olan hayvan motiflerinin Türklerin inanç ve felsefelerinin sonucu ortaya çıkıp geliştiği düşünülmektedir. Eski Türklerin yaşam felsefesini taşıyan bu hayvan motiflerinin, çağdaş Türk topluluklarının da birçoğunda aynı veya benzer anlamları taşıyarak devam etmesi onun süsleme amaçlı kullanılmasında etkili olmuştur. Hayvan motifleri Türk mitolojilerinin yanı sıra zaman içerisinde farklı medeniyetlerin mitolojilerini de etkilemiş ve bu etkileşimden kaynaklı süsleme sanatının bir parçası olmuşlardır. Süsleme sanatının büyük bir kısmını kapsayan seramiklerde kullanılan hayvan motifleri kadim zamanlarda şamanlar tarafından bir takım ritüeller ile görsel ve sözlü olarak aktarılırken daha sonraları birçok sanat eserine ilham kaynağı olarak günümüze kadar ulaşmıştır. Dünyaca ünlü olan Özbek seramiklerinde ise hayvan motiflerine oldukça sık yer verilmekle birlikte hayvanlara yüklenen semboller geçmişe dayalı bir anlam ifade ederken modern çağa ayak uydurulup yeni motiflere de yer verilmiştir. Somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olan eski Türklerin yaşam biçimleri ve felsefelerini yansıtan bu motifler, günümüzde de birçok seramik sanatçısına ilham kaynağı olmaktadır.

Çalışmada seramik sanatında kullanılan hayvan motiflerinin, yüklendikleri anlamlar ve taşıdıkları semboller araştırılarak, Özbek Türkleri özelinde Türk topluluklarında dekoratif amaçlı uygulamalarda kullanılmasına yönelik farklı bir bakış açısı getirmesi amacı ile yorumlanması düşünülmüştür. Türklerin kültür tarihini yansıtması bakımından son derece önemli olan bu motiflerin tarihsel olarak hangi düşünce ile ortaya çıktıkları ve varlıklarını süsleme sanatı üzerinde sürdürerek günümüze kadar taşındığının bilinmesi hem Türk topluluklarındaki ortak kültürü yansıtması hem de yeni tasarımlara kaynaklık etmesi açısından önemlidir. Bu kapsamda, tarihsel süreç içerisinde inançlar, inanışlar, ritüeller, gelenek ve görenekler ile mitolojinin kaynaklık ettiği motiflere süsleme sanatında kullanılarak yüklenen anlamlar hayvanlar üzerinden verilmeye çalışılacaktır. Eski Türklerden beri kullanılan bu motiflerin, tarihi süreci ve kullanım amaçları ile ilgili bilgi ve sonuçlara varmanın somut olmayan kültürel mirasımız için de önemi büyüktür.

Özbek Seramiklerinde İşlenen Hayvan Motifleri Yılan Motifi

Özbek seramiklerinde kullanılan hayvan motiflerinde karşımıza en sık çıkan yılan motifidir. Yılan, birçok toplumda olumlu veya olumsuz anlamlar yüklenmiş bir motiftir. Bazı kültürlerde yılan; yaşamı, sağlığı, bilgiyi, ölümü, karanlığı, sihri ve değişimi ifade etmektedir. "İnsanoğlunun korktuğu canlılardan olan yılan, bir yandan saadet, talih, sağlık ve bereket sembolü ve aracı olarak görülürken bir yandan da kötülük, ızdırap, hainlik ve hile temsilcisi olarak kabul edilmektedir" (Biray, 2013: 96). Buna rağmen yılan, birçok inanışta antik çağlardan beri bir sembol olarak kullanılmaya devam etmiştir. Eski Türklerin inançlarının bir parçası olan Şamanizme bakıldığında "yılan Türk Şamanizminde yeraltı ilahı Erlik'le ilgili bir simgedir" (Çoruhlu, 2000: 157). Çoruhlu'ya göre kara rengi yeri ve yeraltı Tanrısı Erlik'i temsil eder (2000: 158). Şamanın yılan biçimine girdiği ve ritüel esnasında yılanın hareketlerini taklit ettiği yönünde bir inanış vardır. Şaman elbiselerinde yılana işaret eden nesnelerin yer almasının nedeni bu olmalıdır. Yılan, Altay şamanlarının elbiselerinde de bolca kullanılan bir motiftir ve elbiselerin "üzerine, yılanları temsil eden birçok şerit ve mendil dikilmiştir" (Eliade, 1999: 183). Şaman elbiselerinin üzerine yılan vb. yabani ve ürkütücü hayvanların işlenmesi ile o hayvanın gelmesinin engellenebileceği düşünülmüştür. "Bunun amacının resmedilen hayvanları uzaklaştırmak olduğu kabul edilir." (Ersürel, 2009: 87). Ayrıca şamanizmde yılanı, Şamanının yardımcısı olarak da görürüz. Yılan, "şamana yardım eden koruyucu hayvan ruhlarından birisidir. Şamanın gökyüzüne ve yer altına olan seyahatlerinde ona yardımcı olur" (Yıldız, 2011: 201). Şaman adayları, şaman olma sürecinde birtakım semboller içeren düşler görürler. Bu düşlerde şaman adayına görünen ruhlardan bazıları yılan şeklindedir. Çünkü Eliade, inanışa göre samimi ve yardımcı ruhların bazı hayvanlar şeklinde göründüğünden bahseder (1999: 116). Eliade, Evren Ağacı'nın alt bölgesinde, "başka resimlerle birlikte, Yeraltı tanrıları, ölülerin yanında şamanlar, yılanlar ve kuşlar bulunur" demektedir (1999: 207). "Çoğu kültürde genellikle yeryüzünü ve yeraltını simgeleyen yılan, toprak altında yaşadığı için ilk çağlarda ölü atalar ile ilişkilendirilmiştir. Bu sebeple onun ataların ruhunu yeryüzüne ulaştırdığına inanılırdı" (Arslanbaş, 2020: 106). Bazı toplumlarda "ejderhaya yakın sayılan ve bunların kralı olan yılan, Bulgarlar tarafından öldürülmüyordu ve Başkurtlar da kuşkusuz on iki ata aşireti anlamına, bunu kendi oniki tanrıları arasında sayıyorlardı" (Roux, 2002: 156). Ayrıca On İki Hayvanlı Türk takviminde bir yılı sembolize eden yılan; "Türk kozmolojisi, yaratılış ve kıyamet mitlerinde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan Volga Türkleri onu uğurlu, Kalmuklar göksel, Başkurtlar da ataları kabul eder. Uygur mitolojisinde de kutsal kabul edilip "Altın Başlı Yılan" olarak algılanan bu

hayvan, töz kabul edilmektedir” (Arslanbaş, 2020: 106).

Yılan, Seyidoğlu'na göre "Ölümsüzlüğü, kötülüğü, şekil değiştirmeyi, tekrar tekrar yaşamayı sembolize eder" (1998: 86). İslam Ansiklopedisinde11 ise "Yılan; yıllarca yaşayabilen, genellikle normal yolla ölmeyen, deri değiştirebilen ve kopan uzuvlarını yenileyebilen mitolojik kökenli bir hayvandır" (Arslanbaş, 2020: 106). Onun bu özelliği ona ölümsüzlük atfedilmesine neden olmuştur. "Yılan çeşitli sanat eserlerinde kuvveti, ölümsüzlüğü ve dünyanın yaradılışını sembolize eden önemli bir motif olarak görülür." (Yıldız, 2011: 201). "Arkaik kültürlerde yılan ölümsüzdür, bereket ve bilgi dağıtır; tüm gücünü ise aydan alır" (Abiha, 2012: 6). Yılana atfedilen bir diğer motif ise onun hastalıkların tedavisinde panzehir olarak kullanılmasıyla alakalıdır. "Bunun bir örneği Kur'ân-ı Kerîm'deki Lokmân suresinde yer alan ve zamanla halk arasında değişikliklere uğrayan Lokmân Hekim hikâyesidir. Lokmân Hekim'in Şahmaran'ın organlarından yaptığı iksir ile Bey'i hastalığından kurtardığı anlatılır" (Arslanbaş, 2020: 107). "Farklı hayat üreme unsurlarıyla birlikte ele alınan yılan ayrıca toprak ile kendi arasında bağ kurmaktadır. Yılan da hem toprak üzerinde hem de toprak altında yaşamasıyla bu doğurgan toprağı dölleyen bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır" (Sivri ve Akbaba: 2018: 55). Yılan motifinin bu kadar farklı yönlerinin olması, kendini daima yenilemesi bakımından ölümsüz olduğuna inanılması genel bir fikirdir. Birçok mitolojide yılan kendini yenileyen bir hayvan olmasından kaynaklı olarak onun doğurgan, ilim, bilgi ve ölümsüzlüğü simgeleyen bir motif olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. "Mircea Eliade'nin de belirttiği gibi yılan, kültürlerin çoğunda yenilenme özelliği bulunan, dönüşen bir hayvandır; bilgeliğin kaynağıdır ve geleceği görür." (Abiha, 2012: 6).

Roux, yılanın doğudaki bozkır bölgelerinde biraz daha üstün bir konumda olduğu görüşündedir (2011: 139). Çoruhlu, Türklerde "yılanın aynı zamanda kuzey yönünü temsil ettiğinden de bahseder" (Yıldız, 2011: 202). Onun kuzey yönü temsil etmesi, Erlik ile özdeşleşen yanı yani kara rengi olmasıdır. "Orta Asya Türkleri arasında da birbirine sarılmış iki yılan saadet sembolü olarak kabul edilmektedir. Bu sembol, hükümdar armalarında, mabetler ve sağlık kuruluşlarında da karşımıza çıkmaktadır" (Biray, 2013: 96). Türk topluluklarının bazılarında ise yılan, evin koruyucusu olarak görülmekte ve ev iyesi olarak karşımıza çıkmaktadır. "Bu sebeple yılan olan evde bereket olacağına inanılır ve bu yılan öldürülmez. Yine bazı halk efsanelerinde tılsımlı yılanlardan söz edilir; yılan eti yiyen

[11] **Bknz.** S. L. Gürkan, “Yılan” maddesi. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 2013. S. 527-529.

insanların sihir gücüne kavuştuğu ve doğanın dilini anlamaya başladığı anlatılır. Bilgi kudretinin yılanların padişahı Şahmaran tarafından verildiğine inanılırdı" (Abiha, 2012: 3).

Yılan, soğuk ve ürkütücü bir hayvan olmasından kaynaklı bazen kötülüğü ve karanlığı simgelerken bazen de yol gösterici olması, kendini yenilemesi, koruyucu ruhlardan biri olması, şifa verme özelliğinin olması ve yaşamı, bilgiyi, sihri, doğurganlığı, evlerde bereketi sembolize etmesi bakımından kutsal atfedilmektedir.

(Rakhimov, 2006: 114)

(Rakhimov, 2006: 104-105).

Chashmi mor[12]: Yılangözü. Bu desen, renkli seramiklerde işlenen kompozisyonların içinde yer alan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 201).

Du ilonizi/ Kush ilon iz: Çift yılan izi. Bu motif Özbek seramiklerinde kullanılan en basit süslerden biridir (Rakhimov, 2006: 207)

(Rakhimov, 2006: 125).

***Du sari morgula: İki başlı yılan kıvrımı*.** Bu motif kapların merkezinde yer almaktadır (Rakhimov, 2006: 208).

(Rakhimov, 2006: 147).

Ilon boshi: Yılanbaşı. Bu motif kompozisyonlarda genellikle bir bileşen olarak kullanılır (Rakhimov, 2006: 216). Kap kacakların diplerini süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 217).

[12] Motiflere ait terim adları Özbek Türkçesindeki imlalarıyla alınmış olup Türkçedeki karşılıkları verilirken ise Türk Dil Kurumu'ndaki yazımları dikkate alınmıştır.

(Rakhimov, 2006: 104-105).

Ilon izi: Yılanizi. Bu motif, farklı versiyonları olan bir kenar süsüdür. (Rakhimov, 2006: 216).

(Rakhimov, 2006: 146).

Ilon taroq/ ilon taroqgul: Yılan ve tarak (Rakhimov, 2006: 217).

(Rakhimov, 2006: 148).

Islimi mora: Küçük yılanlı islim. Bu motif seramiklerde işlenen kompozisyonların birçoğunda kullanılır (Rakhimov, 2006: 218).

(Rakhimov, 2006: 134)

Mehrobi morak: Nişlerde yılan izleri. Bu motif nişlerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 228).

(Rakhimov, 2006: 125).

Moragi: Yılanyolu (Rakhimov, 2006: 229)

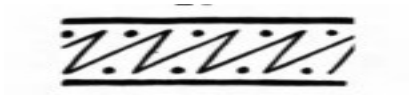
(Rakhimov, 2006: 119)

Moragi duqator: İki sıra halinde yılanyolu. Bu motif seramiklerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 229).

(Rakhimov, 2006: 117)

(Rakhimov, 2006: 123)

Moragi mehrob: Küçük yılanlı niş. Seramiklerde kullanılan kompozisyonların bir unsuru olan bu motif, kapların diplerinde kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 229).



(Rakhimov, 2006: 117)

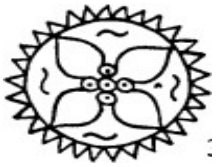
Moragi nakhʻod: Nohutlu yılanyolu. Seramiklerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 229).

(Rakhimov, 2006: 119)

Moragi gʻozanak: Yılanyolu. Zikzak bir şekilde olan bu motif seramiklerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 229).

(Rakhimov, 2006: 126).

Morak: Küçük yılan. Bu motif, kapların diplerini süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 230).



(Rakhimov, 2006: 120)

Morsang: Yılan taşı, tılsım. Seramik kapların dekorasyonunda dip kısımları süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 230).

(Rakhimov, 2006: 126)

Mor ut: Yılandişi. Seramik kapların dekorasyonunda dip kısımları süslemek için kullanılır. (Rakhimov, 2006: 230).

(Rakhimov, 2006: 104-105)

Pilong (or ilon izi): Yılanizi. Kapların kenarlarını ve boyun kısımlarını süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 238).

(Rakhimov, 2006: 104-105)

Qoʻsh ilon izi: Çift yılanizi. Bu motif bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 244).

(Rakhimov, 2006: 125).

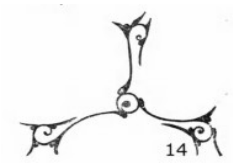
Qoʻshmorak: Bir çift yılan. Bu motif, kenar süsü olarak kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 245).

(Rakhimov, 2006: 126)

Sari mor: Yılan kafaları. Bu motif kapların diplerini renklendirmek için kullanılır. (Rakhimov, 2006: 246)

(Rakhimov, 2006: 104-105)

Se ilon izi: Üç yılanizi. (Rakhimov, 2006: 247).



(Rakhimov, 2006: 125)

Semorgula: Üç yılanbaşı. Bu motif kapların diplerini renklendirmek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 247).

Kuş Motifi

Türk süsleme sanatlarında görülen kuş motifleri, hemen hemen her dönemde görülmektedir ve bu motif Özbek seramiklerinde sıkça geçen bir diğer motifdir. Kuşlar kadim zamanlarda inancın bir parçası olan atalar kültünde yer alan hayvan-ata veya hayvan-ana kültlerinin bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Çoruhlu, Oğuz boylarını simgeleyen kuşların her birinin hayvan-ata ya da hayvan-anayı temsil eden birer töz olduklarından

bahsetmektedir (2000: 57). Kuşlar Türklerde koruyucu ruh ya da töz olarak görülmektedir. "Kuşun ruhun simgesi olduğu, Orhun yazıtlarındaki ölümle ilgili ifadelerden anlaşılmaktadır. Türkçede 'uçmak' sözcügü ölümü ima ediyordu. Aynı zamanda cennetin ifadesi olan kuşların, şamanlar tarafından suretine bürünülen ve yardım alınan ya da koruyucu ruh olarak edinilen hayvanlardan sayıldığı anlaşılmaktadır" (Çoruhlu, 2000: 151). Öney'e göre "Kuşlar ağaca bekçi olan veya ruhu, şamanı sembolize eden figürlerdir (Erdem, 2011: 47-48). Altay Türklerine göre de birçok hayvan ve kuş türü kutsal kabul edilmektedir. "Bu yüzden onların adı doğrudan söylenmez" (Dilek, 2013: 15)

Efsanelerde ise dua ya da beddua sonucunda insanların kuşa dönüşmeleri sıkça geçen bir motiftir. "Kuşa dönüşüm, genel olarak kötü durumdan kurtulma, utanma ve cezalandırılma sonucunda meydana gelir" (Yıldız, 2011: 159). Eliade'ye göre efsanelerde rastladığımız kuşa dönüşme motifi Şamanizmle ilgili olmalıdır çünkü şamanların yardımcı ruhlara dönüştükleri ve bu yardımcı ruhun hayvanlar olduğu yönünde bir inanış vardır (Eliade 1999: 116-126). Roux'a göre gezgin tin Orta Asya'da belli bir görünüşe sahip olmadığından sıkça bir kuş olarak tasvir edilmektedir (2000: 37).

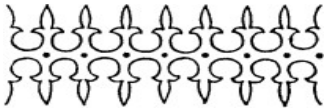
Kuşlar mitolojik bir motif olarak sanat eserlerinde en sık yer alan sembollerdendir. Barış, güç, bilgelik sembolü olmasının yanı sıra kuşlar koruyucu yardımcı ruhu temsil etmeleri bakımından da önemlidirler.

(Rakhimov, 2006: 150)

Qanoti murg: Kuşkanadı. Birçok farklı versiyonu olan modern bir motiftir (Rakhimov, 2006: 240)

(Rakhimov, 2006: 151)

Qushkuz: Kuşgözü. Birçok farklı versiyonu olan modern bir motiftir (Rakhimov: 2006: 151).



(Rakhimov, 2006: 151)

Qush shohlik zanjira: Büyük kuşzinciri. Seramik eşyaların dekorasyonunda kullanılan yeni unsurlardan olan bu motif modern bir motiftir (Rakhimov: 2006: 151)

(Rakhimov, 2006: 152)

Qush garimdori: ***Kuşotu*** (Rakhimov: 2006: 152)

(Rakhimov, 2006: 152)

Qushbarg: Kuşkanadı (Rakhimov: 2006: 152).

(Rakhimov, 2006: 114)

Dumi murg: Kuşkuyruğu (Rakhimov, 2006: 207).

(Rakhimov, 2006: 125)

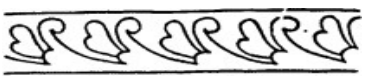
Mehrobi qushqanot: Kuşkanatlı nişler. Nişlerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 229).

(Rakhimov, 2006: 125)

Murgi safid: Beyaz kuş. Kapların dip kısımlarını süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 230).

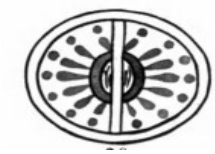
(Rakhimov, 2006: 106)

Qanotimurgʻ: Kuş (tavuk) kanatları. Birçok farklı versiyonu olan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 240).



Qanotimurgʻ: Kuşkanatları. Birçok farklı versiyonu olan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 240)

(Rakhimov, 2006: 150)



(Rakhimov, 2006: 115)

Qanoti qushi movi: Mavi kuşkanadı. Tabakların dip kısımlarını boyamak ve süslemek için kullanılan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 240).

(Rakhimov, 2006: 109).

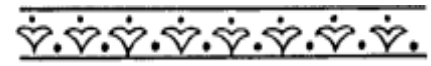
Qushqanot: Kuşkanadı. (Rakhimov, 2006: 243).

(Rakhimov, 2006: 125).

Qushtirnoq: Kuştırnağı (Rakhimov, 2006: 125).

(Rakhimov, 2006: 119).

Qush bargi nahot: Benekli kuşkanadı (Rakhimov, 2006: 119).



(Rakhimov, 2006: 131).

Chumchuq qanot: Serçekanadı (Rakhimov, 2006: 131).

Altın Kartal Motifi

Kartal motifi Göktanrı'nın sembollerinden sayılmakta, dini ritüelleri gerçekleştiren şamanlar tarafından da kullanıldıkları görülmektedir. Kartal "Türk mitolojisinde türeyişle ilgili önemli simgesel hayvanlardır. Bunlar kendilerinden türenildiğine inanılan bir hayvan-ata ya da hayvan-anadır. Bu nedenle bu avcı kuşlar aynı zamanda birer tözdür" (Çoruhlu, 2000: 111). Kartal motifi Türk kültüründe "totem olup, güneşin sembolü olarak kabul edilir" (Dilek, 2021: 191). "Göktürk ve Uygur devirlerinde kartal ve diger yırtıcı kuşlar hükümdar ya da beylerin timsali, koruyucu ruhun ve adaletin simgesiydi. Güneşi ve aynı zamanda güç ve kudreti ifade ediyordu." (Çoruhlu, 2000: 134). Dilek'e göre kartalın

Türk topluluklarının hemen hepsinde

kötü ruhları kovduğuna, hastalıklara ve nazara karşı insanları koruduğuna inanılmıştır. Kartal aynı zamanda çocuksuz kadınların çocuk sahibi olmalarına yardım eden koruyucu bir ruhtur. Bu nedenle kartal kutsal kabul edilen bir hayvandır (2021: 192-193). İnan'a göre kartal kuş görünümünde olan ruhlardanlardır. ''İlkbahar ve güz mevsimleri kartalın temsil ettiği ruhun iradesine bağlıdır. Kartal bir defa kanatlarını sallarsa buzlar erimeye başlar, ikinci defa sallarsa ilkbahar gelir. Kartal kültüyle ilgili geleneklerden anlaşıldığına göre eski zamanlarda bu kuş güneş ve Göktanrı'nın sembolü sayılmıştır" (İnan, 1986: 46). "Orta Asya inançlarında totem olarak kullanılan kartal, kuşların da hakanı olarak kabul edilmekte, şans ve bilgelik simgesi olarak görülmektedir" (Erdem, 2011: 35).

"Kartal; eski Türk kurganlarından başlayarak Hun, Göktürk, Uygur, Avar, Erken İslam, Abbasi, Gazne, Fatimi, Eyyübi ve Büyük Selçuklu sanatında nazarlık, tılsım, kudret ve kuvvet sembolü, arma, totem, mezar, hayat ağacı sembolü, aydınlık güneş ve talih, bilginlik, gökyüzünü temsil eden ve gelecekten haber veren kuş olarak, sembolik bir şekilde kullanılmıştır" (İnal Sert, 2021: 59). Eski Türklerde dini ritüelleri gerçekleştiren ve şifa dağıttığına inanılan şamanlar ile tanrısal bir varlık olarak görülen kartallar arasında bir bağ kurulmuştur. Benzer bir şekilde "Yakut Türklerinin inanışlarına göre şamanlar, yeryüzüne bir kartal tarafından getirilirlerdi. Onlara göre, şaman olacak bir çocuğun ruhu, çocuk daha doğmadan bir kartal tarafından yenirdi."13 (Ögel, 2010: 595). Yine Yakutların inançlarına göre "göğün en üst katında ve göğün yere açılan kapısında, yeri göğü bağlayan Dünya Ağacı'nın tepesinde, çift başlı bir kartal otururdu. Göklerin korunması bu kartalın vazifesi idi. Bu, orijinal bir Türk düşüncesi idi" (Ögel, 2014: 377). Çitf başlı kartal motifi göklerin egemen gücünü, asaleti, koruyucu ruhu, tılsımı ve nazarlık simgesi olarak Türklerde yaygın olarak kullanılmıştır.

Dumi burgut: Altın kartalkuyruğu. Kaplarda işlenen kompozisyonlarda kapların alt kısımlarını süslemek için kullanılan dekoratif bir unsurdur (Rakhimov, 2006: 207).

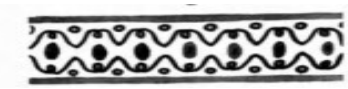
(Rakhimov, 2006: 114).

(Rakhimov, 2006: 124).

[13] V. L. Seroşevskiy'in *Yakutlar* adlı kitabında bu efsane çok daha geniş olarak anlatılmaktadır.

ç. Kuzgun Motifi

Kuzgun Altay Türklerinde kutsal kabul edilen kuşlardandır. "Bu yüzden onların adı doğrudan söylenmez" (Dilek, 2013: 15)



(Rakhimov, 2006: 119)

Chashmi zog: Kuzgungözü. Bu motif Özbek seramiklerinde ürünlerin kenarlarını süslemek için kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 201).

Karga Motifi

"Kargaya dair bilinen ilk anlatı olan ve onun kurtla birlikte geçtiği Usun14 anlatılarından, günümüzde karganın geçtiği halk edebiyatı ürünlerine kadar, toplumun geçirdiği dönüşümlere ve girdiği kültür dairelerine bağlı olarak karga farklı anlamların taşıyıcısı olagelmiştir" (Özbaş, 2010: 65). Orta Asya'da yaşayan Türk topluluklarında bazı kuşlar çok eski çağlardan beri kutsal sayılmaktaydı. Türk topluluklarında karga rengine göre de anlamlandırılmıştır. Bu bakımdan bazen olumlu bir anlam taşırken bazen de olumsuz anlamlar yüklenmiştir. İnanışa göre "altın ya da kırmızı karga güneşin; kara karga şeytanın ve kötülüğün" simgesi idi (Çoruhlu, 2000: 153). Altayların Yaratılış Destanının bir varyantına göre "Üç- Kurbustan insana uzun ömür vermek için kutsal suyu getirmekle kargayı görevlendirmiştir." (Dilek, 2013: 96). Destanın bu varyantına göre "karga, gagasında suyla dönerken, Erlik bir leş kılığında onun önüne çıkmıştır. Karga aç gözlülüğünden leşi yemek istemiş ve ağzındaki suyu dökmüştür. Karganın döktüğü sular ardıç ve çam ağaçlarının üzerine düşmüştür. Bu yüzden bu ağaçlar her zaman yeşildir." (Dilek, 2013: 96).

Ögel ise, Terene boyundan derlenen bir destanda karganın hain olduğundan bahseder (Ögel, 2014: 697). "Bu tarihsel ve kültürel süreç içerisinde karga, kurtarıcılık ve besleyicilik vasıflarından tamamen arınarak sembolik olarak taşıdığı olumlu anlamları kaybetmiş ve eskiden taşıdığı olumsuz anlamlara yeni yaşam koşullarına uygun farklı anlamlar katmıştır" (Özbaş, 2010: 65). Karga; Dîvân-ı Lugaâti't- Türk'te ve Dede Korkut'ta geçen Dirse Han Oğlu Boğaç Han hikâyesinde olumlu ve olumsuz olarak her iki anlamda da kullanılmıştır.

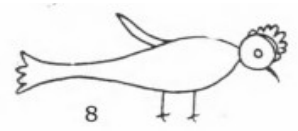
[14] **Usun** ya da **Wusun** ya da **Vusun**, Han Hanedanı döneminde (MÖ 206 - MS 220) yaşamış göçebe-yarı göçebe Türk veya Hint-Avrupa (Hint-Aryan) kökenli bir halktır. Çin kaynaklarının aktardığına göre Çin'in kuzeybatısında (Batı Gansu bölgesinde) Yüeçiler'e yakın bir bölgede yaşamış, Yüeçiler tarafından yenilgiye uğratılınca MÖ 176 yıllarında Hiung-nuların egemenliğine girmiş, daha sonra İli Nehri ve Issık Göl bölgesine

yerleşmiş ve en azından beş yüzyıl boyunca bölgedeki gücünü korumuş bir halktır.

Hikâyede Boğaç Han'ın yerini bulmaya yardımcı olması ve onu kurtarması kargaya kurtarıcı rolü yüklemiştir. Ancak aynı zamanda kargalar Boğaç Han'ın üzerine konmaya çalışmışlardır.

Başkurtlarda karga, totem kabul edilen hayvanlardandır. Karga yardımseverdir, yol gösterir ve onun bereket getireceğine inanılır. Yağmur yağması ve bol ürün alabilmek için karga kurban edilmektedir (Dilek, 2021: 463,464). Anadolu'da ise karga ölümün habercisidir. Aynı zamanda halk meteorolojisine yönelik inanışlarda da karga motifi vardır. Örneğin; karga alçaktan uçarsa havanın sıcak olacağına, toplu olarak uçarlarsa havanın bozacağına inanılır. Kazak kültüründe de karganın hava durumunu tahmin etmede kullanılan bir motif özelliği görülmektedir (Dilek, 2021: 464,465).

Özbek seramiklerinde dekoratif amaçlı kullanılan karga motifi daha çok modern seramik süslemelerinde karşımıza çıkmaktadır.



Popishak (Shakhrisabz): ***Karga*** (Rakhimov, 2006: 149)

Zogcha (Shakhrisabz): Küçük karga (Rakhimov, 2006: 149).

(Rakhimov, 2006: 105)

Qarg'atirnoq[15]***: Karga pençesi.*** Bu motif Özbek seramiklerinde kenarları süslemek için kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 240)

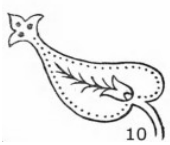
(Rakhimov, 2006. 147).

Qarg'atish[16]***: Kargadişi.*** Harezm'de seramik dekarosyonunda kapların dip kısımlarını süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006. 242).

a. Baykuş Motifi

[15] Rakhimov'un eserinde bu motifin İngilizce karşılığı "raven/kuzgun" olarak verilmiştir. Biz bu terimi "karga" başlığı altında vermeyi uygun gördük.
[16] Rakhimov'un eserinde bu motifin İngilizce karşılığı "raven/kuzgun" olarak verilmiştir. Biz bu terimi "karga" başlığı altında vermeyi uygun gördük.

Dilek'e göre, baykuş motifi; Azerbaycan, Türkmen, Kumuk, Özbek ve Anadolu efsanelerinde olumsuz özellikler taşımaktadır. Baykuş ötmesinin uğursuzluk getireceğine ve kötülüklerin habercisi olduğuna inanılmıştır. İnanışa göre baykuş, ölümün habercisidir. Buna rağmen Anadolu'nun Aydın yöresinde baykuşun devlet kuşu olduğuna dair de bir inanç yer almaktadır. Baykuş, Başkurt masallarında ise olumlu özellikler taşıyan bir kuş olarak karşımıza çıkar. Bu masallarda şifa veren, akıl veren ve yol gösteren bilge bir motif olarak karşımıza çıkmaktadır (2021: 162-164).



(Rakhimov, 2006: 124).

Boykush: Baykuş (Rakhimov, 2006: 199).

(Rakhimov, 2006: 114).

Qanotiboyqush: Baykuş kanatları. Bu motif seramiklerin kenarlarında dekarosyon amaçlı kullanılmıştır (Rakhimov, 2006: 240).

b. Turna Motifi

Çoruhlu'ya göre turna, Orta Asya'da ve Çin'de çok eski çağlardan beri kutsal sayılıyordu; turna ölümsüzlüğün ve uzun hayatın timsali olmuştur (2000: 152-153). Hakasların inanç ve mitolojilerinde kutsal sayılan hayvanların başında turna da gelmektedir. "Hakas inançlarına göre ölen kişinin ruhu bedenden ayrıldığı zaman ölüler âlemine bir turna şeklinde gitmektedir. Ayrıca Hakaslar; turnaların üreme dönemlerinde, bir yıl içinde ölen insan sayısınca yumurta bırakarak yavrulayacağına inanmışlardır" (Dilek, 2021: 825). Dilek'e göre turnalar güneş yönünde ters uçarlarsa bu kötülüğün habercisidir. Böyle bir durumda o yılın zorlu geçeceğine ve ölümlerin çok olacağına inanılmıştır. Ayrıca turnaların eşine veya yumurtasına dokunan insanları lanetlediğine inanılmıştır ve bu yüzden bu hayvana zarar verilmekten kaçınılmaktadır (2021: 825). Şor mitolojisinde ise "turna, insanlar için ateşi Tanrı Ülgen'in yurdundan çalıp yeryüzüne indirmiştir" (Dilek, 2021: 826).

Harroj guli turna: Turna (Rakhimov, 2006: 131).

(Rakhimov, 2006: 131).

c. Güvercin Motifi

Güvercin uzun hayatı temsil etmektedir (Çoruhlu, 2000: 152-153). Kumuk Türkleri güvercini "kutsal kuşlardan sayarlar" (Dilek, 2021: 328). "İslam inancına göre güvercin, günahsız bir varlıktır. Barış ve sevgi sembolü sayılır." (Yıldız, 2011: 164) "Hz. Muhammed mağarada saklanırken güvercinlerin ona su getirip kanatlarıyla da gölgelik yaptığı anlatılır. Şii inançlarında ise güvercin Hz. Hüseyin'in cesedini böceklerden korumuştur." (Dilek, 2021: 328). Dini anlatılarda koruyucu ve yardımcı özelliği olan hayvanlardan olan "o, kötü ruh ve şeytanların kendisine ulaşamayacağı bir kuş olarak kabul edilir." (Dilek, 2021: 328). "Ayrıca bu kuş, hicret hadisesinin önemli bir sembolüdür. Resûl-ı Ekrem ile onun sadık dostu olan Hz. Ebubekir'in hicret yolculuğu esnasında sığındıkları Sevr mağarasının kapısında biten bir ağaca iki nöbetçi misali bir çift güvercinin yuva yapması, müşriklerin mağaraya girip oraya bakmalarını engellemiştir" (Aslanoğlu, 2018: 396). "Sevr mağarasının önüne yuva kurduğu için manen makbul bir kuş kabul edilen güvercinlerin Hz. Muhammed'e hürmeti ve sevgisi sebebiyle, Kâbe gibi kutsal mekânların üzerine konmadığına dair bir inanç bulunmaktadır" (Avlan, 2016). Ayrıca Dede Korkut'ta geçen ölüm meleği Azrail'in bir güvercine dönüşerek açık pencereden çıkıp gitmesi Roux tarafından Şamanizmle de ilişkilendirilen bir durumdur. (Roux, 2000: 37).

Dumi kabutar: Güvercin kuyruğu (Rakhimov, 2006: 207).

(Rakhimov, 2006: 114)

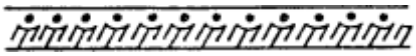
ğ. Bülbül Motifi

Efsanelerde sevdiğine kavuşamayan delikanlıların bülbüle dönüştükleri görülmektedir. Divan edebiyatında gül ile bülbül mazmunu sık kullanılmaktadır. "Bülbül âşık, kırmızı gül ise kendisine âşık olunandır. Bülbül, aşığına kavuşamayan ve bunun için acı çeken

sevgilidir. Bülbül kuşların en güzel ötenlerinden biridir" (Yıldız, 2011: 161). Bu özelliği ile bülbül feryat eden sevgiliyi sembolize etmektedir.

(Rakhimov, 2006: 117)

Chashmi bulbul: Bülbülgözü. Birçok versiyonu olan bir kenar süsüdür ve Özbek seramiklerinde oldukça popüler bir desendir (Rakhimov, 2006: 201).



(Rakhimov, 2006: 131)

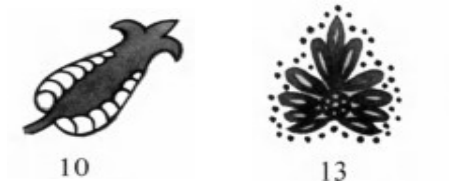
Shona chashmi bulbul: Bülbülgözü ve ibiği. Seramiklerin kenarında kullanılan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 248).

h. Tavus Kuşu Motifi

Orta Asya ve Çin kültüründe tavus kuşu "güzellik, itibar ve şerefin" temsilcisidir (Çoruhlu, 2000: 152-153). "Sonsuz hayatın, güzelliğin ve cennetin sembolü olan bu kuşun, uğurlu bir kuş olarak ifade edilmesinin yanı sıra onun devlet güçlerini, ölümsüzlüğü ve cenneti sembolize ettiği de düşünülmektedir" (Erdem, 2011: 52). Dini bir motif olarak ise tavus kuşu cennette bir kuş iken şeytanın cennete girmesine yardım etmiş ve Âdem ile Havvâ'nın yasak meyveyi yemelerinde yılana yardım ettiği için cennetten çıkarılmıştır. "Cennette ayakları da güzelken Allâh ona 'Her yanın süslü olsun, ancak ayakların çıplak kalsın; ayaklarını görünce cenneti ve eski hâlini hatırlayıp âh et!' buyurmuş ve onu Bâbil'e indirip ayaklarını çıplak eylemiştir. Şimdi Tâvûs her âh edişte cenneti hatırlarmış" (Pala, 2002: 456).

(Rakhimov, 2006: 124).

Guli tovus: Tavus kuşu deseni. Birçok seramik kompozisyonunda kullanılır. Bu desen genellikle kahverengi zemin üzerine beyaz, yeşil ve lacivert ile renklendirilmektedir (Rakhimov, 2006: 213).



(Rakhimov, 2006: 114)

Qanotitovus: Tavus kuşu kanatları. Bu motif, seramiklerin alt kısımları ve ana gövdesini süslemek için kullanılır. Farklı versiyonları mevcuttur. (Rakhimov, 2006: 240)

ı. Kaz Motifi

"Orta Asya'da "kaz erkekliğin, evliliğin ve başarının simgesi olmuştur. Kaz ve kuğu gibi kuşlar Türklerde ayrıca kut ve beylik timsali olmuştur" (Çoruhlu, 2000: 152-153) Kaz, Türk topluluklarının çoğunda kutsal kabul edilen totem hayvanlardan biridir. "Tüyü ve kuyruğu birçok törende kullanılır. Yumurtası bereket ve doğurganlık sembolü olarak kabul edilir. Çocukların hastalanmaması için elbiselerine kaz kuyruğu dikilir" (Dilek, 2021: 478). "Kaz, Anadolu'da Ege bölgesi Alevilerinde ve ayrıca Kızılbaş Türkmenlerde kutsal sayılan bir hayvandır. Aleviler elbiselerinin yakasına kazayağı işlerken Türkmenler de mezar taşlarına kazayağı çizerler" (Dilek, 2021: 478). "Türklerin Alp Er Tonga olarak tanıdıkları, Afrasiyab adlı kahramanın kızının adının Kaz olduğu söylenir" (Roux, 2011: 84) "Eski ya da çağdaş Türk öykülerinde, kadınlar sık sık kuğu veya kaza benzetilmektedir " (Roux, 2011: 85).

(Rakhimov, 2006: 122).

Dumi goz: Kaz kuyruğu. (Rakhimov, 2006: 208).

i. Ördek Motifi

Orta Asya Türklerinde "ördek, mutluluk ve refahın timsali olmuştur" (Çoruhlu, 2000: 152-153). Ördek, "Hakas mitolojisi ve inançlarında kutsal kabul edilen tanrı-kuşlardandır. Hakas yaratılış miti iki ördek üzerine kuruludur." (Dilek, 2021: 663). Bu mite göre birinci ördek Tanrı Bay Ülgen'i, ikinci ördek ise Erlik'i temsil etmektedir. Bu mitlere bakıldığında ördek de diğer pek çok motif gibi koruyucu ruhlardandır. "Tretyakof'un derlediği bir Yakut yaratılış efsanesinde, suyun altından toprağı çıkarmak üzere bir yaban ördeği görevlendirilir." (Çoruhlu, 2000: 152). Eski Türk şiirlerine bakıldığında göl ile ilgili bir konu varsa orada mutlaka ördek adı geçerdi. Ancak Eski Türkler birer avcı idiler ve dolayısı ile ördeğe yüklenen anlam ise bir av hayvanı olması idi. Kutadgu Bilig'te av hayvanı olarak geçen "ördek, Dede Kokut Kitabında, yine göller ve av ile ilgili olarak anılır." (Ögel, 2014: 530). Ördekler, "göllerin süsü ve sembolü idiler" (Ögel, 2014: 531).

Obdasta urdak: Ördek şeklinde bir sürahi (Rakhimov, 2006: 233)

Ördek şeklinde bir su sürahisi (Rakhimov, 2006: 185).

Qanotio'rdak: Ördek kanatları. Özbeklerin birçok seramik ürününde kapların dip kısımlarını süslemek için kullanılmıştır (Rakhimov, 2006: 240).

(Rakhimov, 2006: 114)

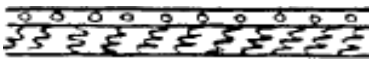
j. Horoz Motifi

Horoz "kutsal kabul edilen hayvanlardandır." (Dilek, 2021: 377). Anadolu'da "horozun cesaret, savaşçılık, dürüstlük, nezaket, şeytanı def etme gibi vasıfları, onun bu kavramın simgesi gibi anılmasına yol açmıştır" (Dilek, 2021: 378). İnanışa göre Allah, arşın altına kanatları zümrüt ve incilerle kaplı horoz biçiminde bir melek koymuştur. Bu melek, diğer horozlara sabahın olduğunu haber vermekle görevlendirilmiştir. Bu motiflere göre horoz, bir melektir ve sabahın geldiğini bildiren ötüşü ile yeryüzünün mührünü kaldırarak cinlerin kötü eylemlerine son vermektedir (Dilek, 2021: 378). "Sabahleyin daha güneşin ilk ışıklarıyla birlikte horoz insanları uyandırmak için öterek kalkıp ibadet etmelerini, erkenden işlerine başlamalarını sağlar. Bu nedenle Tanrı'nın ulağı olarak da nitelendirilir. Horozun bulunduğu eve şeytanın giremeyeceğine inanılır" (Roux, 2002: 197).Çoruhlu Türklerde özellikle beyaz horozun önemli olduğunu belirtmektedir. (Çoruhlu 2002: 149).

Dumi kh'oroz: Horoz kuyruğu (Rakhimov, 2006: 207).

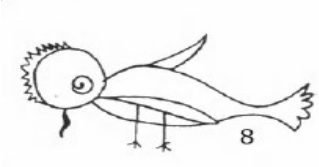
(Rakhimov, 2006: 114)

k. İbibik Kuşu Motifi



(Rakhimov, 2006: 130)

Chashmi taroq: Küçük göz ve ibik. Sırlı ve sırsız çanak çömleklerin kenarlarını ve gövdelerini süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 201).



(Rakhimov, 2006: 149)

Popishak: İbibik kuşu. Kapların dip kısımlarını renklendirmek amacıyla kullanılan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 239).

l. Bıldırcın Motifi

Çoruhlu'ya göre Türklerde "bıldırcın yiğitliğin" sembolü olmuştur (Çoruhlu, 2000: 152-153).

(Rakhimov, 2006: 111)

Qafasi bedana: Bıldırcın kafesi. Kapların diplerini boyamak için kullanılır (Rakhimov, 2006: 240)

m. Boğa Motifi

Boğa, "erken devir Türklerinde savaş ilahı sayılmıştır." (Çoruhlu, 2000: 145). Öküz boynuzu, dayanıklılığın ve gücün simgesi kabul edilmektedir. Boğa, "kuvvet ve kudret timsali oldugundan aynı zamanda hükümdar ya da hükümdarlık simgesi ya da ongunu sayılmıştır" (Çoruhlu, 2000: 145). Boğa Uygurlarda "koruyucu hayvanlardan kabul" edilmiştir. "Dolan Uygurları kötülüklerden ve kötü büyüden korunmak için boğa" derisinden bir muska taşırlar (Dilek, 2021: 183).

"Başkurt mitolojisinde dünyanın bir öküzün boynuzları üzerinde olduğunu anlatan mitler" vardır (Dilek, 2021: 185). İnanışa göre Tanrı yeryüzünü yaratır ve suyun üzerine balık, balığın üzerine üç öküz ve üç öküzün boynuzları üzerine ise yeryüzünü koyar. Altaylarda ise boğa, Erlik tarafından yaratılmıştır ve onun binitidir (Dilek, 2021: 185). Boğa mitolojik anlatılarda hem gök hem de yer unsurlarıyla birlikte geçen bir hayvandır. Boğanın yer unsuru olarak karşımıza çıkması ise onun yere kurban olarak sunulmasıyla alakalıdır.

Boğa, Eski Türklerde "alpliği, hükümdarlığı, kuvveti ve bereketi temsil etmektedir." (Çoruhlu, 2002: 144). On İki Hayvanlı Türk takviminde bir yılı simgeleyen boğa, Dede Korkut hikâyelerinde "güç, kuvvet ve yigitlik simgesidir" (Çoruhlu, 2000: 146).

(Rakhimov, 2006: 115)

Chashmi gov: Boğagözü. Birçok versiyonu olan popüler bir desendir. (Rakhimov, 2006: 201)

(Rakhimov, 2006: 119)

Chashmi gov: Boğagözü. Birçok versiyonu olan popüler bir desendir. (Rakhimov, 2006: 201)

(Rakhimov, 2006: 115)

Shokhi gov: Boğaboynuzları. Kapların diplerinde kullanılan bir motiftir (Rakhimov, 2006: 249)

n. Deve Motifi

"Deve, Türk mitolojisinde alp simgesi ya da ongundur. Şamanist kültürde savaş ilahı olarak bilinen Kızagan Tengere, bir devenin sırtında tasvir edilir" (Özkartal, 2012). Deve, bazı anlatılarda "kızıl deve" veya "kırmızı deve" olarak geçmektedir. And'a göre mitolojide Mirrih veya Merih olarak bilinen gezegen olan Mars'ın rengi kırmızıdır. Kan kırmızı renginden dolayı bu gezegen savaş tanrısı olarak bilinen Behram'a da adını vermiştir (2008: 353). Deve için kırmızı ya da kızıl sıfatlarının kullanılması da bu mitoloji ile alakalı olmalıdır. Zerdüştlerin kutsal kitabı olan Avesta'da geçen bir bölümde deve, zafer tanrısı olan Verethragna'nın bineği olarak geçmektedir. Bu sebeple Türk inancında deve, göğe ait kanatlı bir hayvan olarak tasavvur edilip tahtı, tacı ve tanrının bineğini simgeleyerek kutsal bir hayvan kabul edilir. "Dede Korkut hikâyelerinde de görülen deve, kuvveti ve kudreti temsil etmektedir" (Kılıç, 2018; Özkartal, 2012). "Bazı kültürlerde ise deve hükümdarlık sembolüdür. Bunun bir örneği Karahanlılar olup onlar için deve unvan ongunuydu" (Çoruhlu,

2002: 146). “Deve, gökyüzüne

ait kanatlı bir hayvan olarak tasavvur edildiğinde onun yağmur, şimşek, yıldırım gibi doğa olaylarını gerçekleştirdiğine inanılırdı" (Kılıç, 2018).

Üstün yetenekli olan hayvanlardan "deve, çölde su kaynaklarını keşfeder; insanlar ve hayvan sürüleri için zararlı bir rüzgâr çıkar. Böyle durumlarda kervandaki yaşlı develer bu rüzgârın gelişini hissedip yere yatarlar ve başlarını kuma sokarlar" (Roux, 2000: 71-72).

Chashmi ushtur: Deve gözü. Bu motif, seramiklerin kenarlarında kullanılır (Rakhimov, 2006: 201).

(Rakhimov, 2006: 125)

(Rakhimov, 2006: 110)

Obdasta shutr b'oin – Deve şeklinde seramik oyuncak bir düdük (Rakhimov, 2006: 233)

(Rakhimov, 2006: 187)

o. Koyun ve Koç Motifi

"Koyun ve özellikle beyaz koç eski Türklerde Göktanrı'ya sunulan kurbanlar arasındadır" (Çoruhlu, 2000: 150). Çoruhlu, benzer şekilde günümüz Şamanist topluluklarından olan Beltirlerin, gök için düzenledikleri törenlerde beyaz koyun ya da oğlak kurban ettiklerinden bahseder. Bu nedenle gök unsuruna atfedilen bütün özellikler koyun, koç ve keçiler için de söz konusudur. Ancak beyaz olmayan renkteki koyun ve keçilerin zaman zaman yer Tanrısının hayvanı da sayılmasından kaynaklı özellikle matem törenlerinde yere de kurban edildiklerinden bahsetmektedir. Bu hayvanlar ataların ruhları için ya da Şamanizm inancına göre kötü ruhlardan korunmak için kurban ediliyordu (2000: 150).

On İki Hayvanlı Türk Takviminin yıl simgelerinden biri olan koyun , "İslamiyet'ten sonra sükûnet, huzur ve barışın simgesidir. Aynı zamanda bolluk ve bereket işareti de sayılmıştır. Koç ise güç, hâkimiyet, kuvvet ve yiğitliğin bir simgesi olarak

görülmüştür, İslam

tasavvurlarında özellikle İsmail'in kurban olarak Allah'a adanışı bağlamında kurban ve ölüm timsali olmuştur" (Çoruhlu, 2000: 154). "Evcil ve uysal hayvanlar oldukları için masumiyetin sembolüdürler". (Yıldız, 2011: 121). "Koyunun totem olması ile ilgili olarak Gökalp, Türklerin dörtlü sınıflandırmasından bahseder, bu sınıflandırmada doğu yönünün totemi koyundur" bu yönü ile de bir yönü temsil etmektedir (Yıldız, 2011: 122).

Türk halklarının inanç, inanış ve geleneklerine bakıldığı zaman "koyun/ koç boynuzu şeklindeki süslemenin bu halklar için bereketi ve zenginliği sembolize ettiği anlaşılmaktadır" (Kartaeva ve Oralbay, 2020: 907).

(Rakhimov, 2006: 119)

Chashmi g'ospand: Koyungözü. Bu motif Özbek sermaiklerinde kenar süsü olarak kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 201).

(Rakhimov, 2006: 114)

Qo'chqaroq: Koçboynuzu. Bu motif birçok seramik ürünün kompozisyonunda kullanılır ve motifin birçok versiyonu vardır (Rakhimov, 2006: 243)

(Rakhimov, 2006: 122).

(Rakhimov, 2006: 135)

(Rakhimov, 2006: 110)

Quchg'arog' zanjira: Koçboynuzu zincirleri. Bu motif Özbek sermaiklerinde kenar süsü olarak kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 243)

Qoʻchqʻorshox: Koçboynuzu. (Rakhimov, 2006: 244).

(Rakhimov, 2006: 148)

Tuyegi gusfand: Koyun izleri deseni. (Rakhimov, 2006: 253)

(Rakhimov, 2006: 115).

Tumorcha kʻochkapok: Koçboynuzu tılsımı. Dekorasyon amaçlı kullanılan testilerin gövdelerinde ve kenarlarında kullanılan bir desendir (Rakhimov, 2006: 253).

(Rakhimov, 2006: 130)

ö. At Motifi

Vernadsky'e göre "at insan topluluğunun bir parçası"dır (Roux, 2000: 122). Efsanelere göre, atın "gökten indiği ve Ürün Ay Toyon" adlı yardımsever bir Tanrı tarafından insanlara verildiği" söz konusudur (Roux, 2000: 43). "Bu hayvanın gök kökenli olduğu veya göğe benzediği yolundaki düşünce, henüz milattan önceki dönemde bile bozkırlarda yaygın olan bir inanç olsa gerek" (Roux, 2011: 35). Altayların inançlarına göre at, "Ülgenin yarattığı hayvanlardan biridir" (Dilek, 2021:101). On İki Hayvanlı Türk Takviminde bir yılı temsil eden at, Türklerde " kutsal ve iyi bir hayvan olarak kabul edildiği için; at yılının da iyi geçeceğine dair bir inanış vardır." (Dilek, 2021: 101). At, bütün Türk toplumlarında kutsal sayılan bir hayvandır ve totem olarak kabul edilir. Başkurtlarda at, tapınılan on iki tanrıdan biridir (Dilek, 2021: 101-108). Atın terinin kötü ruhları kovmada yardımcı olduğu yönünde bir inanç vardır. Hemen hemen bütün Türk inanışlarında at olan eve kötü ruhlar giremez ve at, sahibini her zaman korur. Ata kamçı ile vurmak, onu terletmek hoş karşılanmaz ve dağ ve su geçitlerinde onu zorlamamak gerekir. Hakaslarda atı kutsamak için özel törenler yapılmıştır. Hakaslar bazı hastalıklara iyi geldiğini düşündüklerinden at kurban etmişlerdir. Aynı zamanda at, Eski Türklerde de Göktanrı için "kurban hayvanı olarak kabul ediliyordu" (Roux, 2011: 35). "Şamanizmde önemli bir rolü olan at gök tanrının sembollerinden birisi olarak önem kazanmış ve törenlerde şamanın gökyüzüne çıkacağı, kurban hayvanı olmasıyla bilinmektedir. Şaman at ile öteki dünyaya göçebildiği için ölümün sembolü olarak kullanılmıştır, nedeni

ise ölüm

sonrası yolculuk sırasında ölmüş olan kişinin bedenini taşıyarak bu dünyadan öteki dünyaya geçirmesidir." (Öncel, 2019: 47).

Anadolu'da ise at murattır. Eski Türklerde at ölüm ile de ilişkilendirilir. Çünkü ölen kahramanın yeniden dirileceğine inanıldığından atıyla birlikte gömülmesi geleneği vardır. Dini bir motif olarak ise at, Allah'ın Hz. Adem'i yarattıktan sonra ondan kalan çamuru uzaklara fırlatıp atmasından sonra fırlatılan bu çamurun bir ata dönüşüp koşarak geri Adem'e gelmesi ve o günden sonra Adem'e yoldaş olması ile özdeşleştirilir.

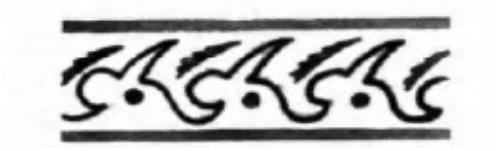
Ata ait unsurlar aynı zamanda halk hekimliğinde de kullanılmıştır. Atkuyruğundan alınan kılın siğilleri yok ettiğine ve at başının nazardan koruduğuna dair inanışlar da Türk toplumlarında hala devam etmektedir. "Kutadgu Bilig'de at, zamanın simgesidir. Turfan metinlerinde, at resimleri bazen maviye, yani göğün rengine boyanmıştı. Nihayet Kaşgarlı Mahmud'un sözlüğünde, şüphesiz uçan at simgesine yapılmış bazı anıştırmaları bulmak mümkün"dür (Roux, 2011: 35).

(Rakhimov, 2006: 136).

Dumi asp: Atkuyruğu. Bu motif seramiklerde kullanılan bir bordür süsüdür. (Rakhimov, 2006: 207)

p. Yabani Tavşan Motifi

Çoruhlu'ya göre Türk kültüründe genellikle av sahnelerinde yer alan figürlerden bir tanesidir. Erken devirlerde beyaz renkli tavşan, göğe; siyah renkli tavşan ise, yeryüzüne ait sayılmıştır. Şamanist Türk topluluklarında değişmeyen asil bir hayvandır. Şamanın yardımcı ruhlarından biri olduğu söylenmektedir. On İki Hayvanlı Türk Takvimdeki yıllardan birinin simgesidir. Göktürk devrinde uğurlu sayılmış ve bolluğu temsil etmiştir (2000: 161). Kumuklarda "tavşankulakları, nazara karşı bir tılsım olarak kullanılır" (Dilek, 2021: 522). "İslamiyet'ten sonraki Türk kültüründe tavşan; bolluk, kurnazlık ve iyi şansın sembolü haline gelmiştir. Bazen ise; korkaklık ve ürkekliği simgelemiştir" (Öncel, 2019: 50). Anadolu Alevilerinde ise "uğursuz" sayılan hayvanlardan olup ismi bile söylenmez (Dilek, 2021: 784).



(Rakhimov, 2006: 119)

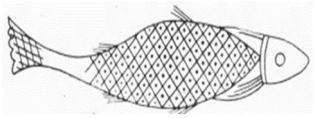
Chashmi quyen: Yabani tavşangözü. Bu motif seramiklerde kullanılan bir bordür süsüdür (Rakhimov, 2006: 202).

r. Balık Motifi

Anadolu'da anlatılan bazı efsanelere göre "başlangıçta Tanrı balığı hem uçma hem de suya dalabilme yeteneğine sahip bir varlık olarak yaratmıştır. Sonrasında ise bu yaradılışından ötürü kibirlenen balığı kanatlarını geri alarak cezalandırmıştır." (Dilek, 2021: 155). Ayrıca Anadolu'da balığa çeşitli motifler yüklenmiştir. Buna göre balık denizde çok sıçrarsa o kış çetin geçer; hamile kadın balık yerse bebeğin ağzı balık ağzına benzer gibi bazı inanışlar halk arasında yayılmıştır.

"Yakutlarda balığa ait unsurlar, şaman elbiselerinde kullanılmıştır. Örneğin balığın alt dudağı büyülüdür ve kötü ruhlara zarar vermek için kullanılmaktadır" (Dilek, 2021: 157). "Başkurtlarda ise balık totem hayvanlardandır. Onun sarılık hastalığına iyi geldiğine inanılır. Tuvalar için de balıklar kutsaldır ve yuvasındaki balık öldürülmez. Yuvalarının bulunduğu durgun sular kutsal kabul edilir" (Dilek, 2021: 1155-157). "Balığın sayısız yumurtaları sebebiyle de bereket sembolü olduğu bilinmektedir" (Erdem, 2011: 70). Balık, On İki Hayvanlı Türk Takviminde beşinci yıla adını veren hayvandır.

"Balık Türk halk anlatılarında çeşitli şekillerde görülmektedir. Balık, hayvan sembolizminde avlanan hayvanlardandır bu yönüyle sevgiliyi temsil eder." (Yıldız, 2011: 78) Ayrıca efsanelerde zor durumda kalan ve bu durumdan kurtulmak isteyenler genellikle balığa dönüşmektedir. "Balık figürü, Anadolu'da, Erken Hristiyan ve Bizans sanatlarında sevilerek işlenmiştir. İslamda kökü Fatimilere, İran'da Büyük Selçuklu zamanına kadar uzanmaktadır. Lüster ve minai tekniği ile yapılmış seramik ve cam kaplarda balık figürleri görülmektedir" (Arık, 2000: 119).



(Rakhimov, 2006: 149)

Baliq: Balık (Rakhimov, 2006: 195).

(Rakhimov, 2006: 145).

Baliqdum: Balıkkuyruğu. Genellikle olarak kap kacakların (çanakların) ortasında kullanılır (Rakhimov, 2006: 195).

(Rakhimov, 2006: 148)

Baliq tumshuq: Balıkkafası (Rakhimov, 2006: 195)

(Rakhimov, 2006: 114)

Dumi baliq: Balıkkuyruğu. Birçok seramik kompozisyonunda kullanılan bir bordür süsüdür (Rakhimov, 2006: 207).

s. Kelebek Motifi

Anadolu'da kelebek, daha çok ölü ruhuyla ilişkilendirilir. Bu yönüyle Hakas Türkleri arasındaki kelebek algısıyla benzerlik gösterir. Özellikle mübarek gecelerde eve giren kelebeğin o evin büyüklerinden birinin ruhu olduğuna inanılmaktadır, bu yüzden o kelebeğe zarar verilmez.

(Rakhimov, 2006: 110)

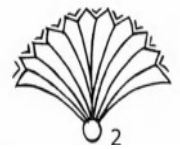
Kapalak zanjira: Kelebek zinciri. Seramiklerde kullanılan bir kenar süsüdür (Rakhimov, 2006: 219)

(Rakhimov, 2006: 131)

Shapalak zanjira: Kelebek zinciri. Seramiklerin kenarlarında kullanılan bir tür süs bantlarıdır. Aynı zamandan bazı kapların ve süslü sürahilerin ana gövdesinde de kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 248).

(Rakhimov, 2006: 114)

Qanotikapalak: Kelebekkanadı. Birçok farklı versiyonu olan bir motiftir. (Rakhimov, 2006: 240).



(Rakhimov, 2006: 124)

ş. Güve/ Yarasa Motifi

(Rakhimov, 2006: 131)

Oyshapalak: Güve veya yarasa. Birçok Özbek seramik üründe kapların kenarlarını süslemek için kullanılmıştır (Rakhimov, 2006: 233)

(Rakhimov, 2006: 121)

Shapalak qanot: Güve (Gece kelebeği) veya yarasa kanadı. Birçok Özbek seramik üründe kapların dip kısımlarını süslemek için kullanılmıştır (Rakhimov, 2006: 248).

t. Arı Motifi

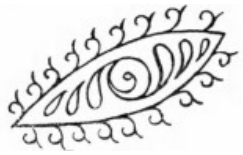
"Arı, çalışkanlığı ile bilinen bir hayvandır. Bereketli olduğuna inanılır" (Dilek, 2021: 92). "Türk kültüründe ve edebiyatında yaşamı, çalışkanlığı, bal üretimiyle arı; sosyal hayatta önemli bir yere ve kutsal değere sahiptir" (Uyanıker, 2017: 259). Arı motifi antik çağlarda sikkelerin üzerine basılmıştır böylece o "kentin mitolojisinde ya da tarihinde yeri olan bir figür ve bazen de doğal zenginliğini gösteren yöresel bir ürün" olmuştur (Üreten, 2011: 377). Dini bir motif olarak ise arı, Hz. İbrahim ateşe atıldığında ağzındaki su ile ateşi söndürmeye çalışmış ve ağzındaki su bala dönüşmüştür. Bu yüzden kutsal bir hayvan olarak görülmektedir. "Ayrıca arı sokmasının eklem romatizmasına iyi geldiğine inanılır, arı bu yüzden kutsal sayılmıştır ve onun yaptığı bal mumunun da nazara iyi geldiği düşünüldüğünden Anadolu'da dini törenlerde bu mumların kullanılması adet olmuştur" (Dilek, 2021: 92).

(Rakhimov, 2006: 131).

Ari Zanjira: Arı zinciri. Küçük arı zincirlerinden oluşan bu motif, dekorasyonda kapların kenarlarını süslemek için kullanılmaktadır. (Rakhimov, 2006: 194).

u. Kırkayak Motifi

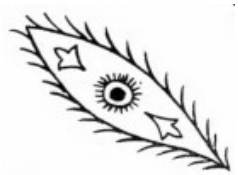
"Şamanın üzerine giydiği giysiye yılan, akrep, çıyan, kunduz gibi yabanî ve zararlı hayvan şekilleri çizilerek onların kaçırılacağına inanılırdı. Türkmen halı ve kilimleri üzerindeki akrep, yılan, kırkayak gibi hayvan resimleri, eski Türk inanış ve geleneklerinden kalma özelliktir. Bunun amacının resmedilen hayvanları uzaklaştırmak olduğu kabul edilir." (Ersüreli 2009: 64).



(Rakhimov, 2006: 124).

Qirqoyoq: Kırkayak (Rakhimov, 2006: 241). (Rakhimov, 2006: 241).

ü. Bin Bacak Motifi



(Rakhimov, 2006: 124)

Mingoyeq: Binbacak. Özbek seramiklerinde kapların diplerini süslemek için kullanılmaktadır (Rakhimov, 2006: 229).

v. Altın Böcek Motifi

(Rakhimov, 2006: 114)

Oltin qongiz: Altın Böceği. Bu motif, seramiklerin dip kısımlarını süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 234).

y. Böcek Motifi

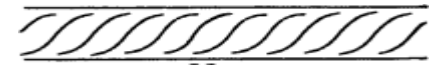
(Rakhimov, 2006: 119)

Qoʻngʻiz: Küçük böcek. Bu motif seramiklerde kullanılan bir bordür süsüdür (Rakhimov, 2006: 243).

z. Sülük Motifi

(Rakhimov, 2006: 114)

İslimi zuluk: Sülük islimi. Bu motif, seramiklerin dip kısımlarını süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 217)



(Rakhimov, 2006: 131)

Zuluk zanjira: Sülük zinciri. Seramiklerde birçok kompozisyonda kullanılan bir unsurdur ve genellikle kapların diplerini süslemek için kullanılır (Rakhimov, 2006: 217).

1. Sonuç

- Çalışmada Özbek seramiklerinde yer alan 29 tür hayvan motifine rastlanılmıştır.
- Bunlardan bazıları arkaik dönemlerden bu yana kullanılan hayvan motifleri iken bir kısmı da modern zamana ayna tutan ve seramiklere yeni bir anlam kazandıran hayvan motifleridir.
- Arkaik dönemlerden bu yana kullanılan hayvan motiflerinin ortak özelliği; Türklerde koruyucu ruhu temsil etmesi ve Tanrısal bir mite dayalı kutsal sayılan hayvanlar olmalarıdır.
- Seramiklerde kullanılan bu motifler, Türk kültürünün bir parçasıdır; geçmişte doğa ile iç içe yaşamış olan ve göçebe bir kültürden gelen Türk toplulukları için hayvanların ne derece önemli bir yere sahip olduğunun bir göstergesidir.
- Özbek seramiklerinde yer alan hayvan motifleri; Türk kültürüne yansıyan mitolojik unsurları, geleneksel çizgileri, inanışları ve değerleri devam ettirmesi bakımından önemlidir.
- Somut olmayan kültürel mirasın bir parçası olan Özbek seramiklerinde yer alan geleneksel ve modern hayvan motifleri, Eski Türklerden beri nesilden nesile aktarılarak gelen sembolleri ve mitleri taşıyarak Özbek Türklerinin kendine has üretim geleneklerinin içinde yaşamaya devam etmektedir.
- Türk kültürünün devamlılığı başlangıçta şamanlar tarafından görsel ve sözlü olarak aktarılarak sağlanırken daha sonraları birçok sanat eseriyle beraber Özbek seramiklerine de esin kaynağı olan ve günümüze kadar ulaşan bu hayvan motifleri,

kültürümüzün

gelecek nesillere aktarılmasında devamlılığı sağlayacak olması açısından son derece önemlidir.

- Özbek seramiklerinde tespit edilen hayvan motiflerinin diğer Türk topluluklarında da süs eşyaları, seramikler, giysiler, dokumalar vb. geleneksel kültürü yansıtan eşyalarda ortak bir kullanıma sahip olduğu görülmüştür. Bu motiflerin aynı ya da benzer anlamlarda kullanılması ile Türk topluluklarının kültürel bir birlik içinde oldukları ve bu kültürel devamlılığı sürdürdükleri açıkça anlaşılmaktadır.
- Özbek seramikleri özelinde ele aldığımız hayvan motiflerini incelemek, bu motiflerin hangi düşünce ile ortaya çıktığını, varlıklarını ne şekilde sürdürerek günümüze kadar taşındığını anlamak ve yeni tasarımlara kaynaklık etmesi açısından da önemli olacağı kanaatindeyiz.

Kaynaklar

Abiha, B. Ç. (2012). "Mitolojiden Tarsus'a Bir Bembol: Yılan ve Şahmaran", *II. Tarsus Kent Sempozyumu Bildirileri*, Kasım-2012, Mersin. s. 1-9.

And, M. (2008). *Minyatürlerle Osmanlı-İslâm Mitologyası*, Yapıkredi Yayınları, İstanbul.

Arık, R. (2000). *Kubad-Abad Selçuklu Saray ve Çinileri,* Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Arslanbaş. Ş. N. (2020). *Klasik Türk Şiirinde Kutsal ve Mitolojik Hayvanlar*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

Aslanoğlu, O. (2018). *İran Şiirin Kraliçesi Pervîn-i İ'tisâmi Divan Tahlili.* Name Yayınları, Diyarbakır.

Avlan, T. (2016). "Hicret-i Nebî'nin Klasik Türk Şiirine Yansıması", *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi,* S. 7, s. 1-31.

Biray, N. (2013). "Terim DünyamızdaYılan: Kavram, Anlam ve Yapı Bakımından", *Avrasya Terim Dergisi,*1 (2): s. 95 – 113.

Çoruhlu, Y. (2000). *Türk Mitolojisinin Anahatları,* Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Çoruhlu, Y. (2002). *Türk Mitolojisinin Anahatları,* Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Dilek, İ. (2013).*Türk Mitoloji Sözlüğü (Altay-Yakut),* Gazi Kitabevi, Ankara.

Dilek, İ. (2021). *Türk Mitoloji Sözlüğü,* TDK Yayınları, Ankara.

Eliade, M. (1999). *Şamanizm* (*İlkel Esrime Teknikleri)* (çev. İsmet Birkan), İmge Kitabevi, Ankara.

Erdem, M. (2011). *Kubad-abad Saray Çinilerindeki Hayvan Motiflerinin İkonografisi, Simgesel Anlamı ve Günümüz Seramiğinde Yorumları,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Ersüreli, Ü. (2009). *Türk Kültüründe Şamanizmin İzleri,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

İnal Sert, A. Ö. (2021). *Erken Dönem Türk Mitolojisinde Kanatlı Hayvan Motiflerinin Araştırılması ile Seramik Form ve Yüzeylerine Uygulanması* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya.

İnan, A. (1986). *Tarihte ve Bugün Şamanizm, (Materyaller ve Araştırmalar)*, 3. Baskı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

Kartaeva, T.; Oralbay Y. (2020). "Geleneksel Kazak Kültüründeki Koç Kültüyle İlgili Etnoarkeolojik İncelemeler, *Belleten,* Aralık, C. 84, S. 301, s. 907-958.

Kılıç, M. (2018). "Klasik Türk şiirinde Şütür-i Çarh ile Avesta'ya Yolculuk", *Akademil Dil ve Edebiyat Dergisi,* 2(4), s. 172-186.

Ögel, B. (2010). *Türk Mitolojisi-I,* Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

Ögel, B. (2014). *Türk Mitolojisi-II,* Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.

Öncel, E. Y. (2019). *Osmanlı Dönemi İznik Çinilerinde Görülen Hayvan Motiflerinin İncelenmesi ve Özgün Uygulamalar,* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.

Özbaş, M. (2010). "Kurtarıcı Kargadan Burnu Pislikten Çıkmayan Kargaya: Türk Halk Anlatılarında Karganın Dönüşümü", *Milli Folklor,* Yıl 22, S. 88, s.57-65.

Özkartal, M. (2012). "Türk Destanlarında Hayvan Sembolizmine Genel Bir Bakış" (Dede Korkut kitabından örnekler), *Milli Folklor Dergisi,* 24(94), s. 58-71.

Rakhimov, M. K. (2006). *Artıstıc Ceramıcs of Uzbekıstan*, Taşkent.

Roux, J.P. (2000). *Orta Asya'da Kutsal Bitkiler ve Hayvanlar,* (Çev. Aykut Kazancıgil ve Lale Arslan), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Roux, J. P. (2002). *Türklerin ve Moğolların Eski Dini,* Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Roux, J.P. (2011). *Eski Türk Mitolojisi,* Bilgesu, Ankara.

Seyidoğlu, B. (1998). "Kültürel Bir Sembol: Yılan", *Prof. Dr. Dursun Yıldırım Armağanı*, *Pars Yılı,* Ankara.

Sivri, M.; Akbaba, C. (2018). “Dünya Mitlerinde Yılan”, Folklor/Edebiyat, C. 24, S. 96, s. 53-64.

Üreten, H. (2011). “Eski Anadolu’da Arı ve Bal”, *History Studies,* Volume 3/3 2011, s. 363-382.

Uyanıker, N. (2017). “Alevî-Bektaşî Şairlerin Şiirlerinde Arı ve Bal Motiflerinin Anlam-Kavram Alanları Bakımından Değerlendirilmesi”, *Alevilik Araştırmaları Dergisi,* S.14, s.259-277, ISSN: 2146-4421

Yıldız, Ş.N. (2011). *Türk Halk Anlatılarında Hayvan Motifleri* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesİ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.

"ASLI-KEREM" DESTANINDA "*AĞLAMAK*" FIILINİN KULLANILIŞI

Doç. Dr. Maral Annayevna Taganova
Türkmenistan İlimler Akademisi, Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve Ulusal El Yazmaları Enstitüsü
E-mail: manyeje@mail.ru,

Özet
Türkî halkları arasında iyi bilinen "Aslı-Kerem" destanı, Türkmenistan'da Filoloji Bilimleri Adayı Amangül Durdıyeva tarafından Türkmenistan ılımlar akademisinin Mahtumkulu Dil, Edebiyat ve Ulusal El Yazmaları Enstitüsünde bulunan el yazmalar ve taşbaskılar esas alınarak hazırlanmış ve Aşkabat'ta 2004 yılında yayınlanmış olan "Aslı-Kerem" destanında *ağlamak* fiilinin kullanımına ilişkin bilimsel bir araştırmanın sonucunda bu fiilin, adı gecen eserde 37 kez kullanıldığı tespit edilmiştir. Türkmen dilindeki *agy (ağı)* isminden *-la* eki yardımıyla yapılan *ağla-* fiili, destanda çeşitli formlarda kullanılır. *Ağlamak* fiilinin *ağ* kelimesinden de türetilmiş olma ihtimaline ilişkin fikirler E. V. Sevortyan'ın "Türkî Dillerin Etimolojik Sözlüğü" nün birinji cildinde yansısını buluyor (Sevortyan, 1974). *Ağlamak* fiilinin belirsiz şekli (...patyşa birniçe güni *aglamak* birlen geçirdi '... padişah nice gününü ağlamak ile geçirdi') destanda 3 kez rastlanıyor, onlardan biri çıkma durumunun *-dan (tan)* ekini kabul etmiş (...aglamakdan gözi kör bolan atasynyň gözüniň açylmagyny Allatagaladan dileýär'... *ağlamaktan* kör olan babasının gözlerinin açılmasını Allah'tan dua eder'). Bu fiil, belirli geçmiş zaman kipinin ikinci tekil şahsında iki kez rastlanıyor (Asly *aglady* 'Aslı *ağladı'*). Belirsiz gelecek zaman kipinde 4 kez rastlanmakla beraber, bunlardan 3. şahısta 3 defa (Baharynda bilbil üçin gül *aglar* 'Baharında bülbül için gül *ağlar'*) ve şahs belirten ek olmadan, ancak tekil birinji şahısta 1 defa kullanılmıştır (Kerem diýer, ýardan ötri aglar men 'Kerem der ki, yardan ötrü *ağlar ben*' Fiilin emir kipinin 1. tekil şahsının *-aýyn* (*-yayım*) ekini ve isim- fiilinin *-ma* sonekini kabul eden fiiller aynı anlam bağlamında 5 kez rastlanıyor (Sen aglama, men aglaýyn! 'Sen *ağlama*, ben *ağlayayım!'*). Emir kipinin 3. tekil şahsının *-sın* eki bulunan fiiller iki defa kullanılmış (Goý, aglasyn, gözlerinde ýaş bolsun 'Bırak *ağlasın,* gözlerinde yaş olsun'). Zarf-fiil destanda toplam 4 kez kullanılmış (Kerem zar-zar aglap 'Kerem zar zar *ağlap'*), onlardan biri eski formdur (Kerem diýer, ondan ötri aglaýyp 'Kerem der ki, ondan ötrü *ağlayıp*...'). Yapılan bu araştırma, *ağlamak* fiilinin çeşitli formlarının belirli dil kaynağında kullanım sıklığını ve anlam özelliklerini belirlemeye olanak sağlıyor.

Anahtar kelimeler: *Destan, Aslı-Kerem, fiil, ağlamak, fiil şekilleri.*

USE OF THE VERB *AGLAMAK* 'CRY' IN DESTAN "ASLY-KEREM"

Abstract
The epic "Asli-Kerem", which is well known among Turkic peoples, was prepared by the Candidate of Philology in Turkmenistan Amangül Durdıyeva based on the manuscripts and lithographs found in the Mahtumkulu Institute of Language, Literature and National Manuscripts of the Turkmenistan Academy of Sciences and published in Ashgabat in 2004. As a result of a scientific research on the use of the verb *ağlamak* 'to cry' in the epic "Asli-Kerem", it has been determined that this verb is used 37 times in the aforementioned work. The verb *agla-*, which is made with the suffix *-la* from the Turkmen name *agy* (cry), is used in various forms in the epic. Ideas about the possibility that the verb *ağla-* 'to cry' is also derived from the word network are reflected in the first volume of E. V. Sevortyan's "Etymological Dictionary of Turkic Languages" (Sevortyan, 1974). The indefinite form of the verb *aglamak* 'to cry' (patyşa birniçe güni *aglamak* birlen geçirdi '.. the sultan spent many days crying') is encountered 3
times in the epic, one of them accepted the suffix *-dan* (*tan*) for the situation of exiting (…aglamakdan gözi kör bolan atasynyň gözüniň açylmagyny Allatagaladan dileýär ' he prays to God that his father, who is blind from *crying*, will open his eyes'). This verb occurs twice in the second person singular of the definite past tense (Asly *aglady'*Asli *cried'*). Although it is encountered 4 times in the indefinite future tense, it is used 3 times in the 3rd person (Baharynda bilbil üçin gül *aglar* 'Rose *cries* for the nightingale in the spring') and it is used once in the singular birinji person without the personal suffix

(Kerem diýer, ýardan ötri *aglar* men ‘Kerem says, I *cry* for the yard’). Verbs that accept the *-aýyn* (*-yayım*) suffix of the 1st person singular of the verb and the *-ma* suffix of the noun-verb are encountered 5 times in the context of the same meaning (Sen aglama, men aglaýyn! ‘You don't *cry*, I'll *cry*!’). Verbs with the suffix *-sin* of the 3rd person singular of the imperative mood are used twice (Goý, *aglasyn*, gözlerinde ýaş bolsun ‘Let him *cry*, let him have tears in his eyes’). The adverb-verb is used a total of 4 times in the epic (Kerem zar-zar *aglap* ‘Kerem *cried* dice...’), one of them is the old form (Kerem diýer, ondan ötri *aglaýyp* ‘Kerem says he *cried* because of it...’). This research allows to determine the frequency of use and semantic features of various forms of the verb *aglamak ‘* to cry’ in a specific language source.

Key words: *Epic, Aslı-Kerem, verb, cry, verb form.*

Türkmen dili ýazuw ýadygärliklerine baý dilleriň biri hasaplanýar. Olaryň biri hem türki halklarynyň arasynda giňden belli bolan “Asly-Kerem” dessanydyr.

Bildiride “Asly-Kerem” dessanynda duşýan *agla-* işligi derňewe çekilýär. Ol dessanyň dilinde käbir kitaba girmedik bentleri hem göz öňünde tutulanda, jemi 37 gezek duşýar. Olar dürli formalarda gabat gelýär: işligiň nämälim formasy *aglamak* (2), *aglamakdan* (1), anyk öten zaman birlik sanynyň üçünji ýöňkemesi *aglady* (2), ýükletme derejesiniň birinji ýöňkemesi *aglatdym* (7) we ikinji ýöňkemesiniň buýruk formasynyň ýokluk galyby *aglatma* (1), anyk geljek zaman formasy *aglar* (4), hal işlik *aglap* (3), onuň gadymy formasy *aglaýyp* (1) we reduplikasiýasy *aglaý-aglaý* (1), şert formasynyň birlik sanynyň ikinji ýöňkemesi *aglasyn* (2), buýruk formanyň ýokluk galybynyň ikinji ýöňkemesi *aglama* (6) we birinji ýöňkemesimiň birlik sany *aglaýyn* (6).

Mysal üçin:

Elkyssa, patyşa birniçe güni ***aglamak*** birlen geçirdi (Asly-Kerem, 2004: 10). Bilbilim geýipdir ýaşyl,
Sowsan sünbüle dolaşyr,
Aglamak maňa ýaraşyr,
Sen ***aglama***, men ***aglaýyn***! (Asly-Kerem, 2004:36-37).

Agla- işliginden başga “Asly-Kerem” dessanynda manysy ***agy*** bilen baglanyşykly ***ýygla- , ahy-zar eýle-, giryan eýle-,gözýaş dök-, pygan eýle-, ahy-pygan*** **we** ***ah-u pygan, zar, zar-zar, waý-waý*** ýaly sözler hem duşýar. Olar dessanyň dilinde aşakdaky ýaly formalarda ulanylypdyr.

Ýygla- işligi hal işlik ***ýyglap****(1),* anyk öten zamanyň birlik sanynyň üçünji ýöňkemesi ***ýyglady*** *(1)* we mälim dowamly öten zamanyň gadymy formasynyň üçünji şahsynyň birlik sany ***ýyglar erdi*** (1) ýaly formalarda gabat gelýär:

Elkyssa, Asly han gitmeli boldy. Keremniň gözi Asly hanyň ala gözüne düşüp, *zar-zar*

ýyglap, bir gazal aýtdy (Asly-Kerem, 2004: 34).

Pygan "gaýgy, gam, hasrat" manyly at *eýle-* kömekçi işlikli goşma işligň buýruk formasynyň ýokluk galybynda we häzirki zaman formasynyň üçünji ýöňkemesiniň birlik sanynda *pygan eýleme (2)* we *pygan eýlär(1),* şeýle-de tirkeş sypat hökmünde iki hili ýazylyşda *ahy-pygandyr(1), ah-u pygandyr(1)* ulanylypdyr.

Garadyr gaşlary, şirindir tili,
Pygan eýlär biziň bagyň bilbili,
Ne sowsandyr teli, nedir sünbüli,
Hemme gülüň etrabynda har olmaz (Asly-Kerem, 2004:45-46).

Giryýan 'aglaýan, eňreýän, gözi ýaşly' diýen manyly sypat hem goşma işligiň düzüminde duşýar.

Döküp gözýaşyňy, *giryýan eýleme*,

Başyň goýgul, iki dyzym üstüne!
Ahy-zar eýleme, pygan eýleme,
Zyýat ogly gençleýin üstüne! (Asly-Kerem, 2004:27).

Zar '1. Ahy-nala, zeýrenç, nalyş. 2. Mätäç, zat tapmaýan, ýetirinip bilmeýän. 3. Arzy-hal. 4. Çyn ýürekden isleýän' diýen mana eýe bolan at ***zarlar, zar-zar*** 'zaryn-zaryn, zarynlap' görnüşinde we ***zarynç*** 'nalyşly, ýürek gyýdyryjy zeýrenç' diýen manyly ýeňiş düşüminde ulanylan (*zarynjy*) sözüň düzüminde duşýar.

Kerem ***zar-zar*** *aglap*, Asly han hekaýatyny we ança başyndan geçgenini beýan etdi (Asly- Kerem, 2004:22).

Ah "nala, gam, gussa; zar-zelillik" ýaly manyly at ***ahy-zar eýleme*** (2) diýen goşma işligiň buýruk formasynyň ýokluk galybynda we ***ahy-pygan*** diýen tirkeş sypatyň düzüminde gabat gelýär.

Gözýaş dökmek goşma işligi ***döküp gözýaşyňy*** görnüşinde duşýar:

Döküp gözýaşyňy, giryýan eýleme,
Başyň goýgul, iki dyzym üstüne! (Asly-Kerem, 2004:27).

Waý-waý 'waýkyrmak, 'waý', 'waý-waý' diýip, gaty sesli aglamak, gygyrma' diýen manyly ümlük bolup, ol ***waý*** diýen, 'adamda gaygy, agyry, gorky duýgusyny, haýran galmagy, geň galmagy, gynanjy, gaýgy-gamy, zeýrenji, ökünji aňladýan ümlügiň gaýtalanmagy bilen emele gelendir.

Asly han gamgyn bolup, «***waý-waý***» diýip ýyglady (Asly-Kerem, 2004:27).

Geçirilen derňew “Asly-Kerem” dessanynyň türkmen dilini öwrenmegiň gymmatly çeşmesi bolup hyzmat edýändigini, onda ulanylan semantikasynda ‘*agy*’ manysy bolan sözler arkaly görkezdi.

Kaynaklar

Asly-Kerem (Türkmen halk dessany) (2004). Çapa taýýarlan: Amangül Durdyýewa. Aşgabat: Miras.

Sevortyan E.V. (1974). Севортян Э. В. Этимологический словарь тюркских языков. Общетюркские и межтюркские основы на гласные.– М.: Наука.

RUHLAR, EÝELER, PERIŞDELER, SANAWAÇLY YRYMLAR

Gurbanjemal Ylýasowa
Türkmenistanyň Ylymlar Akademiýasy Magtymguly Adyndaky Dil, Edebiýat We Milli Golýazmalar Instituty
E-mail: manyeje@mail.ru

Türkmen folklorynda ruhlar, eýeler, perişdeler bilen bagly hem ençeme yrymlar döräpdir. Ýaşuly adamlar merhumlaryň ruhlarynyň her anna agşam azat edilýändigine, erkinlige goýberilýändigine, olaryň ýakynlaryndan aýat-töwir hantama bolup, öýüň töwereginde aýlanyp ýörenligine ynanypdyrlar. Ruhlar aýat hantama bolup, kyrk ýyllap öýüň töweregine aýlanýarmyşlar, ondan soň gelmesini goýarmyşlar. Merhumlaryň ruhlary ýakyn adamalryndan, dogan-garyndaşlaryndan närazy bolsalar, onda olaryň düýşlerine girermişler. Adam soňky ýoluna ugradylandan soň hem aýt-töwir okalanda türkmenler "Ruhy şat bolsun!', "Ruhuna barsyn!", "Imany hemra bolsun!" diýen ýaly dilegler edipdirler. Bu ýagdaýlar häzirki döwürde hem halk arasynda dowam edip gelýär. Bularyň hemmesi halkyň ynanjy esasynda dörän yrymlar, alkyş-dilegler. Ruhlar barada yrymlar kän döräpdir. Bu mysallar, elbetde, halkyň ruhlara ynanandygyny alamatlandyrýar.

Türki halklaryň yrym-ynançlary barada köp iş alyp baran, ençeme kitaplary çap etdiren türk alymy Ýaşar Kalafat "Dogu Anadoluda eski türk inançlarynyň izleri" atly 1990-njy ýylda Ankarada neşir edilen kitabynda eýeler barada pikirler ýöredipdir. Ol eýeleriň ynsany *ähli belalardan goraýan ak* hem-de *ýamanlyklar getirýän gara eýeler* diýen toparlara bölünýändigi barada söhbet açýar.

Umaý eýesiniň çagalary goraýan eýedigi hakda ýatlap, onuň tä är adyny gazanýança, kämillige ýetýänçä, çagany goraýandygy dogrusynda aýratyn nygtap geçýär. Ol Umaý hakda-da görnükli alym Mahmyt Kaşgarla salgylanyp, bu eýäniň çaga doglanda-da enäni goraýandygy baradaky pikirini halkyň ynançlary bilen delillendirýär. Alym türk dünýäsine mahsus bolan ynançlar hakda gürrüň edende, Altaý türkileriniň ynançlaryna görä, adamzadyň sag hem sol (çep) egninde oturyp, onuň sogaply hem-de günäli işlerini ýazýan perişdeleriň ak eýe hem gara eýe atlandyrylýandygyny ýatlaýar. Şu ýerde türkmen yrym-ynançlarynda hem şu pikiriň bardygyny, emma olara eýe diýilmeýändigini, olaryň sag we sol egindäki perişdeler hökmünde halkyň arasynda bellidigini ýatlamak ýerliklidir. Umuman, türkler, şol sanda türki halklaryň ählisi ýagşylyklaryň-da, ýamanlyklaryň-da eýelerden we arwahlardan gelýändigine ynanypdyrlar.

Her barlygyň, her bir närsäniň eýesiniň bardygyna ynanan halk şol eýelerden gorkup, mal öldürip, gurban bermäge başlapdyrlar. Şeýlelikde, gadymy ata-babalarymyz Taňra, ýer-suw eýelerine bagyşlap sadaka bermegi ýola goýupdyrlar. Kynçylykly pursatlara sataşan adamynyň sadaka bermegi hem ir zamanlarda yrym ýaly dowam eden bolsa, kem-kemden däbe öwrülipdir, häzirki nesillere-de miras galypdyr. Bu pikiri şu günki günde-de halkyň ýygy- ýygydan hudaýýoly sadakasyny berýändigi bilen delillendirmek bolar.

Türki halklaryň irki ynançlaryny ýatlamak bilen gadymy geçmişden bäri tebigat hadysalaryndan gorkmak netijesinde ýüze çykan eýeler baradaky düşünjäniň türkmen halkynyň arasynda hem kök urandygyny ýatlamak zerurdyr. Türkmenler iň bärkisi çaga ýykylyp bir ýerini agyrdyp, aglap başlanda „Goýaweri, köşek aglama, ana, ýeriň eýesi gelýär!" diýip, çagany köşeşdirýärler. „Suwa ýykylaýmagyn, suwuň eýesi aýagyňdan çekip alyp gider" diýip, ata-babalarymyz çagalaryny tebigy hadysalardan, daş-töweregimizi gurşap alan ähli närselerden çekinmek, hemme janly we jansyz zatlary sylamak, hormatlamak duýgusy bilen terbiýeläpdirler. Her bir zady janly hasaplan ata-babalarymyz ösümliklere, ähli daş-töweregi gurşap alan dag-düzlere, ot-çöplere, ýele, şemala, suwa hemmesine sylag-hormat duýgusy bilen ýüzlenip, olar bilen sözleşýän ýaly, folklor eserlerini döredipdirler.

Ýüzärlik ösümligi türkmen halkynyň arasynda, edil beýleki türki halklarda bolşy ýaly, ýüz derdiň dermany hasaplanylýar. Eger-de şol ot anna güni ýygylsa, onuň dermanlyk häsiýetiniň has güýçli boljakdygyna ynanan halk Beýik Allanyň ady bilen ýüzärlige salam berip, ondan rugsat diläp, agyratman-ynjytman ýygmalydygyny sanawaç setirleri arkaly nesillerine ýatladýar:

Bissimillahi Rahman Rahym!
Essalawmaleýkim, adraspan,
Meni iberdi Omar-Osman,
Derdime derman bol,
Dertlime şypa!

Bu setirlerde yslam dininiň täsiri has güýçli duýulýar. Setirlerde yslamyň esasy sütünleriniň adynyň getirilmegi bu bendiň yslam dini Türkmenistana ýaýrandan soňra has kämilleşendigine, täze diniň täsirine düşendigine şaýatlyk edýär. Şeýle hem, ýüzärligiň dermanlyk häsiýetine ynanmagyň has ir döwürlerden bäri dowam edip gelýändigine bu setirleri okap göz ýetirmek bolýar. Adraspan bu ýerde ýüzärligiň dürli ýerlerde atlandyrylyşynyň bir mysalydyr, isfent diýlip atlandyrylýan ýerleri hem gabat gelýär.

Adamzat taryhynda adamlaryň özleri, aýratyn hem, Alla tarapyn guýmagursak zehin berlen adamlar oýlap tapyjylyk ukyplary, ýiti zehinleri arkaly her hili em-ýomlary tapypdyrlar, bir topar dermanlyk häsiýeti güýçli bolan ot-çöpleri ulanyşa girizipdirler. Şolaryň biri hem mumyýa. Halk tebipleri mumyýanyň döwük-ýenjikde peýdasynyň uludygyna göz ýetiripdirler, mumyýa dagdan atylyp alynýar. Mumyýa atmaga barlanda, oňa janly zada ýüzlenen ýaly uly chormat-sylag bilen ýüzlenmelidigini halk arasynda giňden ýaýran şu aşakdaky yrym sanawajy ýatladýar:

Bissimilla, Rahman Rahym!
Mumyýa aga, senmisiň,
Döwüge-synyga emmisiň,
Döwüge-synyga em bolmasaň,
Merwerit ibärin yzyňdan!

Şu bendi öwrenen her bir adam mumyýanyň hem janly hasaplanylyp, oňa salam berlip, hormat-sylag bilen atylyp alynýandygyna göz ýetirer. Şeýlelikde, halk köpçüligi tarapyndan döredilip, asyrlary aşyp gelen eserler bilen tanşyp, adamlaryň tutuş tebigaty janly, eýeli hasaplap, olara ýakymly sözler bilen täsir etmek üçin şeýle sanawaçly yrymlary döredendiklerine göz ýetirmek bolýar.

Cagalaryň suwa düşenlerinde, suwa düşmekçi bolýan ýerlerini mör-möjekden, ýylan-içýandan sözüň güýji bilen arassalamakçy boluşlary hem, suwa, mör-mşjeklere ýüzlenişleri hem özboluşly. Çünki olar suwuňam eýelidigine, hemme zatlaryň janlydygyna, olar bilen sözleşseň düşünjekdiklerine ynanyp, şeýle sanawajy sanapdyrlar:

Ilersi palan, gaýrasy palan,
Bar bolsa, çyksyn, ýylan-içýan.
Baýyň ogly suwa düşjek,
Baýyň gyzy suwa düşjek.

Yrymlar durşy bilen edep mekdebi. Onki synaňy arassa saklamaklygy hem ene-atalar çagalaryna yrymlar arkaly öwredipdirler. Bir mysala ýüzleneliň! ”Eger-de eliň ýa-da aýagyň dyrnagyny alsaň, bi ýere üýşürip gömmelimiş. Dyrnagyň gömülenine ot-çöpler şaýat bolmalymyş, şonda dert-bela el-aýagyňa gelmezmiş. Dyrnagyň üstüne uzyn-uzyn bugdaý sypalyny gyrkyp, “Elim-aýagym uzyn bolsun!”, “Elim-aýagym uzyn bolsun!” diýip, şeýle sanawajy hem sanamalymyş:

Goýnum müňe ýetende,

Düýäm ýüze ýetende,

Altyna gaplap dakynaýaryn –

– diýip, baý bolsaň, dyrnagyňy hem unutmajakdygyňy ýatlatmalymyş.”

Elbetde, beýle sanawaçly yrymlary isledigiňçe artdyrmak mümkin. Çünki şahyrana halkymyz ruhy baýlygyň ümmülmez hazynasyny döredipdir.

ATTRACTING TOURISTS WITH ONLINE SENSORY MARKETING: A CASE OF PAMUKKALE

Dr. Nisan Yozukmaz
Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Pamukkale University
E-mail: nisany@pau.edu.tr

Abstract
The senses are one of the most important perception tools. The senses of sight, taste, hearing, touch and smell affect all of individuals' decisions, as well as their preferences, attitudes and understanding of something, and this happens very naturally. Tourism is a concept that is all about the senses. Seeing, tasting, smelling, looking, hearing, and touching are at their most stimulated while traveling or spending time in a destination. Watching the sunset at a destination, smelling the sea, smelling the air, listening to the sound of the waves, touching the stones on the beach, swimming in the sea and feeling that water all over the body, tasting a flavor unique to that destination feel people that they are "alive", "on vacation" and, "taking a break from their traditional lives. Therefore, it is very important for destinations to create marketing tools that appeal to the senses, and to instill those in tourists while they are at the stage of making a travel plan. In this study, websites designed by the tourism authorities of Pamukkale, one of the most popular tourism attractions of Turkey and located in the province of Denizli, are examined within the framework of sensory marketing. In this context, the study is an descriptive content analysis study as how much the content on the online platforms gives place to sensory marketing is determined by the content analysis method and as an overall result, it is concluded that the websites of tourism authorities are not sufficient in terms of reflecting the multisensory aspects of Pamukkale. So, it is suggested that the marketing professionals contribute to these websites' content.

Keywords: *Sensory marketing, senses, Pamukkale, senses in tourism.*

ÇEVRİMİÇİ DUYUSAL PAZARLAMA İLE TURİSTLERİ ÇEKMEK: PAMUKKALE ÖRNEĞİ

Özet
Duyular en önemli algılama araçlarından biridir. Görme, tatma, işitme, dokunma ve koku alma duyuları bireylerin tüm kararlarını, tercihlerini, tutumlarını ve anlayışlarını etkilemekte ve bu çok doğal bir şekilde gerçekleşmektedir. Turizm, tüm duyularla ilgili bir kavramdır. Görme, tatma, koklama, duyma ve dokunma en çok seyahat ederken veya bir destinasyonda vakit geçirirken uyarılmaktadır. Bir sahilde gün batımını izlemek, denizi, havayı koklamak, dalgaların sesini dinlemek, sahildeki taşlara dokunmak, denizde yüzmek ve o suyu tüm bedende hissetmek, o destinasyona özgü bir lezzeti tatmak insanlara "yaşadıklarını", "tatilde olduklarını" ve "geleneksel yaşamlarına ara verdiklerini" hissettiren deneyimlerdir. Bu nedenle destinasyonların duyulara hitap eden pazarlama araçları oluşturması ve bu araçları seyahat planı yapma aşamasındayken turistlere aşılaması çok önemlidir. Bu çalışmada, Türkiye'nin en popüler turizm merkezlerinden biri olan ve Denizli ilinde yer alan Pamukkale'nin turizm otoriteleri tarafından tasarlanan web siteleri duyusal pazarlama çerçevesinde incelenmiştir. Bu bağlamda çalışma, çevrimiçi platformlardaki içeriklerin duyusal pazarlamaya ne kadar yer verdiği içerik analizi yöntemiyle belirlendiği için tanımlayıcı bir içerik analizi çalışmasıdır. Çalışmanın genel sonuçlarından biri turizm otoritelerince hazırlanmış olan web sitelerinin Pamukkale'nin çok taraflı özelliklerini yansıtma açısından yeterli olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu nedenle, pazarlama profesyonellerinin bu web sitelerinin içeriğine katkıda bulunmaları önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: *Duyusal pazarlama, duyular, pamukkale, turizmde duyular.*

INTRODUCTION

Marketing has become very important today. This is because it has become quite easy

for consumers to access products or services. In an increasingly competitive environment due

to globalization and the developments in technology in recent years, especially tourism businesses (İçöz, 2005) and destinations have to differentiate from their competitors in some way and make a difference in the sector.

A marketing type which appeals to customer senses and affects their perceptions, judgments and behaviors, sensory marketing is one of those differentiation strategies. It can be used for creating subconscious impulses qualifying the perception of a customer towards tangibles of a product. Although the sensory marketing approach is used strategically intensively in different sectors, there are not many examples in the tourism sector in the literature in terms of online destination marketing. It is very important for destinations to create marketing tools that appeal to the senses, and to instill those in tourists while they are at the stage of making a travel plan. This is one of the reasons why this research was conducted. In this study, websites designed by the tourism authorities of Pamukkale, one of the most popular tourism attractions of Turkey and located in the province of Denizli, are examined within the framework of sensory marketing. In this context, the study is an descriptive content analysis study.

LITERATURE REVIEW

SENSORY MARKETING

The senses are one of the most important perception tools. The senses of sight, taste, hearing, touch and smell affect all of individuals' decisions, as well as their preferences, attitudes and understanding of something, and this happens very naturally. Sensuality keeps the five senses constantly alert to new textures, seductive smells and flavors, wonderful music and captivating sights. Our senses cooperate to alert us, lift our spirits, and move our minds elsewhere. When stimulated at the same time which is called "multi-sensory experience", the results are unforgettable. The world is experienced through the senses and individuals thus form memories (Roberts, 2010).

Unlike traditional marketing, sensory marketing adds the experiences and emotions of customers to the marketing process. These experiences have not only functional but also sensory, emotional, cognitive, behavioral and logical dimensions. The goal of this marketing approach is to qualify products with their design and packaging, and then to value products in a commercial setting so that they look attractive. In return, customers will act on impulses and emotions rather than logic (Valenti & Riviere, 2008).

Krishna (2012), who is considered the pioneer of the sensory marketing concept, defines the concept as a type of marketing that appeals to the senses of customers and affects their perceptions, judgments and behaviors. From a managerial point of view, the author argues that sensory marketing can be used to create subliminal impulses that characterize customers' perception of the intangible properties of products. In terms of research, sensory marketing is the understanding of sensation and perception in terms of customer behavior. According to Soars (2009), sensory marketing is a type of marketing that focuses on consumer perceptions, starts with stimuli that affect the consumer's senses, and studies how consumers understand, interpret and react to these stimuli.

The subject of sensory marketing, which has been on the agenda for a long time, is the studies to affect one or more of the five senses and to influence the consumer's thought or purchasing decision about a product, and the trend applied today is the increasingly sophisticated research on sensory architecture and its effect on the brand. According to Yüzbaşıoğlu (2013), one of the most striking studies on this subject belongs to the Unilever brand. According to a study for Unilever's soap brand Dove, the impact of the product's scent on sales in North America is $63 million. According to the same research, touch has an effect of $34 million on sales and the image of the product has an effect of $ 14 million. As a result of the research, it is revealed that Dove's perfume makes users feel comfortable, valuable and calm.

The sensory marketing approach greatly increases the influence of the brand on purchasing behavior and builds a strong consumer loyalty. The senses have a strong effect on gaining trust for the brand. Because the senses are triggers for the formation of strong sensory reactions, and this also occurs as a result of the strong influence that the brand has in our lives. This situation, which emerges in memory, creates the bond between the brand and the consumer. Memory and emotions affect the development of good or bad behavior about brands. Marketing through the senses protects the individual's feelings from the attack of information that is not related to the target audience, and ensures that the sensory elements related to the brands settle in the memory. The senses permeate memory because consumers instinctively rely on their senses (Molitor, 2007).

SENSORY MARKETING IN TOURISM

Tourism is a concept that is all about the senses. Seeing, tasting, smelling, looking, hearing, and touching are at their most stimulated while traveling or spending time in a destination. Watching the sunset at a destination, smelling the sea, smelling the air, listening to the sound of the waves, touching the stones on the beach, swimming in the sea and feeling that water all over the body, tasting a flavor unique to that destination feel people that they are "alive", "on vacation" and, "taking a break from their traditional lives. Therefore, it is very important for destinations to create marketing tools that appeal to the senses, and to instill those in tourists while they are at the stage of making a travel plan.

In many ways, the senses are people's biggest and deepest suitcases. Touch, smell, hearing, sight and taste are the five magic tools that happen in a place, at once and form a memory. The most precious moments of travels and experiences are preserved with the senses and this happens completely naturally. For example, the scent of jasmine can remind you of a spa you visit, the sound of a drum may remind you of a festival, soft white sheets may remind you of a five-star hotel and the taste of cardamom may remind you of a cup of tea in an exotic restaurant (Mendiratta, 2010).

The concept "tourist experience" is material and multi-sensory. Therefore, tourism businesses and authorities must pay attention to the sensory content of the promotional messages sent to potential tourists in order to provide the necessary incentives to access the enriched experiences of a place (Pan & Ryan, 2009). The tourist experience encompasses multiple senses and since a successful tourism destination must attract tourists with more than visual stimuli and appeal to all their senses, they must create a portfolio of features that appeal to the senses.

Here are some examples from sensory marketing in tourism industry in terms of destination marketing. Considering Las Vegas, where many movies are shot and an indispensable attraction for tourists all over the world, it is seen that this city, which most people know from movies or magazines, is a perfect example of sensory destination marketing. Each hotel in the city makes great efforts to differentiate itself from the others and makes the biggest investment in visual marketing. One of the best examples of olfactory marketing is the production of the scent of cities. For example, Istanbul currently has a scent. For example, Istanbul has a scent. In fact, there are not only Istanbul, but also Vienna, Budapest, Frankfurt

and Munich. A special fragrance was produced for Istanbul in the series titled "The Scent of Departure". Fragrances, bottles and boxes of perfumes designed by Gerald Ghislain are designed to reveal the identity of Istanbul. Elements such as the energetic and complex scent of the Grand Bazaar, spices, the sea, Turkish delight, historical places such as Topkapı Palace and the Blue Mosque were the inspiration for the fragrance. For Istanbul perfume, grapefruit, bergamot, resin, sweet spices, sandalwood, cinnamon and musk scents are blended. Ghislain has designed a perfume by combining catchy scents about this city (Batı, 2013). In terms of gustative marketing, for example, Tahitians put vanilla in their seafood dishes.

An example of sensory marketing used for destination marketing is the Vienna brochure. The tourist brochure for Vienna has the title “Time Travel for All the Senses”. On the cover of the brochure is a young and very modern Viennese young woman posing in front of the Ferris wheel. The young woman is not wearing a local dress, but rather a red tracksuit. Her black hair is messy. Her one hand is on her waist and the other is framing her face. This image is surrounded by other images that are just as opposite to it. There is a crown in one of the pictures, St. Stephen's Cathedral in the other, the third picture is a portrait of Mozart, and on the fourth picture there is a "Vienna awaits you" phrase in attractive handwriting. The point emphasized in all of this is that Vienna has an appeal for all ages and all senses (Howes, 2004).

In Brazil, Sao Paulo Turismo has developed a pioneering project, a "sense map” in which attractive centers are described according to their sensory and emotional characteristics. These attractive centers are determined by a study on the comments of residents and visitors. This map encourages visitors to have sensory experiences and provides a different perspective on the city. The project is updated from time to time according to new comments shared. The project's website offers the opportunity to explore the senses of Sao Paulo with an audiobook. Thus, visitors can, for example, understand the gastronomic characteristics, sound, textures, colors and smells of the public market (Agapito, Valle & Mendes, 2012).

METHODOLOGY

In this study, websites prepared by the tourism authorities of Pamukkale, one of the popular tourism attractions of Turkey and located in the province of Denizli, are examined within the framework of sensory marketing. In this context, the study is based descriptive content analysis study as how much the content (text, photos, music) on the online platforms gives place to sensory marketing is determined by the descriptive analysis method. According

to Yıldırım & Şimşek (2011), descriptive analysis is an analysis approach that includes the steps of processing qualitative data, defining the findings, and interpreting the identified findings, depending on a predetermined framework.

Web search is conducted using the keywords “Pamukkale” and “Pamukkale gov”. And websites with .gov url were taken into the sample sites. Both the content in English and in Turkish is analyzed. Turkish content is translated into English during the reporting of the findings. The examined websites belong to The Ministry of Culture and Tourism, Governorship of Denizli, General Directorate of Cultural Heritage and Museums and, the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change.

The text on the websites forms a total of 11-word pages. All the content (text, pictures, music if there is) is analyzed via Nvivo software. Hanson & Grimmer (2007) state that the technological tools used in the analysis of qualitative research would add rigor and objectivity to new marketing ideas. For this reason, NVivo 11 for Windows qualitative data analysis program is used in this study. NVivo qualitative analysis program helps social researchers to review interviews, surveys, field notes, web pages, audio or visual materials and journal articles, and it provides the use of many methods rather than a single methodology (NVivo Guide, 2015). Coding as part of data analysis refers to making connections between data, reducing and simplifying large volumes of cluttered data to generate new concepts and ideas (Corbin & Strauss, 1990). Coding is a specific classification of relevant pieces of text, such as a page, a paragraph, a sentence, or a word. Codes are related to the contents of the coded texts rather than the words and sentences in the text (Miles & Huberman, 1994). The coding is conducted in Nvivo with pre-determined themes: sense of touch, sense of sight, sense of hearing, sense of taste and sense of smell. As touching, smelling, hearing and tasting a website is impossible, just words related to these senses are analyzed. However, in terms of visual aspects, the colors and the photos are examined too.

FINDINGS and DISCUSSION

The findings are reported in parallel with the themes from the literature in order to ease the readability. Therefore, this section is divided into sub-titles as sense of sight (visual marketing), sense of touch (tactile marketing), sense of hearing (auditory marketing), sense of taste (gustative marketing) and sense of smell (olfactory marketing).

Sense of Sight (Visual Marketing)

Firstly, the colors used on the websites are examined because colors, which can affect our emotions more directly (Solomon, 2007), have a great place in visual marketing. While colors and shapes are the first way to define and differentiate a brand (Valenti & Riviere, 2008), they can influence customers' perception of it as well as highlight the most important features associated with that brand (Suhonen & Tengvall, 2009). According to Gobe (2001), if colors are chosen correctly, they can be strategically used to reinforce and convey the desired image for a brand. It is observed that the dominant color used on the websites is white which is regarded as the sign of purity, cleanness and coolness. White is the basic color, as it brings out everything else. For example, in a restaurant, white is used everywhere the customer expects for cleanness (plates, kitchen...). It is revealed as a result of another research that the advertisement messages using the combination of black and white are 78% more memorable (Valenti & Riviere, 2008).

The other significant aspect of the websites in terms of visual marketing, the photos are analyzed. According to Pan & Ryan (2009), mass tourism operators can satisfy their customers by emphasizing the visual senses and taking them to places via images that are pre-selected, packaged and presented to the visitors beforehand, because visual images can be transferred to tourists more easily than other senses. The chosen photos on the websites are mostly larger images with high resolution which could be considered as a positive aspect because photos draw attention more than words and texts. However, as these websites are intended to inform potential visitors and attract them, the texts include information about Pamukkale and these texts are analyzed and coded too.

For example, the descriptions for Pamukkale include positive adjectives (*magnificent, beautiful, pleasant* etc.), metaphors and similes for the embodiment of the destination and for making the place more tangible so that this place could have a better place in people's minds. Below there are quotes from the texts on the websites exemplifying aforementioned observation:

> «Limestone tuffs, which are generally white in color and *resemble cotton piles*, form Pamukkale travertines. » (Turkey Culture Portal, 2013b).
>
> «Since water-filled travertines look more *beautiful and pleasant*, their photos are usually taken when they are full of water and they are always thought to be full of water. » (Turkey Culture Portal, 2013b).
>
> «Most of the ruins of Pamukkale Hierapolis Ancient City, standing in all *its glory* right next to Pamukkale Travertines, are from this period. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

«You can watch the *magnificent* view of the travertines. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

«Do not return without seeing the white travertines, which are *wonders of nature*. » (Ministry of Culture and Tourism, 2022).

«The *stunning* white calcium pools, which cling to the side of a ridge, have long been one of the most famous picture postcard views of Turkey. Pamukkale, literally meaning "*cotton castle*" (Ministry of Culture and Tourism, 2022).

Other finding with regard to the visual marketing is the words used for feelings of visitors. These words related to the feelings such as "*feeling like something*" might increase the self-awareness and the sense of being-in-the-world (Heidegger).

«We are sure that Pamukkale will fascinate you at first sight. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

«Here you can see the statues and other ruins unearthed in the ancient city excavations in Hierapolis and its surroundings. Buildings such as the ancient theatre, temples, monumental fountains, tombs, agora and gymnasium are in such a *good condition* that *you feel like you are in a city of 2,000 years ago*. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

Sense of Touch- Tactile Marketing

Although not much research has been done on the effects of tactile stimuli on consumer behavior, it can be said that it is a very important concept based on observations. Sometimes the sensations that come into contact with the skin, such as the winter wind hitting the face, can also determine the mental state of a person (Solomon, 2007). Touch also meets the conscious or subconscious expectations of the consumer in the conceptual dimension. It somehow makes the product more acceptable. The tactility also makes the product unique. In terms of tactile marketing, a brand that satisfies its consumer creates value (Batı, 2013). The same thing is effectual for destinations.

Tactile senses balance the relationship between product experience and judgment. In other words, the individual will always be more sure of what she perceives about that product when she touches it, which is a general judgment (Solomon, 2007). This sense of touch can be considered more important when in water or in an ancient city as visitors desire to feel the warmth of water or the surface of a historical stone which makes that place special for them. On the websites about Pamukkale, there are many indicator words for visitors' feeling the waters by bathing in them, swimming in the ponds and relaxation through massages.

«The pleasure and happiness of swimming in the thermal waters embraced by historical buildings is completely different. » (Turkey Culture Portal, 2013b).

«You too can enter the waters where the people of the ancient world swam thousands of years ago» (Turkey Culture Portal, 2013a).

«They can also enjoy massage, thermal waters and mud baths. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

> «This area is also famous for its healing waters, which are believed to cure a wide variety of ailments. » (Ministry of Culture and Tourism, 2022).

Sense of Hearing- Auditory Marketing

During the analysis, it is seen that there is not any website that use some kind of music for visitors. Nevertheless, sensory features such as music or lighting are used to create atmosphere and thus can affect customer evaluations, stimulations, choices and purchase intentions (Kim & Perdue, 2013). For example, the Mandarin Oriental hotel group uses its own signature music on its website, hotel limousines, telephone systems, some reception cabins and even some rooms (Genuario, 2007).

On the other hand, there are some information regarding the historical and mythological stories about Pamukkale and Hierapolis. This can create an auditory sense of desire for hearing the stories of this place.

> «In particular, the stories told about the Ploutonium, which was believed to be the entrance to hell in the Roman Period, will attract your attention. » (Turkey Culture Portal, 2013a).

Sense of Taste- Gustative Marketing

The challenge for tourism authorities is to identify important sensory details, that is, the details that will make them appear in the minds of tourists in a positive way. Managers and marketers should build on the sensory impulses unique to their destinations as the foundation for the travel experience that they want to deliver. For example, food and beverage facilities in a destination may use a specific spice in the dishes they serve to customers, such as Tahitians putting vanilla in their seafood dishes (Mendiratta, 2010). However, there is not any information related to specific tastes and flavors of Denizli within the narratives on the websites. There is only some information indicating the relationship between health and thermal waters referring to sense of taste.

> «When drunk warm, it is recommended for stomach spasm, diuretic and inflammations, kidney and sand stones treatment. » (Turkey Culture Portal, 2013b).

Sense of Smell- Olfactory Marketing

Fragrances can stimulate emotions and create a relaxing feeling. They can bring back memories and reduce stress. According to a study, it has been observed that customers who look at flower or chocolate advertisements or are exposed to floral or chocolatey scents spend more time on product information and try different options in each product category (Solomon, 2007). However there isn't found any content related to sense of smell on the

websites designed

by national and local tourism authorities. There may be some words appealing to the sense of smell of visitors such as lavender which can be considered as an important feature of Denizli.

CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Our five main senses can be used as reference points and there are many factors that affect sensory stimulation in a tool of destination marketing such as websites or social media platforms. Visual stimulation is achieved, for example, by colors, artwork and presentation. Sound, music or speech are part of auditory stimulation. Taste stimulation is carried out by the ingredients and flavors in the food and in terms of smell, stimulation is carried out with smells, food, freshness, cleanliness and aromas, and these stimuli can be transferrable through the words and photos on online platforms.

Agapito et al. (2012) emphasize the importance of the sensory relationship between tourists and destinations in their study and state that sensory marketing can be used in design, communication, branding and revitalizing tourist experiences, and as a result, the loyalty of tourists can be gained by providing customer satisfaction. From a managerial point of view, they state that although the experience is individual and internal, it is a concept that can be designed and created by visitors and business managers, so that the experience will gain more value and satisfy the manager.

In this study, websites designed by the tourism authorities of Pamukkale, one of the most popular tourism attractions of Turkey and located in the province of Denizli, are examined within the framework of sensory marketing. Because it is very important for destinations to create marketing tools that appeal to the senses, and to instill those in tourists while they are at the stage of making a travel plan. In this context, the study is an descriptive content analysis study as how much the content on the online platforms gives place to sensory marketing is determined by the content analysis method.

The analysis is conducted on the data on the websites which can be classified as texts, colors and photos. All the texts are coded with open-coding in parallel to the predetermined themes from sensory marketing literature. The findings show that the websites use mostly white as dominant color and wide photos which can be considered as a positive effort. Within the texts, it is seen that mostly there are metaphors, words, similes and adjectives related to sense of sight. The other senses could not be highly appealed through the textual content. As an

overall result, it is concluded that the websites of tourism authorities are not sufficient in terms of reflecting the multisensory aspects of Pamukkale.

This study is conducted on only official websites. It does not include any official social media pages of local or national authorities and this could be considered as a limitation. In terms of that viewpoint, this study presents preliminary research for future studies. Therefore, it is suggested that a more comprehensive study can be done which covers more destinations and businesses; social media pages of national and local tourism authorities can be analyzed. Also, it is hard to give the feeling of senses through just words. That's why, the photos on the websites can be analyzed and may be shown to different group of people from different psychographic or demographic segments in a focus group study and their perceptions and emotions related to the photos can be analyzed.

In terms of practical implications, it is suggested that local authorities can add digital components to their websites such as virtual tours in order to increase visual appeal. More sensory elements can be added into informative texts such as lavender fragrance or some gustative elements. It is also suggested that the marketing professionals contribute to these websites' content. And finally, a sensory map of Pamukkale or Denizli can be drawn including unique elements like lavender fields as a component of olfactory marketing although according to Gobe (2001), most of the customers are not aware of the sensory stimuli they receive, but the destinations and businesses or brands must know and understand the effects of the stimuli they are offering to their customers very well.

REFERENCES

Agapito, D., Valle, P. and Mendes, J. C. (2012). "Sensory Marketing and Tourist Experiences". *Spatial and Organizational Dynamics, 10*: 7-9.

Batı, U. (2013). *Markethink ya da Farkethink! Deneyimsel Pazarlama ve Duyusal Markalama.* (2. Ed.). İstanbul: İyi Yayınlar.

Corbin, J. and Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, *13*(1): 3–21.

General Directorate for Prevention of Natural Heritage. (2022). Pamukkale fotoğrafları. https://tvk.csb.gov.tr/pamukkale-fotograf-galerisi. Accessed on 30/05/2022.

General Directorate of Cultural Heritage and Museums. (2022a). Pamukkale-Hierapolis (Denizli). http://www.kulturvarliklari.gov.tr/yazdir?FD168F86154893B2E0BDC261A26A20C 3. Accessed on 30/05/2022.

General Directorate of Cultural Heritage and Museums. (2022b). Pamukkale Örenyeri ve Arkeoloji. https://muze.gov.tr/urun-detay?CatalogNo=WEB-PMK01-01-008. Accessed on 30/05/2022.

Genuario, L. (2007). "Branding that Makes Sense(s*)."* (1 Mart 2007), http://www.brandpackaging.com/articles/84068-branding-that-makes-sense-s. Accessed on 03.08.2022

Gobe, M. (2001). *Emotional Branding; The New Paradigm for Connecting Brands to People*. New York: Allworth Press.

Governorship of Denizli. (2022). Pamukkale Travertenleri. http://www.denizli.gov.tr/pamukkale. Accessed on 30/05/2022.

Heidegger, M. (2019). Varlık ve Zaman. (5th Ed.) (Çev. Kaan H. Ökten). İstanbul: Alfa Yayınları.

Hanson, D. and Grimmer, M. (2007). The mix of qualitative and quantitative research in major marketing journals 1993-2002, *European Journal of Marketing, 41*(1/2): 58-70.

Howes, D. (2004). "Sensory Tourism". http://www.sensorystudies.org/picture-gallery/pg-sensory-tourism-vienna-imagesmall/. Accessed on 03.08.2022

İçöz, O. (2005). *Hizmet Pazarlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Kim, D. and Perdue, R. R. (2013). "The effects of cognitive, affective and sensory attributes on hotel choice". *International Journal of Hospitality Management, 35*: 246- 257.

Krishna, A. (2012). "An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior". *Journal of Consumer Psychology, 22*: 332-351.

Mendiratta, A. (2010). "The Six Senses of Travel. Compass- Insights into Tourism Branding", TASK Group. http://commercial.cnn.com/assets/task_compass_11.pdf. Accessed on 03.08.2022

Ministry of Culture and Tourism. (2022). Pamukkale. https://www.ktb.gov.tr/EN-99722/pamukkale.html. Accessed on 30/05/2022.

Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: Sage.

Molitor, D. (2007). "The Sensory Potential". *The Hub.* November/December: 34- 36.

NVivo Guide (2015). http://library.columbia.edu/locations/dssc/nvivo_guide.html, Accessed on 02/06/2022.

Pan, S. and Ryan, C. (2009). "Tourism Sense Making: The Role of the Senses and Travel Journalism". *Journal of Travel and Tourism Marketing, 26*(7): 625-639.

Roberts, K. (2010). *Lovemarks Etkisi: Tüketici Devriminde Galip Gelmek*. (Çev. Çiğdem Aksoy). İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.

Soars, B. (2009). "Driving sales through shoppers' sense of sound, sight, smell and touch". *Journal of Retail and Distribution Management, 37*(3): 286- 289.

Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. (7th edition). USA: Pearson, Prentice Hall.

Suhonen, T. and Tengvall, J. (2009). *Branding in the air: A study about the impact of sensory marketing*. (Unpublished Master's Thesis). Jönköping International Business School, Jönköping University.

Turkey Culture Portal. (2013/28/01a). “Pamukkale Hierapolis Antik Kenti – Denizli”. https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/denizli/gezilecekyer/pamukkale-hierapolis-antik-kenti. Accessed on 30/05/2022.

Turkey Culture Portal. (2013/28/01b). “Pamukkale Termal Suları Denizli”. https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/denizli/gezilecekyer/pamukkale-termal-sulari. Accessed on 30/05/2022.

Turkey Culture Portal. (2022). “Pamukkale-Hierapolis”. https://www.kulturportali.gov.tr/portal/pamukkalehierapolis. Accessed on 30/05/2022.

Valenti, C. and Riviere, J. (2008). “The concept of Sensory Marketing”. *Marketing Dissertation*. Högskolan i Halmstad.

Yıldırım, A. and Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. Ed.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüzbaşıoğlu, S. (2013). “Duyusal Pazarlamanın 100 Milyon Dolarlık Etkisi”. (08.11.2013). http://www.dunya.com/duyusal-pazarlamanın-100-milyon-dolarlık-etkisi-208259h.htm. Accessed on 03.08.2022.

OPTIONS FOR STUDYING AMERICAN ENGLISH BY STUDENTS USING MODERN TEACHING METHODS

Fatima Hajizada Elshan
Azerbaijan University of Languages
E-mail: fatima@hajizada.com

Abstract

The article deals with of the problem of the options of studying American English by students using modern teaching methods Particular attention is given to that English is the most popular language, namely the American version of English is the predominant language in the world. The analysis of the research highlighted the importance of distinctive features of grammar, context, pronunciation and the specifics of regional variants of American English Versions of the subtleties of studying American English were put forward, which included humor, online resources and entertainment. In conclusion, the emphasis is placed on the fact that the use of modern teaching methods gives students the opportunity to be better acquainted with the culture and history of the United States Furthermore, such methods also helps students to meet American reality and pronunciation.

Keywords: American English, language, options for learning a foreign language

MODERN ÖĞRETİM YÖNTEMLERİNİ KULLANAN ÖĞRENCİLER ÖRNEĞİNDE AMERİKAN İNGİLİZCE EĞİTİMİ SEÇENEKLERİ

Özet

Makale, öğrencilerin modern öğretim yöntemlerini kullanarak Amerikan İngilizcesi öğrenme seçenekleri sorununu ele almaktadır. İngilizcenin en populer dil olduğuna, yani İngilizcenin Amerikan versiyonunun dünyadaki baskın dil olduğuna özellikle dikkat edilir. Araştırmanın analizi, dilbilgisi, bağlam, telaffuz ve Amerikan İngilizcesinin bölgesel varyantlarının özelliklerinin ayırt edici özelliklerinin önemini vurğuladı Amerikan İngilizcesi öğrenmenin inceliklerinin mizah, çevrimiçi kaynaklar ve eğlenceyi içeren versiyonları öne sürüldü. Sonuç olarak, modern öğretim yöntemlerinin kullanılmasının ögrencilere Amerika Birleşik Devletleri'nin kültürünü ve tarihini daha iyi tanıma fırsatı verdiği gerçeğine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca, bu tür yöntemler oğrencilerin Amerikan gerçekliği ve telaffuzu ile tanışmalarına da yardımcı olur.

Anahtar kelimeler: *Amerikan İngilizcesi, dil, yabancı dil öğrenme seçenekleri*

Language as the main means of communication, it aids us to communicate and interact with each other. We create a language using sounds, symbols. Language can build up societies, but also ruin them. A language lives till then people use it as their native language.

English is the most popular language in the world. English is often used as an international language in negotiations.

Speculation of issues related to the useofsocio-cultura! components in American English allows us to accentuate the importance of options for studying the American English.

American English is the prevalent language of entertainment and business, and there are simply more people speaking American English in the world.

There are many differences in vowel sounds, regional accents of American English.

American English has its own distinctive grammar, slang and idioms

Slang is emotionally colored words and stable expressions that are present in colloquial speech outside the limits of colloquial language. For instance, the slang “hang out” that means “spend time together” or the slang “dumb cluck” is “stupid person”.

The American version of English is characterized by a more generalized word usage and define the suppletive way of forming words. Therefore, the suffix “her” is very productive in the American version, which explains the larger number with it (Lems, 2013:14).

As a number of researches show, the importance of learning American English is the following:

● specifics of regional versions of American English;

● grammatical and phonetic rules;

● pronunciation;

● context where American English is available.

Thereby, there are various options in the subtleties of learning American English for students:

● compatibility of study and humor;

● online resources (business American English, podcasts, YouTube, blogs, email newsletter);

● entertainment (movies, TV shows).

Humor. It should be noted that the inclusion of humor in language teaching is a funny element that is sometimes used to enliven classes. Such idea has a common fallacy. However, it can also serve a deeper purpose in language education. Misunderstanding the humor of the target culture can cause embarrassment or isolation for students (Henderson, 2017: 5).

Another key thing to notice that when speaking a foreign language, students often tempt excitement and stress. However, students provide themselves with psychological help studying the American English on content of American humor. Humor helps in communication, understanding other people's phrases of American English, makes conversation more natural.

Humor is a great way to connect with language movement, empowering American culture and improving cross-cultural competence (Rucynski, 2021: 5). The American animated series “The Simpsons, getting to know them” as one of the examples of American humor that will aid students communicate with the American people.

According to Bell and Pomerantz there are four possible effects of learning humor (Bell, 2016)

● identification: students discover that humor is used.

● understanding: students understand the intended meaning of humor.

● reacting: students are able to react correctly to humor, for example, commenting on humor or responding with their humor.

● production: students actually create their own humor.

Moreover, Bell and Pomerantz further emphasize the importance of researching appropriate forms of humor, since students need extensive knowledge in grammar, in lexical units, as well as cultural understanding in order to achieve the desired results in learning of American English (Bell, 2016).

However, it is not important to pay attention to all four possible outcomes. For instance, learning and understanding satirical news of the American English will aid students improve their digital and media literacy, and produce their own satirical news.

Thus, the essence of students studying American English based on American humor is to be acquainted with many traditional practices around humorous interaction, so that they better understand, perceive and participate in it.

Online resources. There are a number of irregular and fun methods of teaching the American English, with which students can have fun and learn American English.

The most common and best method to understand and master the American accent of English is to listen to live speech. This helps to distinguish the American pronunciation and intonation of the English language. To give an illustration "podcasts" which can be played at any time and in any place where there is an Internet connection. Using of podcasts, students can learn many interesting things about culture, history, life in the United States, what exactly is considered funny in American culture.

Examples of famous podcasts are:

1. "This American Life" - acquaintance with the culture of the United States of America. It refers to the real stories of residents of different areas of America. They are essentially small films, but on the radio.

2. "The Dollop with Dave Anthony and Gareth Reynolds" - told by two comedians about the amazing stories of American life and history. Their podcasts are based on historical facts and realities of the country. Comedians have very clear and slow speech. Students will be able to easily hear and assimilate the features of the American pronunciation of English.

3. "How Did This Get Made?" - The presenters of this program mainly tell and joke about unsuccessful American films. They discuss plots, films, and actors making their verdict. There is a chance to learn a lot about American culture and cinema from this program.

4 "All Ears English" - This podcast was created by two American English professors, where they discuss American culture and explain contusing expressions in slion episodes.

Blogs and websites are also very useful for learning American English. Using it students can practice their reading, stock up on American slang, typical American expressions and phrases and also master the features of grammar and spelling in writing. Blogs, ordinary users who share what they find

interesting and tun create them. For instance, “Sandpaper Suit” is a blog created by American humorist Matt Ruby, stand-up comedian, author of various comics. He shares about current American events and manages to write funny stories on very serious topics in his blog. His blog will aid students to get the American reality hand in.

The importance of business language should also be emphasized *(American l.ngtish Hnsincss)* American English Business language refers to those who speak this language and want to advance in career growth.

Native speakers of American English use many phrases and expressions at work.

Business English is important for communicating with clients, colleagues and top brass. Firstly, it is an effective wav to start, continue and end a business conversation, as it is acceptable to interrupt, conect or disagree with others while speaking American English.

Secondly, these are the general rules of etiquette and communication in special communicative situations in American English, including business meetings, presentations and telephone conversations. This includes the use of common American idioms.

Further, it should be accented the importance of online sites that help learning American English quickly and effectively. An example is the online site “Leam American English Online” that is a free website for studying the American version of English, where assignments are intended for a diversity of levels of English. There students can be acquainted with all kinds of exercises, grammar and word usage.

It should also be emphasized the importance of “YouTube” on the modem method of learning the American version of English. This video hosting aids students acquire the perfect American pronunciation, master oral speech and idioms. Students can not only learn the language on it, but also communicate in it, share knowledge, write comments. The popular American English “YouTube channels” including business language are the following:

1. Fluentu is an online platform to leam American English by means of music videos, news, public lectures, movie trailers clicking on each word in the subtitles and getting the meaning, pronunciation and usage of the given word.

2. “College Humor” - the given channel keeps a lot of cute videos lasting from one to five minutes. The privilege of this channel is that students see typical American reality that gives an opportunity to understand American slang and cliches.

3. Comedy Central is a humorous channel where ridiculous videos show American lifestyles. On this channel, students will receive a real encyclopedia of American humor, and they have an opportunity to learn American pronunciation.

The latest example from online resources can be called “email new sletters”. One of the best ways to practice every day American English. We will subscribe, students can receive monthly or weekly materials to their mail and such receipt of mailings by mail will turn life into a familiar mode.

Entertainment. It is known that the best way to improve upon American English including speaking skills and listening comprehension is watching movies in English. Such entertainment will help those who are tired of books, learning complex grammar and vocabulary, etc. Speech in English-speaking films is a fast and realistic local accent. Students can learn a lot of slang that they might not have encountered using classical teaching methods. In addition, they will be acquainted with various American accents, which is especially useful and will be able to practice their own accent as well.

Taking info consideration the fact that movies are cute. By means of American English movies, students meet an idea of the culture and the history of USA.

Examples of such films that will help students better understand and speak the American version of English are (www.mosalingua.com/en/american-english-moviies/):

1. “Forrest Gump” is a famous American classic where students can meet a history of the USA.

2. The Wolf of Wall Street. This movie is based on real events and aids students learn American business jargon.

3. “American History X” is an informative film about racism in the USA. Watching these film students can learn American slang.

4. “The Lion King” is an American animated film. This movie is ideal for beginners as characters speak slower and use basic vocabulary. Like the other films above, it is considered a true American classic.

All these movies are based on comic books. Therefore, students can read the book before or after viewing and gain a comprehensive experience working on listening and reading comprehension skills.

Thus, learning American English while watching movies is much more fun than studying from a textbook. This can be just as useful, it will also aid to improve the fluency of speech.

In conclusion, it can be emphasized that the options for studying American English using modern teaching methods allows students to become more familiar with the culture of the United States of America, to understand the distinctive feature of grammar, slang and idioms, since the language has undergone a number of changes due to the influence of numerous migrant languages. Moreover, these methods provide students with real American English, the best pronunciation, a lively and native accent.

References

1. Bell, N.D., A.Pomerantz. (2016). Humor in the classroom: A guide for language teachers and educational researchers, 2016.
2. Hajizada, F.E. (2021) Language of the United States and American Culture: language status. Actual problems of studying humanities. Collection of inter-university scientific articles. Baku: “Translator” Translation and Publishing and Printing Center. Baku: 2021. №1.
3. Henderson, S. (2017). Internet memes to learn and practice English. In New ways in teaching with humor, ed. J. Rucynski, Jr.
4. Lems, K (2013). Laughing all the way: Teaching English using puns. English Teaching Forum 51 (1).
5. Rucynski, J, Prichard C. (2021). Japan Implementing Humor Instruction into English language Teaching www.mosalingua.com/en/american-english-movies/(15.03.2021)

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

SERGİ
"SALIK"

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI
TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS
SEMPOZYUMU

23-24 HAZİRAN 2022

ÇEVRİM İÇİ

turek2022@pau.edu.tr

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU AÇILIŞ PANELİ

Panel Moderatörü: Prof. Dr. Serkan BERTAN

Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU
Enflasyon, Faiz ve Kur İlişkisi: Fiyat İstikrarı Açısından Yeni Perspektifler

Prof. Dr. Cafer TOPALOĞ
Turizm Çalışanlarının Mesleki Gelecek Beklenti

of. Dr. Engin Deniz ERİŞ
Turizm İşletmelerinde Kuşakların Yönetimi

Ebru BAYBARA DEMİR
Turizmde Kadın Girişimciliği: Gastronomi ve K

oç. Dr. Berdi SARIYEV
Mirasımız Türkmen Milli Bayrağı

23 Haziran 2022, Perşembe
11:00 – 12:30

ULUSLARARASI TÜRK DÜNYASI TURİZM, EKONOMİ VE KÜLTÜREL MİRAS SEMPOZYUMU

INTERNATIONAL TURKIC WORLD TOURISM, ECONOMICS AND CULTURAL HERITAGE SYMPOSIUM

DENİZLİ SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU
PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ

23-24 HAZİRAN 2022, DENİZLİ (ÇEVRİMİÇİ)

23-24 JUNE 2022, DENIZLI (ONLINE)