



ICOSTURK 2018

**3rd INTERNATIONAL CONFERENCE
ON STUDIES IN
TURKOLOGY**

**04 - 06
September
2018**

Amsterdam/NETHERLANDS

**PROCEEDINGS
BOOK**

2018.icosturk.org



**3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON
STUDIES IN TURKOLOGY
(ICOSTURK'2018)**

PROCEEDINGS BOOK

EDITORS

Prof. Dr. Ufuk Deniz AŞCI
Dr. Fatih Numan KÜÇÜKBALLI
Lec. Menşure AŞCI



3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON STUDIES IN TURKOLOGY
(ICOSTURK- 04-06 September, 2018, Amsterdam / NETHERLANDS)

Amsterdam-NETHERLANDS

04-06 September, 2018

© Her hakkı saklıdır. Bu kitabın tamamı ya da bir kısmı, yazarlarının izni olmaksızın, elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz.
Bu kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarına aittir.

ISBN: 978-605-7600-25-7



© Konya, Ocak 2019
PALET YAYINLARI
Mimar Muzaffer Caddesi Rampalı Çarşı No. 42 Konya
Tel. 0332 353 62 27
e-mail: paletyayinevi@gmail.com
www.paletyayinlari.com

COMMITTEES

Organization Committee

Conference Chair: Prof. Dr. Ufuk Deniz AŞCI, Selcuk University, Turkey

Conference Co-Chairman: Prof. Dr. Bekim AGAI, Goethe Universität, Institut für Studien der Kultur und Religion des Islam, Frankfurt, GERMANY.

Prof. Dr. Cristina Tonghini, University Ca'Foscari Venezia, Italy.

Prof. Dr. David Lackland Sam, Cross-Cultural Psychology At The University Of Bergen, Norway.

Prof.Dr. Dmitriy D. Vasilyev, Russian Academy Of Sciences, Russia Federation.

Prof. Dr. Grigori Halimonenko, Kiev State University, Ukrain.

Prof. Dr. Ufuk Deniz Aşcı, Selcuk University, Turkey.

Assoc. Prof. Dr. Zubaida Shadkam, El-Farabi University, Kazakhstan.

Dr. Casper Hillebrand, Universität Bonn Inst. Für Orient Und Asienwissenschaften Abt. Für Islamwissenschaft Und Nahostsprachen, Bonn, Germany.

Dr. David Motadel, University of Assoc. Cambridge, United Kingdom.

Conference Secretariat: Res. Assist. Fatih Numan KÜÇÜKBALLI

Scientific Committee

Prof. Dr. Abdurrahman Özkan, Konya Necmettin Erbakan University, Turkey.

Prof. Dr. Bekim Agai, Goethe Universität, Institut Für Studien Der Kultur Und Religion Des Islam, Frankfurt, Germany.

Prof. Dr. Benjamin Fortna, University Of London, SOAS, United Kingdom.

Prof. Dr. Claus SCHÖNIG, Freie University Berlin, Germany.

Prof. Dr. Cristina Tonghini, University Ca'Foscari Venezia, Italy.

Prof. Dr. David Lackland Sam, Cross-Cultural Psychology At The University Of Bergen, Norway.

Prof.Dr. Dmitriy D. Vasilyev, Russian Academy Of Sciences, Russia Federation.

Prof. Dr. Ekrem Arıkoğlu, Gazi University, Turkey.

Prof. Dr. Ferhad Turanly, Kiev Mohila Academy, Ukrain.



3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON STUDIES IN TURKOLOGY (ICOSTURK- 04-06 September, 2018, Amsterdam / NETHERLANDS)

Prof. Dr. Grigori Halimonenko, Kiev State University, Ukrain.

Prof. Dr. Muhabbet Qurbanova, Mirza Ulugbek University, Uzbekistan.

Prof. Dr. Victor Butanayev, Khakas State University Khakasia, Russia Federation.

Prof. Dr. İbrahim Şirin, Kocaeli University, Turkey.

Prof. Dr. Ufuk Deniz Aşçı, Selcuk University, Turkey.

Assoc. Prof. Dr. Ekrem Kalan, Akdeniz University, Turkey.

Assoc. Prof. Dr. Napil Bazılkhan, Science Academy Of Kazakhstan, Kazakhstan.

Assoc. Prof. Dr. Olena Bachynska, Ivan Franko Lviv National University, Ukrain.

Assoc. Prof. Dr. Zubaida Shadkam, El-Farabi University, Kazakhstan.

Dr. Casper Hillebrand, Universität Bonn Inst. Für Orient Und Asienwissenschaften Abt. Für Islamwissenschaft Und Nahostsprachen, Bonn, Germany.

Dr. David Motadel, University of Assoc. Cambridge, United Kingdom.

Dr. Oleksandr Cereda, Kiev Mohila Academy, Ukrain.

Dr. Sabahaddin Abdullah, SOAS, University of London, United Kingdom.

CONFERENCE INFORMATION

Conference Date

The ICOSTURK'2018 – Amsterdam conference is held between September 04-06, 2018.

Conference Venue

Yunus Emre Enstitüsü Amsterdam/NETHERLANDS

Language

The official language of the conference is **Turkish** and **English**.

Conference Web site

Further information and updates about the conference can be found at

<http://2018.icosturk.org/>

About Presentations:

Oral Presentations

A slide projector and a computer will be available in the presentation rooms. Each presenter will have 10 minutes for his/her presentation and 5 minutes for discussions.

Poster Presentations

Poster should be prepared according to the poster template (80 cm width and 120 cm height).



3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON STUDIES IN TURKOLOGY (ICOSTURK- 04-06 September, 2018, Amsterdam / NETHERLANDS)

The poster presenters are kindly requested to stand in front of their own posters during the poster sessions to answer arising questions. The posters should be hanged/withdrawn by the presenters.

Contact:

icosturk2018@gmail.com

İÇİNDEKİLER

Konstantiniyye'den İstanbul'a Tarihi Bir Yolculuk
A Historical Journey From Constantinople To Istanbul

Assist. Prof. Dr. Ayşe ÇELEBİOĞLU

1-15

Türk Masallarının Yabancılar Türkçe Öğretiminde Kullanımı
Use Of Turkish Tables In Turkish Teaching For Foreigners

Öğr. Gör. Meral DOĞRU

16-28

Globalization And City Marketing Relationship

Öğr. Gör. Ümmühan GÜLNAR

29-42

Gazipaşa (Antalya) Ağzının Ünlülerle İlgili Fonetik Özellikleri
The Phonetic Characteristics Related To Vowels Of Gazipaşa (Antalya) Dialect

Dr. Fatih Numan KÜÇÜKBALLI

43-78

Kürfürst Freidrich Wilhelm (Barbaros Hayrettin) ve Weissenburg (Turgut Reis)
Zırhlılarının Osmanlı Donanmasına Kazandırılması

Doç. Dr. Salih KIŞ

79-84



3rd INTERNATIONAL CONFERENCE ON STUDIES IN TURKOLOGY
(ICOSTURK- 04-06 September, 2018, Amsterdam / NETHERLANDS)

PROCEEDINGS

KONSTANTİNİYYE'DEN İSTANBUL'A TARİHİ BİR YOLCULUK A HISTORICAL JOURNEY FROM CONSTANTINOPLE TO ISTANBUL

Assist. Prof. Dr. Ayşe ÇELEBİOĞLU

*Artvin Çoruh Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi
Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
aysecele@gmail.com*

Özet

Bibliothèque Nationale de France, Suppl. Turc. 881 numarada kayıtlı bulunan, bir tarafı Türkçe diğer tarafı Fransızca yazılmış ve kitap haline getirilmiş bir metin ile dünyanın önemli başkentlerinden biri olan İstanbul'un tarihinden bir bölümünü inceleme fırsatına sahip bulunmaktayız. Fligranlı ve aharlı kâğıda yazılmış toplam 126 sayfadan ibaret olan eserin Türkçe olan kısmı, Divânî hatla kaleme alınmış ve on sekiz varaktan oluşmaktadır. Yine el yazısı ile yazılmış olan Fransızca kısmı da yetmiş altı sayfadan ibarettir. Eserin her iki bölümünde başlangıçta tarihler Miladî olarak verilirken, Osmanlı Devleti tarafından feth edilmesinden itibaren Hicrî olarak verilmeye başlanmıştır. Türkçe bölümün sonunda Hicri 1147 tarihi, Fransızca bölümün sonunda ise bu tarihe karşılık gelen Miladî 1734 tarihi kayıt olarak düşülmüştür. Eserin Fransızca yazılmış olan kısmı, Türkçe kısmının birebir tercümesidir ve giriş bölümüne düşülen bir not ile bu eserin Dil Oğlanları okulu yöneticisi Peder Romaine'in titiz çalışmalarıyla çevrildiği bilgisi bulunmaktadır.

IV. Yüz yılda Konstantineyye'nin kuruluşundan başlanıp XVIII. Yüz yılın ortalarına kadar kent ile ilgili tarihi süreç anlatılmıştır. Kentin kuruluş aşamalarını adım adım anlatan kitap, yerleşim alanının tespit edilmesinden başlayıp surların yapımı ile devam etmiş ve arkasından yaşam alanlarının, resmi binaların, ibadet yerlerinin yapımına kadar bütün gelişmeleri kronolojik olarak verilmiştir.

Roma'dan İran'a sefer yapmak için ordusuyla yola çıkan Constantin'in Byzantin şehrine geldiğinde gördüğü manzara onu müteessir etmiş ve yakılıp yıkılmış bu şehri yeniden yapmak isteği ile bu bölgede konaklamaya karar vermiştir. Constantin, Ofratis'in yönlendirmesiyle şehri tamir etmekten vazgeçip Roma'ya eş değerde yeni bir şehir kurmaya başlar. İstanbul diye anılan bu bölgede surlarla başlayan ilk çalışmalara, su kemerleri, evler, konaklar ve

bostanlar eklenir. Depremler için yapılan toplanma alanları dahi düşünülerek şehir inşa edilir. Osmanlı yönetimine geçtikten sonra; camiler, külliyele, hamamlar, saraylar ve hanların yanı sıra askerî binalar, çarşılar ve bu çarşılardaki esnaf ile ilgili de detaylı bilgiler mevcuttur. Eserde ayrıca Osmanlı toplum yapısından da söz edilmiştir. Gerek bahsedilen tarihler arasındaki toplum yapısı, gerek mimarî eserleri ve devlet adamları ile gerekse tüccar ve zanaatkarların tasnifi açısından bir yabancınn gözünden anlatılması bakımından mühim bir kaynak eserdir.

Anahtar kelimeler: Constantin, Fatih Sultan Mehmet, İstanbul, Surlar, Camiler, Külliyele.

Abstract

We have the opportunity to examine one part of the history of Istanbul, one of the important capitals of the world, with Bibliothèque Nationale de France, Suppl. Turc., a text which was registered with the number 881 and one part of which was written in Turkish and one part in French and published into a book. The Turkish part of the work, written on watermarked and ahar paper (sized paper suitable for calligraphy) and consisting 126 pages, was written in Diwani calligraphy and composed of 18 leaves. The French part, also scripted, was composed of 76 pages. The dates were initially written according to the Gregorian calendar and they were written according to the Hijri Calendar after the conquest of Istanbul by Ottoman Empire, in both parts of the work. At the end of the Turkish part, Hijri year 1147 and at the end of the French part Gregorian year 1734, corresponding to that date, was written down. The French part of the work is a literal translation of the Turkish part, it was explained with a note in the introduction part of the work that this work was translated with the meticulous working of Father Romain, who was the manager of the School of boys of Language.

The historical process of the city was narrated starting from the foundation of Constantinople in 4th century until mid-18th century. The book, narrating the foundation stages of the city step by step, started with the determination of the settlement area, continued with the construction of the city walls and then all the developments, including the construction of living quarters, halls, and prayer halls, were presented chronologically.

When Constantine, who departed for a military expedition from Rome to Iran with his army, regretted the scene when he arrived in Byzantine city and he decided to stop over in the region to reconstruct this ruined city. Constantine gave up his idea of reconstructing the city by the guidance of Ofratis and started to build a new city equivalent to Rome. The works for aqueducts, houses, mansions, and truck gardens were added to the first works starting with the city walls in the region, named as Istanbul. The city was constructed even by considering the meeting areas built for earthquakes. There is detailed information on military buildings, bazaars and the shopkeepers in these bazaars as well as mosques, kulliyes (islamic-ottoman social complexes), turkish baths, palaces and inns, built after the Ottomans dominated the city. The Ottoman social structure was also mentioned in the work. It is an important source work for both the social structure between specified dates, architectural works, statesmen, and the classification of the merchants and the craftsmen as they are narrated from the perspective of a foreigner.

Keywords: Constantin, Mehmet the Conqueror, Istanbul, City Walls, Mosques, Kulliyes.

Giriş

Fransa Kralı XIV. Louis'nin Deniz bakanlığını yapan Comte de Maurepas'nın 1730 yılında verdiği emirle, Dil Oğlanları okulunda okuyan öğrenciler doğu edebiyatı ve tarihi ile ilgili, Fransızcaya çevrilmesinde yarar bulunan bütün eserleri ve belgeleri Fransızcaya çevirmişlerdir. Bu şekilde çok sayıda el yazması eser Fransızcaya kazandırılmıştır. Bu eserler halen BNF te bulunmaktadır. (Hitzel; Dil Oğlanları ve Tercümanlar, 1995, s. 95). Bu eserlerden biri de Louis Dantan tarafından okul yöneticisi peder Romain'in kontrolünde Fransızcaya çevrilmiş olan ve halen BNF'de Türkçe El Yazmaları bölümünde kayıtlı bulunan eserdir. Eserin başında, Louis Dantan tarafından Maurepas'ya 1734 tarihinde gönderildiğine dair kısa bir not bulunmaktadır. Bir tarafı Osmanlı Türkçesi, diğer tarafı ise Fransızca olan bu el yazması eser, Kadıköy'ün karşı kıyısında, Konstantiniyye şehrinin kuruluşu ile başlamaktadır. Fransızca bölümü aşağıdaki giriş satırlarıyla başlamaktadır:

Konstantiniyye'nin kuruluşu ve Osmanlı İmparatorluğu'nun başkentinin tasviri hakkında kitap; Paris'in Grek danışma konseyi üyelerinden ve Fransızca Dil Oğlanları

*Okulunun nâzırı, muhterem Peder Romain'in özenli çalışması ile Türkçeden çevrildi. Louis Dantan'dan, Konstantiniyye'ye, 1734.*¹

Zikr edilen eser Hezarfen Hüseyin Çelebi tarafından çok çeşitli kaynaklardan istifade edilerek yazılmış olan Tarih-i Devlet-i Rumiyye adlı eserden Fransızcaya çevrilmiştir. Hezarfen, bu eseri Lâtin ve Yunan târihlerinden ve bâzı kısımlarını da İslâm tarihlerinden iktibâs sûretiyle tercüme olarak yazmıştır. Müellif dibâcede bu eseri Girit seferi münasebetiyle yazdığından bahseder. Bu bilgi baz alındığında eserin 1669-1670 tarihlerinde yazılmış olduğunu gösterir. (İlgürel;1998, s.11)

Yeryüzünde bulunan kara parçalarının içinde bazı toprak parçaları vardır ki geriye kalan alanlardan çok daha değerlidir. Bu değerli topraklar üzerine sürekli şehirler kurulmuş, uğruna savaşlar verilmiş ve kan dökülmüştür. İşte bu şehirlerden biri de belki de dünya tarihi içerisinde en önemlisi İstanbul'dur. İki kıtayı birbirine bağlayan, Akdeniz ile Karadeniz'in birbirine kavuştuğu, boğazın iki tarafında yer alan konumu, havası ve korunaklı doğal limanları ile oldukça stratejik bir noktada bulunmaktadır. Hakkında çok sayıda kitap yazılmış, şiirler söylenmiş ve şarkılar bestelenmiş olan bu şehir, bulunduğu konum ve üzerinde kurulan medeniyetlerle değerini hep katlayarak artırmıştır.

Konstantiniyye kurulduktan sonra da birçok kez baskın, kuşatma ve iç ayaklanmalarla karşılaşmış yakılıp yıkılmış ve her seferinde yeniden inşa edilmiş bir şehir olmasına karşın, incelemiş olduğumuz eserde bu işgaller, ayaklanmalar ve özellikle Haçlı Seferleri sırasında gelen haçlıların yakıp yıkmaları ve yağmalamalarından hiç bahsedilmemiştir. Eserde sadece başlangıçtan itibaren yapılan binalardan ve onların yapıldığı tarih, yaptıran kişiler ve bilhassa Osmanlılar döneminde yapılanların, mimarî özelliklerinden bahsedilmiştir. Hezarfen Hüseyin Çelebi'nin kitabında vermiş olduğu bilgiler İstanbul ile ilgili yazılmış farklı kaynaklarla karşılaştırılmış olup bu bilgilerin bazılarının diğer kaynaklarda hiç zikredilmediği, bazılarının da özellikle Osmanlı İmparatorluğu dönemine ait olanların ise birebir aynı veya birbirlerini tamamlar nitelikte olduğu tespit edilmiştir. İncelememize dahil olan eserler kaynakçada belirtilmiştir. Orijinal metinlerden örnek bölümler seçilerek makaleye eklenmiştir. Bu metinlerden italik olarak düzenlenmiş olan bölümler Fransızca aslından çevrilmiş olan kısımlardır ve Türkçe metinlerle kıyaslanabilmesi için metinler peş peşe konulmuştur. Ayrıca

¹ TRAÎTÉ de la fondation de Constantinople, et description de cette capitale de l'Empire de Ottoman; traduit du turc par les soins du révérend Père Romain, de Paris, conseiller des missions de la Grèce, et préfet des jeunes de Langues de France. Par le sieur Louis Dantan; à Constantinople, 1734.

Fransızca el yazmasından matbu harflere dönüştürülmüş olan metinlerde dip not olarak verilmiştir.

Kuruluş

Ordusuyla Roma'dan, Acem şahı Şabur üzerine sefere çıkan Kostantin, Halkeronya'ya (Kadıköy) vardığında kadim Bizans şehrinin yakılıp yıkıldığını görür ve çok üzülür. Önce bu şehri tamir etmeyi düşünür, bunun için kendisine dönemin ünlü hekim ve astronomi bilgini Ofratis ile görüşmesi salık verilir. Ofratis, Kostantin'i karşı kıyıyı görmeye götürür ve bu bölgeyi görünce Kostantin hayran kalır, bulundukları alan havası ve limanıyla muhteşem bir yerdir. Şehri tamir etmekten vaz geçip yeni bir şehir kurulmasına karar verir. Bu iş ile de Ofratis'i görevlendirir. Roma'dan getirtilen mimar, mühendis ve ustalar ile Milâdî 324 senesinde Roma'ya eş değer, surlarla çevrili, insanların her türlü ihtiyacına cevap verecek binalarıyla bir şehir kurulur.

Rub'-i meskûn-ı 'âlem içre sevâd-ı â'zam, vasveyleye kal u beyanı âdem olan Şehr-i Kostañtiniyye vaz'-ı esâs eyleyüp taht-kâh iden Kostañtin kayşer'dır. Roma'danki hâlâ kıvıl elma dimekle meşhur şehirden çıkup Şâbûr nâm 'Acem Şâhı üzerine sefer itmek kaçdıyla, Anadolu'ya geçerken Halkedonya didikleri şehire ki hâlâ Kağı Köyi dimekle ma'rufdur, anda konup muqaddemâ ol şehri 'acemler harâb eylemiş görüb ta'mirine fermân eyledi. Ol eyyamda Kağı Köyü'nde ekâbirden bir üstad-ı hekîm ve müneccim var idi. Adına Ofratis dirler idi. Kostañtiniyye hüsn-i ta'birıyla "şehir binâsı Vizantiyon'un yerine yapılması dađi münasip görünür" dedik de Kostañtin İstabul tarafına geçüp hevası laîf ve limânı bî-mişâl ve şehir olmağa münasip görüp binasına karar verdikten sonra, mühimmat-ı binâya mübaşeret ve etraf-ı kalem-revleri olan emsâr ü bilâda evâmir gönderüp, üstâd-ı mühendisîn ve mâhir bennâlar cem' idüp, hâzır ve âmade olduktan sonra Milâd-i 'İsâ'nın üçyüz yirmi dördüncü senesinde on sekiz mil ihâta ider müsellesü's-şekl ki her dıl'ı altışar mîl ve yirmi dört kapu olmak üzere ki on sekizi deryâ tarafında ve altısı kara tarafına açıla deyü tenbîh eyledi ve hışâr-ı metîne vaz'-ı 'esas eyleyüp binasına mübaşeret eyledi ve mezkûr Frantiş hekîm harc ü havayice ta'yîn idüp mu'temed nasb eyledi.

İmparator Konstantin, İran'da hüküm süren kral ile savaşmak için yaşadığı Roma'dan yola çıktı. Büyük ve adil olan bu kral Asya'da bir köyden geçerken, çok hoşnut kalmaz, bu yerin güzelliği karşısında birkaç gün kamp kurup dinlenmek veya buraya yerleşmek ister. Burası Persler tarafından harap edilmiş, ünlü Halkedion şehridir. Bu sevimli şehrin eskiden ne kadar ihtişamlı olduğunu fark etmiştir. [Bu kenti eski haline getirmek ister] böylece Konstantin'e o dönemde planlarını en uygun şekliyle gerçekleştirmek için kendisine ünlü bir doktor ve astrolog tavsiye edildi. Eğer denizin karşısında, Bizans kalıntılarının üstündeki Halkedion ile karşı karşıya gelecek ve kendi adıyla anılacak, adını ölümsüz yapacak bir şehir kurmak istiyorsa doktorun öğüdünü dinlemeliydi. İşe başlamadan önce onu takip etti; Doktor, denizi geçti ve Bizans harabelerini incelemeye gitti. Orada yerleşime müsait muhteşem bir yer, hoş bir liman ve sağlıklı bir hava ile karşılaştı. Akdeniz ve Karadeniz gibi iki denizin birleştiği bu noktada dünyanın en önemli şehirlerinden biri kurulabilirdi; bu nedenle, bu şehri kurmayı kendine amaç edindiği gibi yapmak için gereken en uygun hesaplamaları da yaptı. İtalya'dan işin erbabı mimarlar ve işçiler getirtti. Ustalıklarını göstermelerine, hiçbir zorluğun onları engellememesi için ihtiyaç duyabilecekleri bütün malzemeleri sağladı. İsa'dan sonra 324 yılında şehri inşa etmeye başladı. Şehrin çevresine alanın imkân sağladığı şekilde üçgen sur yaptı. Üçgenin her bir kenarı eşit olarak altı mil uzunluğundaydı. Surun, on sekiz tanesi deniz tarafında altı tanesi de kara tarafında olmak üzere yirmi dört kapısı vardı. Doktor Ofratis adındaki bu kişiyi malzeme sorumlusu yaptı. Çalışmaktan kaçan paralı işçileri yeniden çalıştıran da oydu.²

² L'Empereur Constantin, dans le voyage qu'il fit de Rome en perse pour aller faire la guerre au roi qui la gouvernoit et dont il avoit de grands et justes sujets de mécontentment en passant par un village en Asie qui lui plut infiniment, y voulut camper quelques jours pour admirer la beauté de l'endroit ou il etait situé; c'étoit Chalcédoine cette fameuse ville qui avait été si celebre et que les Persans avoient ruinée. Il trouva cet endroit si charmant, qu'il resolut de lui rendre son ancienne splendeur; mais dans le temp qu'il prenoit les mesures les plus convenables pour exécuter son dessein, un fameux medecin et astrologue lui conseilla, s'il vouloit batir une ville qui pût immortaliser son noms, de la batir de l'autre côté de la mer vis à-vis Chalcédoine, sur les débris de Byzance. Constantin, après avoir fait ses réflexions sur le conseil de ce Docteur, le suivit; il passa la mer, et alla examiner les ruines de Byzance. Il trouva effectivement que cet endroit étoit délicieux, que sa situation et son port étoient admirables, que l'air y étoit très-salutaire, et qu'il pouvoit faire là une des villes les plus celebres du monde, principalement par rapport à la jonction de deux mers, Blanche et Noire; Il prit pour cet effet les mesures les plus convenables pour la faire telle qu'il se proposoit de le faire. Il fit venir d'Italie les plus habiles architectes et ouvriers qui s'y trouvèrent. Il assembla tous les matériaux dont ils pouvoient avoir besoin et sans s'arrêter aux difficultés, qui se presenterent, il la fit commencer l'an de Jesus Christ trois cens vingt quatre. (J.C. 324) Il la fit faire triangulaire comme la situation du lieu le demandoit, chaque du triangle de six milles; il ordonna qu'elle eut vingt quatre portes, dix-huit du côté de la mer, et six du côté de la terre. Il fit le docteur Offratis, dont nous venons de parler intendant de la fabrique. Ce fut à lui qu'il fit remettre les fonds qui y furent employés.

Kostantin bu şehre kendi adını verir ve Avrupa'nın birçok kentinden tüccarlar, zenginler ve oraya yerleşebilecek ne kadar insan var ise burada yaşamaya davet eder. Annesi Helen'in Kudüs ziyaretinden oğluna hediye etmek için getirdiği Hz. İsa'nın gerildiği çarımh ve çivileri bir hücrede koruma altına aldırır. Bu kutsal dinî eşyaların saklandığı hücrenin yerinin belli olması için üzerine bir Kırmızı Dikili Taş'ı Tavuk Pazarı diye anılan meydana diker. Böylece kısa sürede Kostantin şehri kurulmuş olur.

Bundan başka Yunanistan'da bir puthânede bulunan birbirine sarılmış üç başlı ejderha heykelini At Meydanı diye anılan yere diktirmiştir. Arkasından gelen kayserlerden 5. Levandianus, şehrin su sorununu gidermek için Halkalı'dan kente kadar oluklu su kemerleri yaptırır. Miladî 399 senesinde 8. Kayser Sardusysus, dört köşeli ve tek parça olan bir taş Roma'dan getirterek At Meydanına diktirir. Daha sonra tahta geçen 9. Arkadius'un oğlu Sardosysus ise Miladî 412 senesinde Avret Bazarına beyaz mermerden ve üzerinde devlet erkânı ve ordu ile ilgili tasvirlerin yer aldığı, şehri kötülüklerden koruduğuna inanılan tepesinde melek heykeli bulunan, muhteşem bir dikili taş yaptırdı. Ancak bu tılsımlı taş Hicrî 1118 (1706) senesinde meydana gelen bir depremde yıkılmıştır. Şehrin birçok yerine kurulan bu taşların altında herhangi bir şey saklanmamış ancak salgınlar, afetler ve savaşlardan korumalarına inanıldığı için dikilmiş birçok taş mevcuttur.

17. Kayser İyüstinianus, miladî 519 senesinde Büyük Ayasofya'nın temelini attırmış ve 16 yılda tamamlanmış olan bu kilisede 535 senesinde Hristiyanlar ibadete başlamışlardır. 918 sene boyunca bu şekilde ibadet edilmiştir. Eserin buraya kadar olan tarihleri miladî olarak verilmiş ve son olarak 1453 tarihinde, Osmanlı Sultanı Muhammed Han tarafından Kostantiniyye'nin fetih edildiğinden ve o gün itibariyle Ayasofya'da ilk namazın kılınmasından itibaren cami olarak kullanılmaya başlandığından bahsedilmektedir.

On yedinci İyüstinianus nâm kayşer milad-ı hâzreti 'İsâ'nın beş yüz on toktuzuncı senesinde şubatın yirmi üçüncü gününde Ayâşofya-ı Kebir'in binâsına vaz'-ı esas eyleyüp on altıncı yılda itmâmı müyesser olup ismini Ayâ-şofiya tesmiye eyledi Ayâ-şofya demek lisân-ı Yunânide "Hâzreti Allah'ın hikmeti" demektir. Milâd'ın beş yüz otuz beşinde Âyîn-i din-i İsa üzere 'ibâdete şürû' eylediler. Sene-i Şemsiyye hesâbı üzere toktuz yüz on sekiz sene nâsarâ 'ibâdet edüp ba'dehu Milad'ın bin dört yüz elli üç sâlı ki târih-i Hicret'in seba' ü hamsîn vü semâne mi'e senesiydi. Cemâdü'l-âhiriñ yirminci gününde Ebü'l-feth ve'l-

mağâzî merhûm sultân Mehemmed Hân Ğâzi Kostañtiniyye'yi feth edüp, ol ma'bed-i kadîm ve 'azîm cami' -i lâmi'ü'n-nûr, şebîh-i beytü'l-ma'mûr, ümmet-i Muhammed'e naşîb olup hâlâ Müslümânlar leyl ü nehar tâ't ve 'ibâdet-i Bârî ve cenâb-ı Hâzreti Vehhâb'a tâzarru' ve zârı kılurlar.

İsa'dan sonra beş yüz on dokuz senesinde, on yedinci imparator Justinien, ünlü Azize Sofia kilisesini yaptırmaya başladı: Bu yapının bitirilmesi on altı yıl sürmüştür. Esere verilen Sofia adı "Tanrının bilgisi" demektir. Beş yüz otuz beş yılında Hristiyanlar bu muhteşem ibadethanede ibadete başladılar ve bu İsa'dan sonra bin dört yüz elli üç senesine kadar, dokuz yüz on sekiz yıl aralıksız devam etti. İsa'dan sonra bin dört yüz elli üç senesinde yani Hicri sekiz yüz elli yedi, Cemaziü'l- ahirin yirmisinde Fatih Sultan Muhammed Konstantiniyye'yi feth etti. Ve aynı gün Müslümanlar Sainte Sophie kilisesinde ibadet ettiler, sonrasında da orada ibadet etmeye devam ettiler.³

Fetih ve sonrası

Kostantiniyye'nin Türkler tarafından feth edilmesinden sonra anlatımdaki ilk değişiklik tarihlerin verilmesinde olmuştur. İlk bölümlerde milâdî olarak verilen tarihler, hicrî olarak verilmeye başlanmıştır. Şehrin ismi de değiştirilerek İstanbul olarak anılmaya başlanmıştır. Fetihle beraber kentin mimari yapısında da değişimler olmaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren padişahların ve ekâbirin yaptırdığı camiler, imaretler, okullar ve hastanelerden bahsedilmeye başlanır. Önce Hicrî 861 (1456) tarihinde, büyük Karaman ve küçük Karaman olarak adlandırılan Havariyyun kilisesinin bulunduğu alana, Sultan Muhammed Camii yaptırılır. Bu caminin tasviri yapıldıktan sonra ortasına yapılan şadırvandan ve yine dördü kuzey tarafında dördü de güney tarafında olmak üzere sekiz binadan oluşan ve Sahn-ı Semân diye adlandırılan okullardan bahsedilir.

Ba'dehu Sekiz yüz altmış yedi Cemadiyü'l-ahire'de Büyük Karamân ile Küçük Karaman'ın miyânında Kayaşire-i Rûm'dan bânî-i İstambul Kostañtin'in binâ

³ L'An de Jesus Christ cinq cens dix neuf, (519) Justinien, dix-septième empereur, fit commencer la fameuse fabrique de Sainte Sophie: elle ne fut finie qu'en seize ans de terms; ce nom de Sophie qu'on lui donna, signifie sagesse de Dieu. L'an cinq ans trente cinq (535) les chrétiens commencèrent à faire leurs prières dans ce temple magnifique; ils l'ont possédé jusqu'à l'an de Jesus christ mil quatre cens cinquante trois (1453) et ils l'ont eu pendant neuf cens dix huit ans. L'An de Jesus Christ mil quatre cens cinquante trois et de l'hégire huit cens cinquante sept le vingtième de djomazi ul-akher, le victorieux Sultans Muhammed conquiert Constantinople et dès le même jour les musulmans prirent possession de Sainte Sophie, et commencèrent à y faire leurs prières.

eylediği Havâriyyûn nâm keniseyi hedm idüp yerine Sultân Mehemmed Câmi'-i Şerîfi vaz'-ı esâs eyledi. Cami'-i mezbûruñ vasaatı, kubbe-i kebîr olup etrâfında bazı nîm- kubbe ve bazı kubbe-i tâmmeleri kırmızı şomaķi mermer sütunlar üzere binâ olunmuşdur. Ve birer şerefelü iki minâre vaz' olunmuştur. Ve câmi'-i hâreminin etraf-ı erba'sı yirmi 'alî kubbe olup vasaatında bir şadırvân vaz' olunmuşdur. Şubh u şâm cemâ'at-ı müslimîn abdesti ol şadırvânda alup cenab-ı hâzeti Vehhâb'a 'ibâdet ve tazarru' ve zârî kılurlar. Ba'dehu haremnden hâric Şahn ta'bîr etdikleri havlunun sekiz kapusu vardır. Ve Şahn'ın taraf-ı şimâlisinde dörd medrese ve taraf-ı cenûbîyesinde daħi dörd medrese binâ olup, mecmu'una Şahn-ı Semâniye derler ve her dörd medresenin verâsında Tetimme ta'bîr ederler iki kıt'a medrese daħi vardır. Her birisi dörder bölük takşim olunmuştur. Ve her kısmı onar hücredir bunların sebeb-i binâsı tâlib-i 'ilm olanlar, ol oçalarda tekmîl-i fûnûn-ı şettâ itdikten sonra medreseye getürüp danışmend iderler.

Hicri sekiz yüz altmış yedi senesinde Cemaziye'l- ahir ayında, Sultan Muhammed, büyük ve küçük Karaman arasında bir Rum imparator tarafından yaptırılmış olan kiliseyi camiye çevirtti. Harap olmuş bu binayı, büyük bir ödeme ve muhteşem eklentileriyle yeniden yaptırarak kendi adını verdi. Büyük bir sanat eseri olarak oldukça yüksek ve sağlam bir kubbe yapıldı, bu kubbeyi destekleyen kolonlar, yarım kubbeler ve onları destekleyen kolonlar ve caminin bölümleri mimarlarının mesleki becerileri için yeterince güzeldi, birer şerefeli iki minareye sahipti. Cümle kapısının karşısında, özel bir avluda, yirmi adet kubbesi ve kemerleriyle bina olunan hücrelerin tam ortasında bir adet kubbeli şadırvan ve abdest çeşmeleri vardır. Bu caminin avlusunda sekiz kapı mevcuttur. Bu avlunun kuzey tarafında, özellikle hocaların kalması mümkün olmayan dört tane okul vardı. Bir o kadar da güney tarafında vardı. Bu sekiz akademik yapının tamamı Sahn Semaniye diye adlandırılmakta ve bunlar dördü bir tarafta dördü de bir tarafta birbirini tamamlayıcı olarak ayrılmaktaydı.⁴

⁴ L'An de L'Hegire huit cens soixante sept (867) dans le mois de dgomazi ul- akhir (cemaziyel ahir), Sultan Muhammed convertit une eglise des chrétiens qui avoit été bâtie par un empereur grec entre le grand et le petit Caraman la convertit en mosquée, en vice mosquée qu'il fit bâtir avec beaucoup de magnificence et de depense et à la quelle il donna son nom; elle est batie avec beaucoup d'art la grande coupole est d'une hauteur surprenante et très-hardiement batir; les colonnes qui la soutiennent sont d'une grosseur prodigieuse; les demi- coupoles les autres colonnes et parties de la mosquée ne sont pas moins admirables tant pour leur architecture que pour leur matière; elle a deux minaret, dont chacun a une gallerie, elle a enface de son portail une espèce de cloître voûté de vingt coupoles au milieu duquel il y a un fort curieux Jet d'eau au-dessous de ces coupoles sont des fontaines pour l'âbdest. La Cour de cette mosquée à huit portes. Du côté du septentrion de cette cour il y a quatre colleges pour instruire ceux qui n'ont pas le moyen de prendre des maîtres en

Bu okullarda okuyan çocuklar ve hocaları için yemek verilmek üzere bir imaret yaptırılmıştır. Karadeniz’e nazır bir hastane yaptırılır ve burada hastaların tedavisinin yanı sıra ilaç yapılması için de farklı odaların yapıldığı anlatılır. Bu hastanede sadece Müslümânlar ve fakir fukara değil yabancılardan da tedavileri yapılmaktadır. Yine bu hastanenin içinde akıl hastalarını tedavi etmek için avlusu şadırvanlı bir bölüm de mevcuttur. Akdeniz tarafına, şehir dışından gelen yolcuların, garibanların ve fakirlerin kalması için bir tab’hane diye adlandırılan bir bina yaptırılmıştır. Bu binada kalanların yemekleri de imarettten sağlanmaktadır. Ve burada kalanlar işleri bitene veya hastalıkları iyi olana kadar kalabilmektedir. Bütün bu binalar H. 875 (1470) yılında tamamlanmıştır.

Fatih Sultan Mehmet tarafından yaptırılan eserlerden sonra H. 903 senesinde Sultan Bâyezîd Hân tarafından yaptırılan bir camii ve günde bin kişinin yemek yediği imaretinden bahsedilir, yine aynı padişahın yaptırdığı medrese, sıbyan mektepleri ve hamamlar anlatılır. Bâyezîd Hân’dan sonra Sultan Süleymân’ın yaptırdığı eserlere geçilmiştir. Oğlu şehzade Muhammed ve babası Sultân Selîm için yaptırdığı camii ve imaretler, okullar, garibanlar için yaptırılan tab’hâne ve hamamlardan sonra H. 961 (1553) senesinde toplamda on şerefesi olan dört minareli muhteşem bir camii yaptırmıştır. Bu şerefelerin her biri Osmanlı padişahlarını temsil etmektedir. Kendisi onuncu padişaktır. Yine bu benzeri olmayan caminin çevresine yaptırdığı imaretler, hastaneler, okullar ve tab’hâneler ile bir de tıp eğitimi verecek bir medrese inşâ ettirmiştir.

Sultan Süleymân’ın yaptırdığı eserler arasında suyunu uzak mesafelerden yüksek kemerler ile getirttiği kırk çeşmeler, Haseki Sultân adına yaptırdığı camii ve külliyesi, kızı Mihrimâh Sultân için Edirne Kapıda yaptırdığı camii, medrese, hamam ve sair eserlerin sekiz yılda tamamlandığı zikr olunmaktadır.

Yaptırdığı eserlerden bahsedilen son padişâh Sultan Ahmet’tir. At Meydanında H. 1017 (1608) yılında altı minareli bir camii yaptırmıştır. Bu minarelerden dördü üçer, ikisi ise ikişer şerefelidir. Bundan başka bimâr-hâne, hamam, medrese, sıbyan mektebi ve garibanlar ile misafirler için bir han yaptırmıştır.

Kitapta ismi geçen kayser ve padişahlar bunlardır, arkasından yine İstanbul’un imarına katkı sağlamış olan padişah anneleri ve eşlerinin isimlerinden bahsedilmektedir. Şâh Sultân,

particulier; il y en a autant du côté du sud. On appelle ces huit académies prises ensemble Sahn Semaniyé, et les quatre d’un côté, prises séparément de celles de l’autre côté, tetimméh

Aişe Sultân, Hadîce Sultân, Gevher Hân Sultân, Siyâvuş Paşa Sultân, nev Fâtma Sultân, İsmihân Sultân ve diğer Fâtma Sultân zikrolunan sultanlardır. Bunların içinde sadece H.1071 (1660) senesinde Vâlide Sultân'ın Bahçe Kapı yakınında yaptıрмаğa başladığı ve 1074 senesinde tamamlanan eşi benzeri olmayan bir camiinin tasviri yapılmıştır.

Daha sonra Mısırlı tüccarların emtiyalarını korumak amacıyla yaptırılmış olan iki katlı bir çarşıdan ve batı ile güney taraflarına sıralanmış dükkânlardan oluşan üstü kubbeli kapalı çarşı yaptırılmıştır, bu binaların yapımı için üç bin sekiz yüz elli kese sarf olunduğundan bahsedilmektedir.

İstanbul'da birçok eser yaptırmış olan vezirler, şeyhu'l-islâmlar, kadılar ve devlet adamlarının bazılarının isimleri de zikrolunduktan sonra bahsedilen eserlerin haricinde şehirde bulunan cami, mescid ve tekke gibi binaların evsaflarına göre sayıları verilmiştir. Buna göre: Sultan adına hutbe okunan yüz elli iki camii, yedi yüz elli mescid, yüz civarında hadis okulu, yüzden fazla tekke ve zâviye mevcuttur. Şehrin ortasında sekiz kubbeli, iki bölüm halinde bezestân yapılmıştır. Burada tüccarların ve halkın değerli taşları ve paraları korunmaktadır. Yine İstanbul'da iki yüz elli üç Müslüman mahallesi, yirmi dört Hristiyan mahallesi vardır. Olağanüstü durumlarda özel vergi vermekle mükellef avâriz ailelerine ait iki bin dokuz yüz yetmiş yedi hane mevcuttur. Şehirde yaşayan Yahudiler ise kendilerine ait olmayan bin iki yüz elli beş evde ikâmet ettiriliyorlardı. Bu binalar dışında yetmiş iki adet hamam vardır.

Yukarda bahsedilen binaların dışında şehirde çok sayıda esnaf vardır. Bunların alfabetik olarak sıralanışı ise şöyledir. (Bu sıralama Arap alfabesine göre yapılmış olduğundan hem Türkçe hem de Fransızca yazılışlarında farklılık vardır.) Sıralamada önce alfabedeki harf yazılmıştır, örnek verecek olursak; Harfû'l-Elif: etmekçiler, aşçılar, arpacılar, eğerciler, otlukcular, eskiciler, iplikçiler, ekiciler, iğneciler, ipekçiler, okcılar, afyoncular. Harfû'l-bâ: bakkallar, bâşçılar, paçacılar, pasdırmacılar, peştimalcılar, bezirciler, berberler, bezzâzlar, bakırcılar, boyacılar, basmacılar, paracılar, balmumcılar, barutcular, börekçiler, bıçakçılar, bozacılar, burgucular, poğaçacılar, pabuç dikiciler gibi. Liste bu şekilde “yâ” harfine kadar gitmektedir. Bu dükkânların toplamı otuz iki bin yüz ellidir. Sûr dibinde bulunan bahçe ve bostanlarda yetiştirilen sebzeler bütün İstanbulluları besleyecek yeterlidir.

Bu bilgilerin akabinde kitapta bu kez de yeniçeriler için yapılmış odalardan bahsedilmektedir. Şehzâde Camii yakınında yapılmış olan eski odalar diye anılan altmış bir

oda ve Sultân Muhammed Cami yakınında yaptırılmış olan yeni odalar diye anılan yüz otuz beş oda vardır. Ve yine eski odalar yakınında Divân yolunun iki tarafında acemi odaları diye anılan otuz iki mükellef bina mevcuttur.

Bu şehir-i ma'murenin dâhilinde Yeñiçeri oğaları demekle ma'rûf iki mevzi'de sûrmânend oğaları, (vardır). Eski oğalar Şehzâde Cami' kırbünde altmış bir oğadır. Her oğanın kapısı ruhâmdan ve divarları kâşîden müzeyyen ve dâhilinde müteverrid oğalar ve her birinde çinî ve mâṭbaḥ ve sâ'ir olur levâzımıyla ma'mûrdur ve Sultân Meḥammed Cami' kırbünde Yeñi oğalar demekle meşhûr yüz otuz beş oğa vardır. Bunların daḥi mükellef kapuları mermerden ve divarları kâşîden ve derûnında müteverrid oğalar ve şeh-nişînler vardır ki her biri sarây-mânenddir. Ve bunlara mülâşık Et-meydanı demekle ma'rûf bir meydân vardır ki her gün anda oğalara ta'yîn olunan eti, tevzi' ve taksim iderler. Ve ol meydan başında bir büyük mihrâblı taş konulmuştur. Ekser eyyamda Yeñiçeri tâ'ifesi anda tûfengin alup ta'lîm iderler. Bu zıkr olunan Yeñiçeri oğaları her 'ıyd-ı şerifde dörd gün envâ'-ı ziynet ile oğaları tezyin iderler. Ve Eski oğalar kırbünde Dîvân-yolu'nun iki tarafında Yeñiçeri oğaları'na müşâbih otuz iki mükellef binâ olunmuş 'Acemi oğaları vardır.

*Konstantiniyye'de biri Şehzade Cami'nin yanında olmak üzere, yeniçerilerin ikâmet etmesi için yapılmış iki otel vardır. Bunların altmış bir adeti eski odalar diye bilinir, odaların her birinin kapısı mermerden ve içleri de çini döşemelidir. Binanın bir tarafında bütün odaların yeniçeri ağaları için ocaklar ve mağazalar vardır. Diğer otel ise Mehmet Sultan camisinin yanındadır ve yeni odalar diye anılır; bunlar da 135 odadır. Yine aynı şekilde bunların kapıları da mermerden ve duvarları çinidir. Başka bir yere yapılan binalar ise saraylar kadar muhteşem ve bir o kadar da büyüktürler. Bu son otelin yanında At-Meydanı (Fransızca çevirisinde Et Meydanı, At Meydanı olarak yazılmış.) denilen büyük bir meydan vardır. Orada yeniçeri odalarının et taksimatı yapılır, yine aynı meydanın üst kısmında yeniçerilerin talim yapması için bir taş vardır. Bahsettiğimiz bu odalar büyük bayramlarda, dört gün boyunca süslenir. Divan yolu diye adlandırılan yolun üzerinde eski odalar yakınında acem oğlanları için yapılmış otuz iki güzel oda vardır.*⁵

⁵ Il y a dans constantinople deux hôtels magnifiques pour la demeure des jannisaires l'un auprès de Chehzadé djamî où sont les anciennes odas ou chambres qui sont soixante une (61) la porte de chacune des chambres est de marbre et en dedans mes sont revêtues de porcelaine, à côté il y a d'autres chambres où il y a des

İstanbul surları içinde sultanların, vezirlerin ve bilumum ekâbire ait 1000 adet saray yaptırılmıştır. Yine surlar dâhilinde dışardan gelen tüccarların kalması ve getirdikleri eşyalarını korunaklı bir şekilde yerleştirmeleri için üstü kurşunlu ve kubbeli elli hân, ve daha iç kısımlarda yüzden fazla sağlam kervânsaraylar ve on iki binden fazla kişinin kalabileceği bekâr odaları mevcuttur. Yine İstanbul'da çok büyük bir liman mevcuttur, binlerce gemi buraya yanaşıp yolcu ve yük indirip ayrılır ve hiç bir izdiham olmaz. Yine gümrükte işler çok çabuk halledilmektedir.

Şiddetli depremlerin olduğu şehirde Rum Kayserleri tarafından yaptırılan sağlam dehlizlerden bahsedilmektedir. Çukur Bostanlar diye anılan bu bölgede daha sonra evler ve mescitler yapılmıştır.

Elimizdeki eserin son kısmında ise halkın kıyafetleri hakkında bilgi verilmiştir. Özellikle Yahudilerin kıyafetleri ve başlarına sardıkları sarıklar ile Müslümanlara benzemeleri rahatsızlık verdiği için Abdu'l-Kerîm Efendi H. 1002 tarihinde kırmızı takke takmaları konusunda emir çıkarttı, ancak H. 1008 tarihinde Kira diye anılan bir Yahudi kadının öldürülmesi üzerine bütün azınlıkların mor ve siyah çuhadan başlık takmaları ferman olundu.

Eserin sonunda Türkçe bölümünde 10 Zil-kade 1147 tarihi yazılmışken, Fransızca kısmının altında sadece 1734 tarihi vardır.

Kitabın kapağında bulunan kısa bir notta eserin Kont de Maurepas'ya gönderildiği ve orijinal metinden tercüme edildiği yazılmaktadır. Notun altında ise 4 Eylül 736 tarihi düşülmüştür.

Ṭâ'ife-i Yahûd sâbık nârenci destâr ile monlayane 'amâmeler şarınup taraf-ı nehârda bâ-ḥuşûş dide-i şâhib-i a'zarda kemâl-i iltibâs iḥsâs olunurdu bin iki târihinde vefât eden 'Abdu'l-Kerîm Efendi ki sultân Murâd Hân imâmı İdi, kırmızı çuka takkeler ile mümtâz olmalarına bâi'ş oldu. Bin sekiz târihinde kirâ dedikleri Yahûdiyye katl olunduğda, "Yahûd'ın kırmızı takyeleri tersane ḥalkının

cheminées et des magasins pour la commodité des janissaires, l'autre est auprès de la mosquée de Sultan Muhammed; ce sont là les nouvelles odas ou chambres; elles sont cent trente cinq,(135) les portes sont aussi de marbre et les murailles sont aussi revêtues de pour maines et à côté il y a d'autres batimens qui sont aussi grands et aussi magnifiques que des palais, auprès de ce dernier hôtel des janissaires; il y a une place nommée At-meïdan où l'on distribue la viande pour les odas des janissaires; il y a aussi au haut de cette place une pierre qui sert aux janissaires pour tirer au blanc; on orne les chambres des janissaires dont nous venons de parler, toutes les grandes fêtes, et ce pendant quatre jours, à côté des anciennes odas, dans le chemin appelé Divan Yoli, il y a trente deux belles chambres baties pour les adjem oghlans.

baratasına ve keferenin kırmızı yelkenleri Rûmeli dilâverleri kisvesine müşâbihdir” deyü bu mor ve siyah çuğadan olmak fermân olundu.

Fî- 10 zil-kade 1147 (1734)

Yahudiler Türklerin kullandıklarına benzer başlıklar takıyorlardı, öyle ki karanlıkta bir Yahudi ile Türk arasında ayırım olmuyordu, bin iki yılında Sultan Murad Han’ın imamı Abdul Kerim Efendi, farklı olması için Yahudilere kırmızı renkli özel bir başlık kullanmaları düzenlemesini getirtti. Ve bin sekiz senesinde Kira kadın diye anılan bir Yahudi kadın öldürüldü, Yahudilerin güvenliği için bundan sonra kırmızı başlık takmaları yasaklandı, çünkü tersane işçileri ve Yunanlılara benziyorlardı ve Rumelilerin taşıdığı renge benziyordu, her birisinin siyah başlık takması ferman edildi.

SON

Konstantiniye

1734⁶

Sonuç

İstanbul hakkında yazılmış çok sayıda eserden biri olan bu el yazması kitabın Türkçe kısmının transkripsiyon harfleriyle çevirisi ve Fransızca kısmının Türkçeye çevirisi tarafımdan yapılmıştır. Eserde geçen yapıların tarihleriyle ilgili farklı kaynaklardan da istifade edilmiştir, karşılaştırma yapılırken bazı tarihlerde farklılık olduğu tespit edilmiş ve bazı rivayetlerin farklı aktarıldığı gözlenmiştir. Bunun en önemli örneklerinden biri, Konstantiniyye’nin baş mimarı olarak zikr edilen Ofratis adına başka kaynaklarda rastlanmamıştır. Yine eserde geçen bazı binaların özellikle de Konstantiniyye döneminde yapılanların bu gün izlerinin tamamen silindiği bazılarının ise kalıntılarının kaldığı tespit edilmiştir. Ancak birkaç dikili taş ve Ayasofya hâlâ bütün ihtişamlarıyla korunmaktadırlar. Bazı eserlerin meydana gelen depremlerde yıkıldığı belirtilmiş, bazı eserlerin de özellikle

⁶ Les juifs pourtoient autrefois des coiffures semblables à celles des Turcs si bien que dans l’obscurité l’on ne pouvoit point distinguer un Turc d’avec un juif, l’an mil deux Abdul-Kérime Effendy, imam du sultan Murad Khan les fit distinguer par une coiffure particulière que l’on ordonna être de couleur rouge, et l’an mil huit que l’on fit mourir une certaine dame juive appelée Kera, l’on déffendit aux juifs de porter dorénavant des bonnets rouges, parce qu’ils ressembloient à ceux des officiers de l’Arsenal, et aux Grecs de porter ceux qu’on leur avoit permis jusqu’à l’alors, porter parcequ’ils ressembloient à ceux des troupes de Rumélie, et l’on donna ordre qu’ils portassent les uns et les autres des bonnets noirs.

FİN

Constantinople

1734

kiliselerin daha sonra camiye dönüştürüldüğü bilgisi verilmiştir. Hezarfen Hüseyin Çelebi'ye ait olan bütün eserler batılının her zaman ilgisini çekmiş, yaşadığı dönemde İstanbul'da bulunmuş birçok elçi, sanatçı ve ilim adamı Osmanlı hakkında yazdıkları kitaplarda onun eserlerini kaynak olarak kullanmışlardır. Bunların içinde Hammer, Babinger, Flügel ve Cantemir gibi tanınmış isimler mevcuttur. Hezarfen'e ait olan " Tenkih-i Tevarih-i Mülük" (Dünya Tarihi) ve "Telhisü'l-Beyan fi Kavanin-ı Al-i Osman" (Osmanlı Tarihi) adlı önemli tarih eserlerinin her ikisinde de yukarıda bahsettiğimiz bölümün mevcut olduğu tespit edilmiştir. Ancak Dünya tarihinde daha detaylı olarak anlatılan Roma Devleti'nin kuruluşu Osmanlı tarihi'nde özetlenmiştir. Fransızca'ya çevrilen bölüm de Telhisü'l-Beyan'dan alınmış ancak bazı bölümler çıkarılmıştır.

Çeviriyi Maurepas'ya gönderen Louis Dantan hakkında hiçbir bilgiye ulaşamamıştır, ancak Hitzel'in bahse konu kitabında Dil Oğlanları okuluna öğrenim için gönderilmiş başka Dantan'ların varlığından bahsedilmiştir. Yine aynı dönemde büyük elçi olarak görev yapmış olan bir Dantan'dan bahsedilmektedir. Bu okula seçilerek gönderilen öğrencilerin genellikle aynı ailelerden seçildikleri göz önüne alınırsa Louis Dantan'ın aynı aileye mensup olabileceğini tahmin edebiliriz.

Kaynakça

- Bilgili, Ahmet Emre, (2015), “*Şehir ve Kültür İstanbul*”, Profil, İstanbul.
- Dantan, Louis, (1734), “*TRAITÉ de la fondation de Constantinople, et description de cette capitale de l’Empire de Ottoman*” BNF, Supp. 889, Paris.
- Hitzel, Frédéric, (1995), “*Enfants de langue et Drogmans, Dil Oğlanları ve Tercümanlar*”, YKY, İstanbul.
- İlgürel, Sevim, (1998), “*Hezârfen Hüseyin Efendi Telhîsü'l-Beyân fî Kavânîn-i Âl-i Osmân*”, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Kanar, Mehmet, (2009), *Osmanlı Türkçesi Sözlüğü 2 Cilt*, SAY Yayınları, İstanbul.
- Kuban, Doğan, (1996), *İstanbul Bir Kent Tarihi-Bizantion Konstantinopolis İstanbul*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul.
- NTV yayınları, (2010), “*İstanbul Ansiklopedisi*”, Doğuş Grubu İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Yurdakul, Doğan, (2011), *Güncel Fransızca Türkçe Büyük Sözlük*, Kurmay Basın Yayımlar Dağıtım, İstanbul.

TÜRK MASALLARININ YABANCILARA TÜRKÇE ÖĞRETİMİNDE KULLANIMI USE OF TURKISH TABLES IN TURKISH TEACHING FOR FOREIGNERS

Öğr. Gör. Meral DOĞRU

Selçuk Üniversitesi, Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi
Selçuk University, Turkish Language Teaching Application and Research Center
meraldogru@selcuk.edu.tr

Özet

Dil, insanlar arasında iletişimi sağlayan ve topluma ait olan her türlü kültürün taşıyıcısıdır. Dil öğretimi demek sadece dil bilgisi anlatmak demek değildir. Dille birlikte kültür, folklor, edebiyat, müzik vb. her alandan yararlanmaktır. Dil öğretiminde eğer kültür aktarımı yapılmazsa dil öğretimi tamamen eksik kalır. Özellikle Türk Halk Edebiyatının önemli ürünlerinden masallar, türküler, maniler, destanlar, bilmeceler, fıkralar, halk hikâyeleri, efsaneler de kullanılmaktadır. Çünkü bir dili öğrenmek ve o dili benimsemek için halkbilimi unsurlarına oldukça fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Edebiyatın içerisinde yer alan tüm türlerin hayatımızda ayrı bir önemi vardır. Bu türlerden bir tanesi de masallardır. Masallar tamamen içinden geldikleri toplumun kültürüyle, gelenek görenekleriyle yoğrulmuş, aynı zamanda o toplumun ahlaki ve kültürel kodlarını taşıyan sözlü halk ürünleridir. Türk kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında, devam ettirilmesinde önemli rolü olan zengin halk malzemeleridir (Sakaoğlu, 2002: 15). Kültürün temelini oluşturan değerleri anlatan masallar da yabancı uyruklu öğrencilere de öğretilmelidir. Bu çalışmada bize ait olan bu masalları unutturmamak hatta tüm dünyaya yayabilmek adına yabancılara Türkçe öğretiminde nasıl kullanacağımız üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yabancılara Türkçe Öğretimi, dil, masal.

Abstract

Language is the carrier of all kinds of culture that belongs to society and provides communication between people. Language teaching does not solely imply the teaching of grammar. Culture also benefits from every area such as folklore, literature, music, etc. along

with the language. If culture is not transferred in the language teaching, it is completely deficient. In particular, such important products of Turkish Folk Literature as fairytales, folk songs, poems, epics, riddles, anecdotes, folktales and legends are also in use because there is a great need for folklore elements for learning and adopting a language. All kinds of literature have a particular importance in our life. One of these kinds is fairy tales. Fairy tales are oral folk products that are mixed with culture of a particular society and its customs and traditions and which carry moral and cultural codes of that society. Rich folk materials play an important role in the transfer of Turkish culture to next generations and its continuous use (Sakaoglu, 2002: 15). Fairytales which describe values that form the basis of culture should also be taught to foreign students.

In this study, it is emphasized how we will use our fairytales in teaching the Turkish language to foreigners in order not to let forget those fairytales and even spread them all over the world.

Keywords: The Teaching of Turkish Language to Foreigners, Language, Fairytale.

Giriş

Dil o milletin temelini oluşturan değerlerin başında gelen kültürüyle, yaşayışıyla, örf adetleriyle var olmuş, kültürün şekillenmesinde önemli bir rol üstlenmiş araçtır. (Doğru, M. 2016:). Dil, insanlar arasında iletişimi sağlayan ve topluma ait olan her türlü kültürün taşıyıcısıdır (Doğru, M. Kaplan, H. 2017: 229). İnsan dil ile düşünür, dil ile üretir, dil ile kendisini ifade eder. Konfüçyüs'ün “Bir milleti yok etmek istiyorsanız işe önce dil ile başlayın.” sözü de dilin önemini en iyi şekilde açıklamıştır. Bu kadar önemli olan iletişim aracını sadece o dili konuşan milletler değil; aynı zamanda başka milletlere de okutmak, öğretmek, anlatmak gereklidir. Ancak o dili öğrenen kişiler o milleti ve o milletin yaşantısını daha iyi anlayabilirler. Bundan dolayı da yabancılara dil öğretimi gerçekten çok büyük önem arz etmektedir.

Çok dillilik ve çok kültürlüğün giderek önem kazandığı 21. yüzyılda yabancı dil olarak Türkçenin öğretimi daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Göde, H.A. Türkan, H.K. 2013: 163). Türkçe de son dönemlerde dünyanın dört bir yanında öğretilen öğrenilen bir dil olmuştur. Son yıllarda pek çok insan Türkçe öğrenmeye devam etmektedir. Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Yurt Dışı Türkler ve Akraba Toplulukları (YTB), Mevlana Değişim

Programları, İmam Hatip Okulları, Türk Diyanet Vakfı, İslam Kalkınma Bankası, Maarif Vakfı Okulları, Sivil Toplum Kuruluşlarının açmış oldukları okullar vb. aracılığıyla Türkiye’de ya da diğer ülkelerde Türkçe öğretilmeye ve öğrenilmeye devam etmektedir. Buralardaki asıl amaç da barış, ferah içinde yaşayan birbirinin kültürünü, dilini, yaşayışını, sanatını anlayıp onlara saygı gösteren bir toplum oluşturmaktır. Bu durum da dünya barışına katkı sağlayacaktır (Doğru, 2018: 28).

Yukarıda bahsettiğimiz farklı programlarla ülkemize gelen öğrenciler dışında daha iyi bir iş bulabilmek, farklı kültürleri öğrenebilmek, daha kültürlü olabilmek, farklı ülkelerde yaşayabilmek, ticaret yapabilmek, daha iyi bir eğitim alabilmek, askeri ve diplomasi sebeplerden dolayı, farklı milletten birisiyle evlilik yapabilmek, çeşitli sağlık problemlerini çözebilmek, mülteci olarak başka bir ülkede yaşayabilmek için vb. sebeplerle “Bir dil bir insan, iki dil iki insan” sözünden de yola çıkarak insanlar farklı dilleri öğrenmek için de ülkemize gelmektedirler.

Yabancılar Türkçe öğretmenin gerekliliği hususunda İşcan da fikirlerini şu şekilde dile getirmektedir: “Türkçe dünyada en çok konuşulan yedi dilden biridir. Türk firmaları Asya, Avrupa, Afrika firmalarının bazılarıyla yatırım yapmaktadır. Türkiye’nin Avrupa Birliğine girme süreci söz konusudur. Bunun yanında askeri, siyasi, ekonomik, sosyal nedenlerden dolayı Türkçenin önemi günden güne artmaktadır.” (İşcan, 2011: 33).

Yabancı dil öğretiminde akla ilk gelen şey toplumun maddi ve manevi varlığı ile yazılı ve sözlü değerlerini oluşturan sosyo-kültürel olgudur (Göde, H.A. Türkan, H.K. 2013: 165). Yabancı dil öğretiminde amaç bireylerin hedef dili en iyi şekilde öğrenebilmesini sağlamak ve hedef dili konuşan o kişilerle rahat iletişim kurabilmektir. Amaç o ana dili konuşan kitle gibi ya da onlara yakın şekilde kişinin konuşabilmesi, yazabilmesi, anlayıp dinleyebilme becerisini kazanmasını sağlamaktır. Bunu yaparken de o dili konuşan milletin diliyle birlikte kültürünü de öğrenmek gerekmektedir.

Türkçe öğretilirken yaşanan en büyük zorluk yabancıların Türk kültürüne çok uzak oluşudur. Yabancı dil öğrenen kişi o dilin, kültürün içerisine girmektedir. Eğer kültürü öğrenirse o milleti ve dili daha iyi anlamaya başlayacaktır. Bu kültürün en iyi taşıyıcıları ise edebî metinlerdir. Edebî metinler yabancılar Türkçe öğretiminde birer araç olarak görülmektedir. Edebî metinlerden halk kültürünün önemli unsurlarından biri olan masallar da aynı zamanda bir kültür aktarıcısıdır. Türk kültürü açısından da bakınca masal kavramının

köklü bir geçmişi olduğu görülmektedir. Masalların içerisinde dualar, beddualar, tekerlemeler, adetler, gelenekler, görenekler, milletin yaşam ve düşünce tarzları, tarihi, dünyaya bakış açısı, vb. her türlü kültürel unsurlar bulunmaktadır. Bu yüzden masalların yabancılara Türkçe öğretiminde ayrı bir yeri ve önemi vardır (Doğru, M. 2018: 28).

Dil öğretiminin de temel basamağında okuma, yazma, dinleme ve konuşma becerileri gelmektedir. Dil öğretimi demek sadece dil bilgisi anlatmak demek değildir. Dille birlikte kültür, folklor, edebiyat, müzik vb. her alandan yararlanmaktır. Dil bir kültürle, bir milletle, o millete ait her türlü folklorla var olmuş, gelişmiş ve gelişmekte olan canlı bir iletişim aracıdır. Yabancı dil öğrenen kişi anadilinin dışında başka bir dille ve kültürle de karşılaşmaktadır. Derslerde de öğrenciye, öğrenmiş olduğu dilin kültür ortamının da tanıtılması ve Türk kültür sistemi hakkında bilgi verilmesi varılmak istenen hedeflerden biridir. Çünkü bu malzemeler Türkçe ile Türk kültürü arasındaki bir köprü vazifesindedir. Folklor unsurlarına dair bir öğrencinin yeterli bilgisi olmazsa Türk milletini, mecazlı söyleyişleri, kinayeli ifadeleri de tam anlamıyla anlayamaz (Özdemir, C. 2013: 158-159). Kültürümüzü öğrenen öğrenci kendi ülkesindeki folklor ile bizim ülkemizi kıyas edecek ve bu konuda da düşüncelerini paylaşmaya başlayacaktır. Bu da öğrencinin konuşma yapabileceği en güzel ortamı hazırlamış olacaktır.

Dildeki kültürel unsurları en iyi şekilde aktaran toplumun düşünüş özelliklerini yansıtan ve değerlerin aktarımında önemli bir yeri olan folklorun da inceleme alanına giren masallar, efsaneler, halk hikâyeleri, bilmece, destanlar, fıkralar, edebi eserler içerisinde kullanılan o türe ait özel sözler, deyimler, atasözleri, türküler, şarkılar yabancılara Türkçe öğretiminde yer verilmesi gereken unsurlardandır (Doğru, 2016: 199).

Halk edebiyatının en önemli ürünlerinden biri olan masalların önemi geçmişten günümüze kadar hâlâ önemini kaybetmemiştir. Masallar, çocuğa ana dilinin, bir işçi elindeki âlet gibi nasıl kullanıldığını ilk öğreten, ona bu dilin kıvraklığını, zenginliğini ve inceliğini gösteren türdür (Boratav, 1958: 15). Bu çalışmamızda ele almış olduğumuz masallar yabancılara Türkçe öğretiminde kullanılacak en iyi malzemelerden biridir.

Sakaoğlu'na göre masal, kahramanlarından bazıları hayvanlar ve tabiatüstü varlıklar olan, olayları masal ülkesinde cereyan eden, hayal mahsulü olduğu halde dinleyenleri inandırabilen bir sözlü anlatım türüdür (Sakaoğlu 2010: 2).

Masallar tamamen içinden geldikleri toplumun kültürüyle, gelenek görenekleriyle yoğrulmuş, aynı zamanda o toplumun ahlaki ve kültürel kodlarını taşıyan sözlü halk ürünleridir. Türk kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında, devam ettirilmesinde önemli rolü olan zengin halk malzemeleridir (Sakaoğlu, 2002: 15). Böyle kültürün temelini oluşturan değerleri anlatan metinler yabancı uyruklu öğrencilere de öğretilmelidir.

Masalları orijinal haliyle öğrencilere okutmak mümkün değildir. Çünkü masallar içerisinde halk ağzı yer almaktadır. İçerisinde seviyeye göre öğrenilmeyen dil bilgisi konuları ve kelimeler yer almaktadır. Piyasada satılan masal kitapları ise genellikle başka dillerden Türkçeye tercüme edilmiştir. Bunları da yine yabancılara Türkçe öğretiminde kullanmak mümkün değildir. Çünkü farklı bir millete ait masal, o milletin kültürünün izlerini taşıyacağı için bunu öğrencilere okutmak da uygun görülmemektedir. Bize ait olan bu masalları unutturmamak hatta tüm dünyaya yaymak adına mümkün olduğunca halk bilimciler ile yabancılara Türkçe öğretimi yapan araştırmacılar bir araya gelerek bu ürünleri okutabilir seviyeye indirgemeye çalışmalıdırlar (Doğru, M. 2018: 33-34).

Yabancılara Türkçe Öğretiminde Masalların Yeri Ve Önemi Nedir?

- Türk kültürünü öğrenen yabancı uyruklu öğrenci kendi kültürüyle Türk kültürünü karşılaştırır hale gelecektir. Kültürel benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyacaktır.
- Yapılan çalışmalar sonucunda öğrencilerin hayal dünyalarının gelişmesi ve Türkçe düşünebilmelerinde masalların etkisi çok büyüktür (Ayhan, M.S., Arslan, M, 2014: 550).
- Öğrencilere okuma, yazma, dinleme, konuşma ve dil bilgisi becerileri öğretilmektedir. Dil bilgisi öğretimi de bir Türk'e ya da Türk Dili bölümlerinde okuyan öğrencilere anlatır gibi değil; sadece onların cümle kurarken kullanabilecekleri kadar öğretmek yeterli olacaktır. Çünkü yabancı uyruklu bir öğrenciye bizler dil bilgisi değil, dil öğretimi yapıyoruz. Yeni doğan bir çocuk asla dil bilgisi bilmez ve hiçbir şekilde dil bilgisi bilmeden konuşmaya başlar ve o şekilde konuşmasını devam ettirir. Dil bilgisi dil öğrenmede amaç değil, araçtır. Türkçedeki anlama ve anlatma zorluklarına yardım edebilmek, düzgün cümleler kurabilmek, doğru yazabilmek, konuşabilmek, kelime ve ekleri yerli yerince kullanabilmek için ihtiyaç duyulmaktadır. Kurallar öğretildikten sonra da hemen öğretilen konuyla alakalı günlük hayatta karşılaşılabileceğimiz cümleler kurulup dil bilgisi somutlaştırılmalıdır. Hatta bu konunun geçtiği edebi metinler sınıfa getirilip o konuya vurgu yapılmalıdır. Böylece öğrenci

hem edebi metni görecek kültür öğrenecek hem de dil bilgisi kuralını pekiştirmiş olacaktır. Edebi metin dediğimiz yardımcı materyallerden birisi ise masallardır.

- Yapılan çalışmalarda masalların kültür aktarımındaki etkisi %54.5'i "çok", %31.8'i "çok fazla" şeklinde açıklamışlardır (Ayhan, M.S., Arslan, M, 2014: 551).

- Bir dilin ruh halini yansıtan masallar, Türkçenin zengin kültürünün aktarımının yapılmasında ve Türk edebiyatının tanıtılmasında önemli bir role sahiptir. Öğrenci, masallar sayesinde Türk ahlâkına ait olan iyilerin ödüllendirilip kötülerin cezalandırılmasını öğrenecektir. Kişinin düşünce ve hayal dünyası gelişecektir. İyilik, doğruluk, dürüstlük, yardımseverlik, çalışkanlık gibi özelliklerin Türkler için ne kadar önemli olduğunu fark edecektir.

- Masalların içerisinde Türk'e ve Türklüğe dair her türlü bilgiye rastlanılmaktadır. Özellikle de ikilemeler, yansıma sözcükler, benzetmeler, deyimler, atasözleri, dualar, beddualar, eş anlamlar, zıt anlamlar vb. kavramlar masallar içerisinde çokça yer almaktadır (Derman, S. 2002). Bunlar ise aynı zamanda dilin, tarihin ve kültürün aktarıcılarıdır. Bu bağlamda da masallar yabancılar Türkçe öğretiminde gereklidir.

- Masalların içerisinde bir millete ait eleştiriler, şakalar, yaşam felsefesi o milletin olaylara bakış açısı, olayları yorumlayışı, milletin sinirlendiği şeyler, önem verdiği değerler mevcuttur.

- Masallar bir dilin özelliklerini, bulunduğu yörenin coğrafi özelliklerini, iklimini, yaşam şeklini, ahlakî ve dinî özelliklerini bünyesinde barındırır. Masal diğer edebî türlere göre biraz daha kısa, açık ve sade bir dil özelliği taşır. İçerisinde gerçek yaşama dair pek çok şeyler vardır.

- Masallar, dilin en güzel örneklerinden olup dil zevkini oluşturan en etkili türdür.

- Masallarda dil doğal ve yalındır. Anlatımda betimlemeler çok azdır. Dilin yalın olması da anlamayı kolaylaştırır. Masalın tamamında daha çok hareketli dil yani eylemler yer almaktadır. Bu hareketlilik de bireylerde heyecan oluşturur (Yavuz: 2009a).

- Masallar ilgi çekici özelliğinden dolayı derse canlılık katacaktır. Öğrencilerin derste sıkılmalarını engelleyecektir. Onların rahatlamalarına yardımcı olacaktır. Böylece dersin verimini artıracaktır.

- Öğretilen konunun tekrar edilmesi, pekiştirilmesi ve canlı canlı öğrencinin görmesi sağlanmış olacaktır.

- Masalın içerisinde işlenilmeyen bir dil bilgisi kuralı varsa öğrenci ön öğrenme gerçekleştirmiş olur. Bu da öğrenci için hem motive edici hem de eğitici olur. Masallardan özellikle de duyulan (öğrenilen) geçmiş zamanın öğretiminde yararlanılmaktadır. Masallar sayesinde öğrenciler masallarda yer alan formel kalıpları da öğrenmiş olurlar.

- Dersin daha eğlenceli, zevkli geçmesini sağlayacaktır. Dersin biraz daha ciddilikten uzak oyun havası içerisinde geçmesini sağlar. Bunun yanı sıra eğiticilik ve öğreticilik özellikleri de bulunmaktadır.

- Yabancı uyruklu öğrencilere Türk edebiyatının temel taşlarından birini öğretmiş olacağız (Yılmaz, 2014: 272). Öğrenci, Türkçesini halk edebiyatıyla geliştirmeye başlamış olacaktır.

- Zihinsel, kişisel ve dilsel becerilerin daha iyi gelişmesini, pekiştirilmesini sağlar. Dili kullanma yeteneğini geliştirir.

- Öğrencinin derse olan motivasyonu artırır ve öğrencinin daha çok isteklenmesini ve dikkatini toplamasını sağlar.

- Masal anlatan öğrencilerin Türkçe konuşma becerileri de çok çabuk hızlanacaktır. Masalların konuşma üzerine etkisi % 40.9, % 36.4 dinleme, %18.2 okuma, % 4.5 yazma becerisi üzerinde etkilidir (Karatay, 2007: 471).

- Öğrencinin ilk defa okulda karşılaştığı masallar ders materyali olarak da kullanılabilir.

- Öğrencilerin kelime hazinelerinin geliştirilmesinde, zenginleştirilmesinde veya yeni kelimelerin öğretilmesinde de kullanılmaktadır. Hiç duymadıkları hayvan, nesne, eşya ya da olay adlarını öğrenmeye başlar. Öğrenci masalı büyük bir zevkle okurken eğer içerisinde bilmediği bir kelime geçerse mutlaka o kelimeyi öğrenme ihtiyacı hissedecektir. Böylelikle de o kelimeyi kalıcı bir şekilde öğrenmiş olacak, sözel- dilsel zekâlarının da gelişmesine katkı sağlamış olacaktır. Çünkü bilinmeyen bir kelimenin anlamını önce cümle içerisinde düşünmek sonra araştırmak kelime öğrenmenin en kalıcı ve en verimli halidir.

- Yabancılar Türkçe öğretiminde en etkili yöntemlerden biri de tekrarlardır. Günlük hayatta kullandığımız bazı kalıplar masallarda defalarca kez tekrar etmektedir. Bu da öğrenilenin kalıcı hale gelmesini sağlayacaktır.

- Kelimelerin telaffuzunu düzgün çıkarmada ve dili daha pratik kullanabilmede etkilidir.

- Masalların başında, ortasında, sonunda yer alan tekerlemelerin kafiyesi de öğrencide dil zevkinin oluşmasını sağlar. Aynı zamanda öğrencinin harfleri daha rahat telaffuz edebilmesine yardımcı olur.

- Hayvan masalları da daha çok çocukların ilgisini çektiği için Yabancı uyruklu çocukların Türkçe öğretiminde daha etkili olacaktır. Hayvan masallarının dili diğerlerine göre daha da sadedir. Çünkü içerisindeki olay örgüsü çok azdır ve sürekli karşılıklı konuşmalar yer alır ve kısadır. Bu yalınlık ve sadelik de öğrencinin özellikle dinleme becerisini geliştirmektedir.

- Masallar, dil becerilerinin gelişmesinde pozitif yönde katkılar sağlar ve öğrenciyi motive eder (Ünal, 2005: 205).

- Öğrenci eğer sınıfta masalı canlandırırsa bu durum öğrencinin sosyalleşmesini ve iletişim becerilerinin de artmasını sağlar. Sosyalleşen öğrenci kendini daha rahat ifade edebilir, hayata daha büyük bir umutla bakar, beklemeyi ve sabretmeyi öğrenir. Kıskançlığın kötü bir şey olduğunu, dostluk kurmanın karşılıklı saygı ve sevgi ile olacağını bağışlayabilmenin, hoşgörünün ve paylaşımın ne kadar önemli olduğunu öğrenir (Şahin, 2011: 210). Canlandırma yapan öğrenci jest, mimiklere dikkat eder, vurgu ve tonlamaya da önem verir.

- Öğrencinin merak duygusunu öğrenme üzerine çekmekte faydalıdır.

- Çocukların olumlu davranışlar göstermesine katkı sağlar.

- Özellikle öğrencilerin anlama ve anlatma (konuşma) becerilerinin gelişmesini sağlar. Dinleme becerisi kazandırılmak istenen öğrencilere halk edebiyatı ürünlerinden masallar, şiirler ve türküler kullanılmaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin okuma becerilerine de katkı sağlayacaktır.

- Konuşma becerilerini geliştirmek adına öğretmen, öğrencilerinden okunulan ya da dinlenen bir masalı topluluk karşısında hazırlıklı ya da hazırlıksız anlatmasını ister (Temizyürek, F. Vargelen, H. 2016: 68).

- Öğrencilerin Türkçeyi doğru okuyup anlamalarını, daha akıcı şekilde konuşabilmelerini, doğru telaffuz edebilmelerini sağlar. Böyle yapan öğrenciler insanlar içinde konuştuğu için de kendine olan öz güvenleri artar.

- Masallar sayesinde öğretmen ile öğrenci arasında duygusal, samimi bir ortam, bir bağ oluşmaktadır.

- Masalların içerisinde zengin halk kültürü, yöresel ağızlar da yer almaktadır.

- Masalların içerisinde hem eğitici hem de öğretici ve öğüt verici unsurlar bulunmaktadır.

- Masalların sonu genellikle mutlulukla, iyilikle bittiği için yabancı uyruklu bir öğrenci masallar sayesinde Türklerin barışsever ve yardımsever bir millet olduklarını görecektir.

Masal Anlatılırken Nelere Dikkat Edilmelidir?

- Öğretmen bunu anlatmadan önce mutlaka bir ön hazırlık yapmalıdır. Hangi dil bilgisi kuralından sonra bu masalı kullanacak, masalda hangi kelimeleri öğretecek vb. kurallara önem vermelidir.

- Eğer anlatılan ya da okunan masala ait bazı görseller varsa bunlar öğrencilere gösterilip kafalarında olayı iyice somutlaştırmaya ve canlandırmaya çalışmalıdır.

- Masalın ne zaman anlatılacağına (dersin başında, sonunda ya da ortasında) öğretmen karar vermelidir. Genellikle de böyle halk edebiyatı ürünler dersten sıkılmaya başlamış olan öğrencilere dersin ortasında vermek daha uygun olacaktır. Böylece öğrenciler derse yeniden adapte olacaklardır.

- Anlatılan masallar mutlaka seviyelere göre uyarlanmalıdır. Bunu yaparken de masalın özünden çıkılmamalı, masalın orijinal zevki bozulmamalıdır.

- Seçilen metinler öğrencinin dil gelişimine katkı sağlayacak, öğrencinin hayal gücünü, yaratıcılığını geliştirecek Türkçenin güzelliklerini yansıtacak nitelikte olmalıdır.

- Okutulan masallar Türk halkının yaşayışını, kültürünü, adetlerini doğru yansıtacak nitelikte olmalıdır. Türkleri kötüleyen, aşağılayan, ya da Türk kültürüne ait olmayan adetlerin yer aldığı masallar olmamalıdır.

- Eğer masal tiyatral gösterilerle canlandırılacaksa bunun için gerekli olan ortam mutlaka sağlanmalıdır.

- Masal kahramanları eğer insan olursa öğrenci empati kurabilir. Bu yüzden daha çok kahramanların insan olmasına özen gösterilmelidir.
- Öğrencilerin masalları daha iyi anlayabilmeleri için de mutlaka görsellerle, karikatürlerle ve buna benzer canlandırmalarla, filmlerle desteklenmelidir.
- Masallar temel seviyelerde kullanıldığı gibi ileri seviyelerde de kullanılmaktadır.
- Temel seviyelerde okutulacak olan masallarda soyut kelimelere ve olaylara yer verilmemelidir.
- Sınıflarda yabancı uyruklu öğrencilere okuttuğumuz masalların dili sade, akıcı ve basit olmalıdır. Ağdalı bir dilin olduğu içerisinde bol mecazlı cümlelerin ve karışık yapıların yer aldığı bir masal kullanılmamalıdır.
- Okutulan masal sürükleyici ve ilgi çekici olmalıdır. Okur masalı okuduğunda kendi yaşantısından izler bulmalıdır.
- Masallar içerisinde ayrımcılığa yol açacak, küfürler içeren herhangi bir milleti yüceltip yükseltip diğer milletleri horlayan, aşağılayan, tahrik eden ifadelerin olmaması gerekmektedir. Örneğin; “Ne Arap’ın yüzü ne Şam’ın şekeri”, “gavur” vb...
- Masallar içerisinde öğrencinin dil hazinesine katkı sağlayabilmesi için yeni kelimeler bulunmalıdır. Bunun yanı sıra daha önceden öğrenmiş olduğu kelimelerin de pekiştirilmesi ve tekrar edilmesini sağlamak amacıyla yer alması gerekmektedir. Bu sebeple okutulacak masallar özenle seçilmelidir.

Masalları Derslerde Nasıl Kullanmalıyız?

Masalların yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde dilsel yetilerinin işlevsellik düzeyinin saptanmasındaki en önemli tanığı Türkçe öğretmenleridir (Ayhan, M.S., Arslan, M. 2014: 543). Bu yüzden bu öğretimi gerçekleştirecek olan kişi tamamen öğretmenin kendisidir.

Eğer bir kelime öğretimi yaparsak o kelimenin olduğu yer boş bırakılır, öğrencinin doldurması istenir.

Dil bilgisi öğretiminde kullanılacaksa kelimenin yanına gelecek ekin olduğu bölüm boş bırakılır, öğrencinin yazması istenir. Böylelikle öğrencinin yazma becerisi de gelişmiş olacaktır.

Anlamayı kolaylaştırmak için o masal sesli dinletilmelidir.

Masalın somutlaştırılması adına görsellerle desteklenmelidir.

Öğrenciye ödev olarak verilmelidir.

Teknolojik imkânlardan da yararlanılmalıdır.

Öğrencilerin dikkatini daha çok çekmesi açısından içerisinde yoğun kültürel ürünler barındıran “Keloğlan Masalları” etkilidir. Keloğlan Türk masalları içerisinde son derece önemlidir.

Eğer masallar öğrencilerin tüm duyularına hitap edecek şekilde hazırlanırsa bu da öğrenimin daha kalıcı hale gelmesine yardımcı olacaktır.

Öğrenciye çeşitli kostümler giydirilerek masalı canlandırması tiyatrolaştırması da istenirse yaparak yaşarak öğrenmiş olacaktır. Dilsel becerilerin yaparak yaşayarak öğrenilmesi daha etkilidir. Aynı zamanda masallar oyunlaştırılarak da canlandırılabilir. Bu öğrencinin motivasyonunu da artıracaktır.

Eğer masala ait görseller varsa bu görseller mutlaka öğrenciye gösterilmelidir.

Masalın başı yazılır, öğrenciden bu masala devam etmesi istenir. Bu da öğrencinin hem yazısının düzelmesine yardımcı olur hem de kendi hayal dünyasıyla Türk kültürüne ait bir parçanın tamamlanmasına katkı sağlamış olur.

Ön okuma aşamasında öğretmen okunan metindeki bir resmi, grafiği ya da karikatürü öğrenciye gösterir. Öğrenci bu resme yorum yaparak masalın devamı hakkında bir tahminde bulunmasını ister. Bu da öğrencinin hem hayal dünyasını geliştirir hem de konuşma becerisinin artmasına vesile olur.

Masalların öz haliyle yabancılara Türkçe öğretiminde kullanılması mümkün olamayacağı için temel seviye dediğimiz (A1, A2); orta seviye dediğimiz (B1, B2); yüksek seviye dediğimiz (C1, C2) kurlarında kullanabilmek üzere indirgenmelidir.

Sonuç

Yabancı dil olarak Türkçe öğrenen bireylere dilimizi öğretirken hem zorlaştırmadan hem de eğlendirerek, sevdirek öğretmeye çalışmalıyız.

Masalların yabancılara Türkçe öğretiminde sırasıyla konuşma, dinleme, okuma, yazma becerilerinde etkili olmaktadır.

Yabancılara Türkçe öğretiminde kullanılacak olan masalların çok uzun olmaması, öğrenciyi sıkıkmaması, akıcı ve canlı olması gerekmektedir.

Mümkünse masallar senaryolaştırılıp kısa filmler halinde öğrenciye izlettirilmelidir. Böylece öğrenmede görsellikten de yararlanılmış olur.

Yabancılara okutacağımız her masal uygun olmayabilir. Bu yüzden okutulacak olan masal özenle seçilip uygun seviyelere indirgenmelidir.

Türkçe dünya dillerinden bir tanesidir. Barışın, kardeşliğin, mutluluğun, özgürlüğün, adaletin simgesidir. Dilimizi öğrenmek isteyen herkese kapılarımız açıktır. Dilimizi öğrenmeye çalışan bu insanlara da bizler en iyi şekilde hizmet etmek, en doğru şekilde dilimizi, kültürümüzü, yaşantımızı, bize ait olan her türlü kültürel unsurları Türk milletini, Türkiye'yi anlatmak ve öğretmek zorundayız.

Kaynakça

- AYHAN, Mehmet Selim, Mustafa Arslan (2014). “Edebî Metin Olarak Masalların Yabancılara Türkçe Öğretiminde Dilsel ve Kişisel Becerilerin Gelişimine Etkisi”. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl:7, Sayı: 2, Aralık Çorum (543-559).
- BORATAV, Pertev Naili (1958). *Zaman Zaman İçinde*. Remzi Kitabevi. İstanbul.
- DERMAN, Serdar (2002). *Anadil (Türkçe) Öğretiminde Masal Metinlerinin Kullanılması*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya.
- DOĞRU, Meral (2016). “Yabancılara Türkçe Öğretim Kitaplarında Yer Alan Kalıp İfadeler”. *The 1st International Conference on Studies in Turkology (ICOSTURK'2016)*. Palet Yayınları Konya (197-211).
- DOĞRU, Meral, Haktan KAPLAN (2017). “Yabancılara Türkçe Öğretiminde Türk Halkbilimi ve Türk Halk Edebiyatı Unsurlarının Kullanımı: İstanbul Türkçe Öğretim Seti Örneği”. *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı:17. Konya (227-240).
- DOĞRU, Meral (2018). *Edebi Metin Olarak Masalların Yabancılara Türkçe Öğretiminde Seviyelere Uyarlanması*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Doktora Semineri. Konya.

- GÖDE, Halil Altay, Hüseyin Kürşat Türkan (2013). “Yabancı Uyruklu Öğrencilere Türkçe Öğretiminde Millî Kültürümüzü Oluşturan Halkbilimi (Folklor) Unsurlarından Yararlanma”. *Uluslararası Dil ve Edebiyat Çalışmaları Konferansı “Balkanlarda Türkçe”* Tiran/ ARNAVUTLUK (162-169).
- İŞCAN, Adem (2011). “Türkçenin Yabancı Dil Olarak Önemi”. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:2, Sayı: 4, (29-36).
- KARATAY, Halit (2007). “Dil Edinimi ve Değer Öğretimi Sürecinde Masalın Önemi ve İşlevi”. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt 5, S 3, (471-472).
- ÖZDEMİR, Cihan (2013). “Dil- Kültür İlişkisi: Folklor Ürünlerinin Türkçenin Yabancı Dil Olarak Öğretiminde Yeri ve İşlevi”. *Millî Folklor Dergisi*. Sayı 97 (157-165).
- SAKAOĞLU, Saim (2002). *Gümüşhane ve Bayburt Masalları*. Akçağ Yayınları Ankara.
- SAKAOĞLU Saim (2010). *Masal Araştırmaları*. Akçağ Yayınları. Ankara.
- ŞAHİN, Mustafa (2011). “Masalların Çocuk Gelişimine Etkilerinin Öğretmen Görüşleri Açısından İncelenmesi”. *Millî Folklor*, s. 89-210.
- TEMİZYÜREK, Fahri (2016). “Türkçe Öğretmeni Adaylarının Masal Farkındalığı ve Bu Farkındalığın Kültürel Değerlerin Aktarılmasındaki Önemi”. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 5 Özel Sayı Makale No: 8 (60-70).
- ÜNAL, D. Çiğdem (2005). “Yabancı Dil Öğretiminde Edebî Metinler: Yenilikçi Yaklaşımlara Geçiş Süreci ve Gerekçeleri”. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. I. Journal of Education)*. Ankara. (29, 205).
- YAVUZ, Muhsine. Helimoğlu (2009a). *Masallar ve Eğitimsel İşlevleri*. Cumhuriyet Kitapları İstanbul.
- YILMAZ, Hüseyin (2014): “Fiilimsilerin Yabancılar Türkçe Öğretiminde Halk Edebiyatı Ürünlerinden Faydalanma”. *3rd International Conference On Language And Literature*, Cilt 2, Turkish in Europadz Tirana/Albania, Proceedings Book, Tirana (245-273).

GLOBALIZATION AND CITY MARKETING RELATIONSHIP

Öğr. Gör. Ümmühan GÜLNAR

Selçuk University, Kadınhanı Faik İçil Vocational School Management and Organization Department
ugulnar@selcuk.edu.tr

Abstract

The brand is expressed in the form of a name, symbol or sign by consumers trying to spoil the distinctive features of the product, separated by some aspects from other product varieties. It is also stated that brands do not only represent products with different values, but also strengthen beliefs, enthuse feelings and encourage attitudes in the desired direction. In this context, depending on the developments in the world to be able to talk about a product such as city branding in Turkey, including sign, colors, fonts, symbols, etc. It is observed that the elements forming the identity items belonging to the brand are the phenomenon that constitutes an idea in the mind of the consumers who prefer that brand. At this point, the consumer can recognize the brand he/she chooses at competitive markets without too much trouble, and he/she does not have to repeat the product features while continuously demanding the consumer product. From this point of view, it is important to understand the importance of urban branding under the influence of globalization and the selection of the right strategies for a city to successfully become a brand, and to identify the functional and nonfunctional characteristics of the city - the city's appearance, history, cultural attractions, demographic structure, economic structure and management, their experience with the city and their perceptions of the city.

Keywords: Brand, Urban Branding, Globalization.

1. INTRODUCTION

The concept of brand expresses the effort to differentiate in the historical process. Trademark is generally dealt with in the context of a descriptive, qualifying and differentiating product, which is the subject of marketing. This leads directly to a marketing effort that targets consumers in the fight against competitors (Uztuğ, 2003: 68). There are many different researches on the concept of brand in many different sources. Although they are tried to be explained in different ways, almost all of the studies on brand identification

have common points. The most important of these common points is that there is a product in the middle so that the brand concept can be mentioned. The structure of this product can be in the form of goods or services. Secondly, to be able to talk about a branded product within the concept of brand, it has to be in different production centered products in the same category as this product. In other words, it is necessary to find a market that is made up of a competitive market and to compare consumers with similar products in choosing brand products in this market.

Today developed countries, who first introduced and used the concept of branding, went on to create a brand in order to differentiate their "monolithic" products with mass production. Over time, these countries, which specialize in branding, have started to spread branding not only to the products they produce, but to spread them in every field. One of the most important tasks they have done in this process is to make their cities a brand. In the global village, they started promotional activities to transform the cities, which are similar to each other and lose their basic values, into a center of attraction. Paris, Milano, Venice, New York are the most important examples of what we all want to see, which are the first examples of our holiday plans. When examining brand cities, it would be wrong to evaluate them all at the same scale. Some cities are already very old, with their location or their historical cultural values. These cities naturally have risen above these properties they possess. Tokyo is a city known for its high technology, Parisian romance and Milan fashion. Unlike these, some cities have become a brand in a totally different direction that surrounds them. Despite being located in a politically conservative US territory, Las Vegas has successfully managed to build a global brand like "Sin City" with gambling, nightclubs and entertainment. One of the most important examples that come to mind when it comes to city marketing and branding is undoubtedly New York. By 1977, the crime rate of New York had reached astronomical numbers and became a city with wandering quarters and zoos. Many companies were planning to move their business centers to other provinces, so New York now comes to terms with murders, pollution and rudeness only in the media. The city's face changed with the campaign 'I love New York' launched in 1977 and lasting 10 years without interruption. With intensive work done, New York has become a brand city that is the center of world trade and tourism.

When we look at our country by leaving the examples in the world one by one, the saying of being a brand city has become a frequently used expression especially in recent

years. At first glance this discourse, which seems like a positive step, comes to our minds as a blank concept sacrificed to small political accounts. Having a logo, making advertisements and even paving the curb is enough to become a brand city. However, being a brand is not a business with a logotype. Being a brand requires a strategy and a long, integrated campaign built around that strategy.

2. LITERATURE SCREEN

Under this heading, besides the basic concepts related to the brand, strategies deemed to be effective in the branding of the city on the basis of globalization are discussed.

1. Brand Concepts

It is necessary to understand concepts such as brand personality, brand image, brand loyalty, brand value and brand preference as a result of removing the brand's distinctiveness that distinguishes the brand from the others and constitutes a brand and allows the consumer to choose a brand. Although the symbol is defined as a symbolic difference in the definition of a brand, there are different meanings attached to the brand today. As a distinguishing feature, concepts such as identification with the brand, reflection of the brand to the brand, gaining status with the brand, brand appreciation and brand identity and brand value are the invisible but felt face of the brand (Ciğerdelen, 2007: 217 Transporter: İlban, 2007).

The brand is defined by Kaya (2010: 59) as the product, service, person or place that can be identified as most likely to respond to the needs of the users or buyers. Trademark According to the definition of the American Marketing Association, "the name, term, mark, symbol, design, design shape or all that distinguishes, distinguishes or distinguishes the products or services of a product or group of sellers from their products or services. their composition "(Odabaşı ve Oyman, 2006: 360 Translated by: Çoşkun, 2012). The brand is confronted as a sign that a product or a company formerly has only the logo and name of the brand and that it now includes its own unique identities and features, separate from product names (Trout 2010: 109).

The significance of the brand can be addressed from three perspectives. These are listed as the importance of the brand in terms of consumer, the importance of brand in terms of companies, and the importance of brand in terms of marketing. In historical development, the word of the brand was first marked as intended use, to show where any product was made or

to whom it belonged, ancient civilizations such as Egyptians, Greeks, Romans and Chinese were putting seals on pottery, pottery and other objects with the purpose of expressing ownership and quality. In Egypt, the excavations yielded bricks with the name of the person or other symbols used (Çiçek, 2006: 456). Today, brands play an important role in making the lives of consumers better (Kotler and Keller, 2009: 276). Markets have become an indispensable element of our everyday life and at the same time carry more meaning than a brand name (Odabaşı ve Oyman, 2006: 359). The key to brand is defined as the name, symbol, symbol, or combination of products that differentiates the product in short, that identifies the brand's goods and services, distinguishes it from product competitors, facilitates communication with consumers as a focus of marketing management and advertising management practices, and provides legitimate benefits to consumers and consumers .

Another concept that needs to be considered within the framework of the concepts related to the brand is the brand image and brand identity. The brand image is seen as the sum of the emotional and aesthetic impressions that are formed about the product in consumers. In order to be able to determine the brand image, it is necessary to emphasize the purchasing behavior of consumers as well as various features such as what the brand reminds and what the brand reminds of the consumers (Aktuğlu, 2009: 34). The effect of visual presentation is necessary in creating brand image. In this way, the original symbols belonging to the mark are sent to the consumer and it is tried to be remembered. Thus, the brand image formed in the consumer mind is associated with the brand name and the product (Gürson, 2004: 42-43). On the other hand, brand identity encompasses all aspects of the brand, and it cares more about the whole than the parts related to the brand. Brand identity can be regarded as a fundamental concept in sustaining the development of the brand in a competitive environment and providing a profitable growth (Uztuğ, 2008: 43, Translator: Ilban, 2007).

One of the important dimensions observed in the literature related to the brand is the distinctive feature of the brand. At this point, the concept of anti-sense brand personality emerges. Brand personality is formally defined as "human characteristics associated with a brand". Brand personality is seen as a crucial concept in the absence of a brand's competitors and brand personality is based on the assumption that brands have personality traits, certain emotions or impressions as well as people (Uztuğ, 2008: 41, JL Aker, 1997: 347) 2011).

Researchers interested in the concept of brand in the last two decades stand on two main elements of this concept: brand features and human personality. Although brands are lifeless, consumers often see brands as possessing human qualities. A well-established brand personality makes it easier to reach out to its competitors with more trust and loyalty, increases brand value, brand choice and use, and improves emotional ties between consumers and brands.

Brand awareness refers to the consumer's memory in comparison to the brand's competitors in memory. The authors of the brand awareness statement also point out that brand awareness proves that the consumer plays an important role in the procurement process and that the brands engraved on the memory of consumers are more intensely preferred by consumers in the procurement process. Brand awareness is defined as the power of brand marking or marking in memory that enables consumers to mark and remember the mark under various conditions (Keller, 1993: 3 Starring, 2013). Brand awareness is about the power of the presence of a brand in the minds of consumers and is an important aspect of brand equity. Another definition is the recognition or recall of a potential consumer who has a particular product group. Achieving awareness is possible with both recognition and recall (Erdil and Uzun, 2009: 241). Brand recognition is defined as the process of identifying information about a brand in the mind of a consumer who controls past knowledge and experience, in cases where the brand is developed depending on brand awareness and the consumer is given clues about the brand. Another concept emerging due to the recognition and recognition of the brand is brand awareness. Brand awareness explains how consumers recognize and accept the products of a company (Aktuğlu, 2009: 37). Brand awareness means that a potential buyer understands or remembers that a brand is a member of a particular product category.

3 . CITY MARKET

With the influence of globalization, nowadays, every field branding is the subject. Certainly one of these areas is the cities. Now, the brand city or urban branding terms are the words we are used to. However, urban branding is not a fully understandable subject (Tam, 2009: 162).

A city needs to choose the right strategies to become a successful brand. The successful branding of cities often depends on their identity, which is different from the others, and on the characteristics of the city, which are defined by the city in question. The functional and

nonfunctional characteristics of the city, both functional and nonfunctional, include the city's appearance, historical, cultural attractions, demographic structure, economic structure and management, people's experience of the city and people's perception of the city. One of the key factors in the success of city branding is the agreement between city authorities and people about the city's identity and its own values.

In the branding process, it is important to ensure that the city's tourism products are introduced, that a vision, public, private and destination marketing organizations and all local people must be in this process, and that local managers give a city a maximum of the necessary steps to brand building, it is stated that it should be provided. In other words, in order for a city to enter the branding process, it is necessary to give conscious support to the stages of marketing strategy from the stages of brand identity, positioning and image management.

The city with a general description; a society consisting of different social classes is defined as a place where the artificial environment dominates the natural environment and where they live their lives in accordance with the rules of urban life. Since these settlements take on different socio-economic functions during different periods of history, the concept of the city has a dynamic character which can have a different content in every period in accordance with this functional change. For one country, the definition of a city based on concrete criteria leads to great contradictions for another country. This phenomenon makes it difficult to reach a common city definition that can be used in every period and every country, and at the same time in urban researches. For this reason, in order to make the present city a conceptual recognition, it is necessary to firstly study the historical development of the definition of the city (www.ekodialog.com/kent-ekonomileri).

Since the founding of the cities, the population has become concentrated and become big settlements. Continuous cities in human life show great differences in time and space (Gürkaynak, 2008: 14). Much different criteria are used in describing the city concept, such as employment structure, economic activity, population density. Especially with the industrial revolution, the changing of the forms and functions of urban spaces has completely changed the content of the urban concept and different approaches to the definition of the city have been exhibited due to the fact that many sciences such as sociology, history, geography and ecology enter into the field of investigation (Topal, 2004: 277 Transcript: Özdemir, 2013).

One of the key factors in the success of city branding is the agreement between city authorities and people about the city's identity and its own values.

In Turkey, as in legislation, among the institutions, which settlements "urban" as is stated to be concerned about unity will be taken. In this context, the settlement units that are located only in the province and district status are taken as the city and the other settlement units are not accepted as the city regardless of their population, based on the legal regulations of the State Institute of Statistics (Topal, 2004: 289). The city is said to be the places within the boundaries of a certain administrative organizational unit. On the other hand, it is mentioned that for the settlement to be given the name "city", the population depends on working in non-agricultural sectors. The common features of the sociological descriptions of sociology are that there is a certain population density, density, division of labor, specialization and no homogeneity (Keles, 2004: 12).

In order for a settlement to be described as a city, it must have certain characteristics. These properties (Es, 2007: 86);

- Having achieved a certain population size and population density,
- The fact that the agricultural production has gone from a higher level of industrial production to the industrial production,
- The physical infrastructure of the settlement has reached a certain level,
- The fact that the population has been organized at large, has reached a complex division of labor and a high level of specialization,
- Where local values are taken by national or universal values,
- The level of education is higher than the level of education in rural areas and the development of non-family institutions in child care and education,
- The place of social norms is taken by official supervisory bodies,
- The fact that the statutes do not come from the family but have been won by the individuals' own efforts,

Many features can be ranked among the features of cities.

The concepts of city and city are frequently used in the literature. When we look at the relationship between these two concepts, it is seen that different approaches exist. On the

other hand, it is seen that the concept of city is similar to the concept of city in the previous section. The city is a complex term with more populations than towns, villages, and so on. City and city have the same meaning (Wikipedia, 2012). It is seen that the meaning of "city" in the Dictionary of the Turkish Language Institution is stated as "City" (TDK, 2012).

The words "city" and "city", which are thought to be synonymous, have different meanings in terms of meaning (Özçağlar, 2003: 7). The difference in the meanings of the city and the city are differentiated by the fact that they are past their historical backgrounds, their human relations, their cultural heritage and spiritual structures that flow from themselves to people and gain a distinct identity. As can be understood from the above expressions, although the city and the city do not exactly meet each other, they can be used instead of each other. It is also wrong to refer to a village as a city or city, but because of its common characteristics, it is possible to refer to a city as a city as a city.

4. CITY MARKETING

To make cities attractive, to bring vitality to the city's economy and social life, to gain investors in the city, to identify the strengths and weaknesses of the cities and to mobilize them for sustainable urban development, to add value to cities, to attract tourists to cities, to learn from international good examples, it is listed. Branding will raise the city's reputation and attract tourists, investors and new entrants to the city (Altunbaş, 2007: 161). It is understood that marketing activities for towns or other places have preliminary designation from the above expressions. As can be understood from the above explanations, both marketing and branding efforts make it possible for cities or other places to catch some opportunities. The branding of the cities is also part of the marketing of the city. At this point, the visionary perspective is of great importance. Vision is the expression that a city will take in a long way, its future position and its image. The vision expresses the aim that the institution aims to achieve after a certain period of time. In this respect, the city distinguishes itself from the others and gives it originality and difference (www.malatya.bel.tr). Presenting the opportunity to live in a contemporary city by giving high quality planned and sustainable local services to the people and the people of Antalya (www.antalya.bel.tr). İzmir city vision is; Being a pioneer in tourism, commerce and high technology, having the awareness of urbanism, becoming the port city of culture and art center of the Mediterranean

(www.izmir.bel.tr). Ankara City Vision "To have a vision of the world municipalities and to be a source of inspiration in its presentation (www.ankara.bel.tr).

The creation and positioning of the brand is a long process. The creation of city branding can lead to a longer term need. It has been for centuries that some cities have turned into brands. Today, this process can be shortened considerably by the increase of communication possibilities. However, the abbreviation of the employee often leads to an increase in cost (Eroğlu, 2007: 67).

Paris is defined as romanticism, Milan style and fashion, New York energy, Barcelona culture and world city, Rome is defined as love city, Rio is recreating and positioned in the minds of people (Ersun and Aslan, 2009: 99). In addition, Paris and Barcelona are among the most powerful cities in Europe's brand image. It is stated that the positioning strategy related to the image and positioning relation must be applied in order to form the desired brand image in the target market mind.

As shown in Table 1, there are cities with strong brand image. The image is so important for cities and other places that it shows that cities can not survive without their future image.

The geographical content of the city, cultural level, architecture, local traditions, lifestyle,

Table 1: The 9 Most Powerful Brand Image in Europe

City Name City

1 Paris France

2 London United Kingdom

3 Barcelona Spain

4 Berlin Germany

5 Amsterdam The Netherlands

6 Munich Germany

7 Stockholm Sweden

8 Prague Czech Republic

9 Rome Italy

Source: Giritlioğlu and Avcıkurt, 2010: 79 Source: Çoşkun, 2013

The image fulfills functions at many different levels. It is one of the few practical ways used in the transmission of ideas and messages, the transmission of messages about particular places and products can be used to redefine and relocate products and spaces. The redefinition and positioning do not always take place, only after the changes in the products have been brought to the fore. Finally, the perception of images, products, places and people can be influenced negatively and positively (Shahbaz and Kılıçlar, 2009: 34 Transporter: Coskun, 2013).

It forms the city as a mixture of qualities. The profile of the city constitutes the assessment of the natural profile, the socio-economic profile and the integration of the human-made space with the profile. Urban identity is defined by the nature, artificial elements and socio-cultural characteristics of a city, the city (Es, 2007: 48). The identity of the city and the image to be formed in the memory of the tourists appear as the elements that constitute the brand value of the city. A logo also tells you not only to look but also to not see. The connotations, symbols, illustrations, illustrations and drawings associated with the logo, the institution behind it, and the image of that institution are depicted, and in the absence of the establishment, the existing value is visualized in minds. What a logon function is for an institution is also for a city. For this reason, urban governments have come to support the activities, services and brand identities they have realized with logos.

The cities that are in the branding struggle attach importance to the construction of logos and slogans. Logo and slogan play an important role in the branding of cities. Cities are struggling to promote themselves all over the world like investors, sights and dwellers. These promotional efforts are supported by elements such as logo and slogan.

Another element that cares about the identity of the city comes out as a slogan. It is important to emphasize on the slogans like logos. Cities are constantly using slogans in branding. The slogan "A city that never sleeps" has been used for years in New York City. Next to the "I Love New York" campaign, people are given the sensation that the city is a city that never sleeps, has 24 hours of action, and has a nice, funny place to do anytime. When the curiosity and the city promise that never sleeps unite, people do not need to use other physical elements to visit New York.

RESULT

The concept of city branding is a concept that has come to the agenda shortly after the emergence of the brand concept. Although cities have progressed amateurly in the first place in the branding process, cities that are increasingly positioned strategically can make the branding process more popular. For this reason, the concept of branded urbanization is seen as an increasingly popular city marketing strategy. The right branding strategies of branded cities have shown very successful results in terms of city marketing, and these successful results have made city marketing attractive for many cities. At the same time, the negative images associated with some cities can be reversed by following the right strategies and the negative images over time can be transformed into completely black. For this reason, city marketing is a very up-to-date issue and can be a major factor in the development of cities with proper approaches. Therefore, city branding should be examined in the light of local governments or marketing sciences and city branding processes should be carried out more effectively by implementing new strategies developed in these sciences

Globally, they have a real brand olamasa 'sea, sand and sun' perception with particular we leave, a coastal city at the edge of a recognition in Europe, Turkey and the brand is called the city that comes to mind first name is Istanbul. Although it has a very big city characteristic with various cultural and historical values that it has in Mega city, it is far behind the brand value which has the sense of global meaning in particular.

Istanbul will take its place among the brand cities that guide Istanbul to the world with professional works. Pearl of the Aegean brand outside of Istanbul, Izmir is progressing very well the importance of having the city will have to understand that with a brand campaign conducted in a professional manner for the first time in Turkey is surely the way to the city. Apart from İzmir, cities such as Konya, Bodrum, Gaziantep, Eskişehir are confronted as cities that work on branding and work.

It is only possible with a strong brand to exist in the global world where the distances from the borders are becoming insignificant. A brand city that is owned will provide significant economic and social contributions to the country where it exists. In creating the global brand in Turkey Turkey in general sense, in particular the cities of the world if you want to have a say in the best way and it is difficult to market. The power balances and wealth in the world are now determined by brands, not weapons. As Sait Aytemur says, 'A country is

as rich as its brands'. In today's world, the possibilities of communication and transportation have developed at a great rate, the spread of information rapidly, the increase of people's income, and so on. people are moving around the world because of many factors changing. At the same time, the facilitation of physical substitutions of people who have reached a certain level of synergy in a sense. Although these trips are made for many reasons, the main reason is tourism and business travel. Regardless of the reasons for travel, the countries and cities that receive the most benefit are the ones that travel. At this point there are many duties to cities and countries in order to benefit from this gain

They now use marketing in cities to use their resources more effectively, create livable spaces, and turn them into centers of attraction. The aim is to be more salable. In other words, it means to increase the number of visitors, to encourage investment demands and to express the problems of the residents in the city instantly. In today's world, many well-known cities are still trying to market well-known cities.

In the great majority of the municipalities in our country, this understanding has become dominant. The branding of the city or countries has become one of the important tools of national or regional development in order to attract and retain the qualified workforce, capital and tourism on a global scale

REFERENCES

- Aktuğlu, I. K. (2006). "How do consumer brands represent?" *Selçuk University Journal of Social Sciences Institute* (15) 43-49.
- Aktuğlu, I. K. (2009). *Brand Management Basic Principles for Strong and Successful Markets*. (2nd Edition). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Altunbaş, H. (2007). "Marketing Communication and City Marketing Branding of Cities". *Selçuk University Communication Faculty Academic Journal*, 4 (4) 156-162
- Çiğerdelen, T. (2007). "Tourism Branding". *1st National Turkey Tourism Congress 07-08 September Sakarya* 213-226.
- Çiçek, S. (2006). *Buldan Textile Appraisal of Brand Approaches*. <http://buldanmyo.pamukkale.edu.tr/kitap/5.pdf>

- Erdil, T. Sabri Yeşim Uzun (2009). *Becoming a Trademark*. Istanbul: Beta Basım Yayıncılık.
- Eroğlu, A.H. (2007). *Branding of Cities*. 65-68
<http://www.yerelsiyaset.com/pdf/kasim2007/16> received on November 2017.
- Ersun, N. and Aslan, K (2009). The Role of Congress and Visitor Bureaus in the Development of Congress Tourism.
- Es, M. (2007). *Thoughts on the City*. İstanbul: Milson Press Plato Consultancy.
- Gürkaynak, N. (2008). *Building a city Brand Throug Citizen Perspectives: The case of Izmir Province in Turkey*, Yeditepe University Institute of Social Sciences PhD Thesis, Istanbul.
- Gürsan, A.P. (2004). *The Importance of Provincial-Based Marketing in the Promotion of Foreign Tourism*. (Unpublished PhD Thesis) Ege University Institute of Social Sciences: İzmir.
- Ilban, O.I. (2007). *A Research in Brand Image and Travel Agencies in Destination Marketing*. Balıkesir University, Institute of Social Sciences Graduate Thesis.
- Ipar, M.S. (2011). *The Tourism Destination Branding and an Application on Istanbul*. Balıkesir University, Institute of Social Sciences Graduate Thesis.
- Isen, İ. (2013). *A case study of a city in terms of Branding and City Marketing*. Niğde University, Institute of Social Sciences Graduate Thesis.
- Kaya, İ. (2010). *Marketing is from Bi! An Encyclopedia of a Markets*. (1st edition) Istanbul: Babıali Culture Publishing.
- Keles, R. (2004). *Urbanization Policy*. (8th edition) Ankara: İmge Kitabevi
- Keller, Kelvin Lane (1993). Conceptualizing, Measuring and Manaping Customer-Based Brand Equity Journal of Marketing.
- Kotler, P. (2000). *Kotler And Marketing: Creating a Market and Winning the Market and Being the Market Leader* (Translated by Ayşe Özyağcılar). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y. and Oyman, M. (2006). *Marketing Communication Management* (6th Edition). İstanbul: Mediacat.
- Önemi Istanbul Commerce University Journal of Social Sciences 8 (15), 89-114.
- Özçağ on, A. (2003). Turkey's made of distinction and of their impact on planning. Geographical Sciences (1), 3-18.

- Özdemir, A.G. (2013). *The Importance of Urban Beings in City Marketing: The Case of Alanya*, Akdeniz University, Institute of Social Sciences Graduate Thesis.
- Shahbaz, P.S. and Kılıçlar, A. (2009). “Effects of Films and Television Series on the Destination Image”. *Journal of Business Research* 1 (1), 31-52.
- Tam, M. (2009). *Urban Branding in Strategic Plans of Municipalities Branding for Istanbul Strategy Proposal*. (Unpublished Master Thesis) Istanbul University Social Sciences Institute, Istanbul.
- TDK (Turkish Language Institute).
- Topal, A.K. (2004). “What is the City as a Conceptual and Turkey Where is the city?”. *Dokuz Eylül University Journal of Social Sciences* 6 (1) 276-294.
- Tosun, C. and Bilim, Y. (2004). “Marketing of cities from the point of view of tourism: example of Hatay Anatolia”. *Journal of Tourism Research*. Volume 15, Issue 2, Fall 125-138
- Trout, J. (2010). *The Secrets of Marketing Clear* (Translator: Sibel Kaçamak). Istanbul: Mediacat.
- Uztug, F. (2008). *Brand Talking Strategies* (4th Edition). Istanbul: Mediacat.
- Web: <http://www.tdk.gov.tr/index.php>
- www.alanya.bel.tis
- www.ankara.bel.tis
- www.izmir.bel.tis
- www.kultur.gov.tr
- www.malatya.bel.tis
- the www.ekodialog.com/kent-ekonomi

GAZİPAŞA (ANTALYA) AĞZININ ÜNLÜLERLE İLGİLİ FONETİK ÖZELLİKLERİ*

THE PHONETIC CHARACTERISTICS RELATED TO VOWELS OF GAZİPAŞA (ANTALYA) DIALECT

Dr. Fatih Numan KÜÇÜKBALLI

Selçuk Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi

Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü

fatihnumankb@gmail.com

Özet

Gazipaşa, Antalya ilinin 180 km doğusunda yer alan bir ilçedir. Yörük ve Türkmenlerin yaşadığı ilçede temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Gazipaşa'nın yerel ağız özellikleri büyük oranda korunmaktadır. Ancak sonra yıllarda yazı dilinden etkilenmeye başlamıştır. Bu çalışma 2013 yılında tamamlanan yüksek lisans çalışmasına dayanmaktadır. Çalışma için metinler 2012 yılında derlenmiştir. Örneklem olarak beş köy seçilmiştir. Bu köylerin adları Doğanca, Göçük, Gürçam, Muzkent ve Zeytinada'dır.

Bir yöre ağzının belirgin özelliklerinin tespit edilmesinde ünlü sesler önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple bu çalışmada da Gazipaşa ağzında kullanılan ünlüler üzerinde durulmuştur. Belirlenen ünlülerin ses değerleri açıklanmış, kısa, uzun ve ikiz ünlülerin oluşumlarından bahsedilmiştir. Ayrıca ünlü uyumlarına da değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gazipaşa, Antalya, ağız araştırmaları, fonetik, ünlüler, Türkiye Türkçesi Ağızları.

Abstract

Gazipaşa is a district located 180 km east of Antalya. The main source of income in the district where the Yörük and Türkmen live is agriculture and animal husbandry. Dialect of Gazipaşa are largely protected. But, it has started to influence from the written language last years. This study is based on the graduate work completed in 2013. The texts for the study were compiled in 2012. Five villages were chosen as a sample. The names of these villages are Doğanca, Göçük, Gürçam, Muzkent and Zeytinada.

The vowels have an important place in determining the distinctive characteristics of villagism. For this reason, in this study, the vowels used in Gazipaşa dialect have been emphasized. The sound values of the determined vowels have been explained. The formations of short, long and twin vowels have been mentioned. The vowel harmonies have been also mentioned.

Keywords: Gazipaşa, Antalya, dialect studies, phonetic, vowels, The dialects of Turkish..

* Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri tarafından desteklenen (11103017 nolu) ve 2013 yılında tamamlanan "Gazipaşa (Antalya) Köyleri Ağzı" adlı yüksek lisans tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

1. GİRİŞ⁷

1.1. Gazipaşa'nın Tarihi

Gazipaşa'nın tarihi MÖ 2000'lere kadar dayanmaktadır. İlçenin yaklaşık 4000 yıllık tarihî serüveninde bölgenin bilinen ilk meskûnlarının Hititlerin bir kolu olan Luviler olduğu düşünülmektedir. MÖ 628 yılında Kilikya bölgesinde bugünkü Gazipaşa kalesinin olduğu yerde Selinus adıyla bir kentin varlığı bilinmektedir. MÖ 197'de bu kent Roma egemenliğine girmiştir. Roma İmparatorluğunun bölgedeki egemenliği MS 6. yüzyıla kadar devam etmiştir. MS 6. yüzyıldan 12. yüzyıla kadar güney Akdeniz'e Bizans İmparatorluğu hâkim olmuştur. 12. yüzyılın ikinci yarısında bölge Kilikya Ermeni Krallığı'na bağlanmıştır.

1221 yılında Selçuklu sultanı Alaeddin Keykubat önce Alanya'yı, ardından da dört beş yıl içinde Alanya'nın doğusunda yer alan Gazipaşa'nın da dâhil olduğu 40 kaleyi fethetmiştir. Bu tarihlerde Gazipaşa'nın Selinus adı yerini Selinti'ye bırakmıştır. 1243'te Selçukluların Köseadağ Savaşı'nda İlhanlılara yenilmesiyle Ermeniler bu bölgeye yeniden hâkim olmuş fakat 1275'te Karamanoğullarına bırakmak zorunda kalmışlardır. 1472 yılına kadar Karamanoğulları beyliği hâkimiyetinde olan Selinti (Gazipaşa), o tarihte Fatih Sultan Mehmet döneminin önemli kumandanlarından Gedik Ahmet Paşa tarafından Anamur ve Silifke'yle birlikte Osmanlı İmparatorluğuna katılmıştır. Gazipaşa'nın, Osmanlı kayıtlarında İçel'e bağlı olduğu bilinmektedir. Millî Mücadele döneminde yöre halkı Kuvayımiliye'ye karşı çıkan Delibaş isyanına katılmamış; aksine Kuvayımiliye tarafında yer almış ve Millî Mücadele'de büyük fayda göstermiştir. 1922 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından Selendi/Selinti ismi Gazipaşa ismiyle değiştirilerek yöre halkı, bu vatanseverliği dolayısıyla Atatürk'ün unvanını taşımak suretiyle onurlandırılmıştır.

İlçe dört bin yıllık tarihi boyunca Selene, Sallune, Selinus, Selinti, Selendi ve Gazipaşa isimlerini kullanmıştır.

1.2. Gazipaşa'nın Coğrafi ve Beşerî Özellikleri

Gazipaşa, Antalya'nın 180 km doğusunda Akdeniz kıyısında Gazipaşa Ovası üzerine kurulmuş bir tarım şehridir. Doğusunda Mersin'in Anamur, batısında Alanya ve kuzeyinde Karaman'ın Sarıveliler ilçeleri vardır. Yükseltisi 0'dan 2253 metreye kadar çıkmaktadır (Güngör, 2010: 26). Yüksek platolarında yaylacılık faaliyeti hâkimdir. Yazları sıcak ve kurak, kışları ılık olan Akdeniz ikliminin etkisindedir. Fakat bu iklim özellikleri yükseltilere çıktıkça yerini karasal iklime bırakmaktadır. İlçenin dağ köyleri ılıman iklimden karasal iklime geçiş özelliği gösterirken 1750-2250 m arasında değişen yüksek platolar (Güngör, 2010: 26) üzerinde kurulan yaylalarında tamamen karasal iklim etkindir.

İklim özelliklerine bağlı olarak ilçenin geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Geçmiş yıllarda hayvancılık ve tarım beraber yapılırken 1970'lerden sonra ılıman iklim sayesinde narenciye, muz ve seracılık gibi tarım faaliyetleri artmış, hayvancılık yavaş yavaş bırakılmaya başlanmıştır. Özellikle kıyı kesimlerde muz üretimi ve seracılığın iyice artması hayvancılığı neredeyse bitme noktasına getirmiştir.

⁷ Bu bölüm aşağıdaki çalışmalardan özetlenmiştir:

Ali YILDIZ (2009). Gazipaşa Tarihi, Antalya: Maraton Ofset ve Matbaacılık.

Ali YILDIZ (2010). "Gazipaşa", Düünden Bugüne Antalya, Antalya: Antalya Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Yay., s. 290-303.

1.3. Gazipaşa'nın Etnik Yapısı

Gazipaşa tamamen Yörük ve Türkmenlerden oluşmaktadır. Burada kullanılan Yörük ve Türkmen kavramları iki farklı etnik unsura işaret etmemektedir. Sadece müslüman Oğuzların yaşantı tarzlarına göre farklı adlandırışından kaynaklanmaktadır. Oğuzlar, Müslüman olduktan sonra 11. yüzyıl itibariyle “Türkmen” adını almışlardır ve yaklaşık iki asır sonra bu ad her yerde “Oğuz” adının yerine kullanılmıştır (Sümer, 1972: X). 15. yüzyıldan bu yana da yaşayış biçimlerine bağlı olarak Yörük veya Türkmen genel adları ile anılmışlardır. Gazipaşa’da da göçebe yaşam süren Oğuzlar, Yörük; yerleşik yaşam sürenler ise Türkmen adıyla anılmışlardır.

Günümüzde ilçe sakinleri tamamen yerleşik hayata geçmiş durumdadır. En son göçebeliği terk edenler Mersin tarafından gelen Bahşiş Yörükleridir. Onların yerleşik hayata geçmesi yaklaşık 70-80 yıl önce tamamlanmıştır. Gazipaşa’da yaylacılık faaliyeti çok yaygındır. Dolayısıyla ilçe halkının genelini yarı göçebe olarak tanımlanabilir.

2. İnceleme

2.1. Ünlüler ve Çeşitleri

Bu bölümde standart yazı dilindeki ünlülerin özelliklerine değinilmeyecektir. Sadece bu ünlülerin alt ses birimlerinden bahsedilecektir.

2.1.1. /a/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[á] : /a/ ve /e/ arasında orta damakta boğumlanan, anlam ayırıcı özelliği bulunmayan bu ses yöre ağızında yaygın olarak kullanılmaktadır. [á] sesi, çevresinde bulunan ünlülerin etkisiyle gerileyici yarım ve ilerleyici yarım benzeşmelerle oluşur. Yine bu sesin oluşumunda çevresinde bulunan ünsüzlerin inceltici ve kalınlaştırıcı etkisi vardır. [á] sesinin, karakteristik olarak /a/ ve /e/ seslerinden; nadiren -ası+(y)a (sıfat-fiil+yönelme hâli eki) yapısında /ı/ sesinden ve *değil* olumsuzluk edatının yöredeki bir varyantında (deál) /i/ sesinden geliştiği görülmüştür.

/a/ ~[á] : *antelláda* “Antalya’da” 1/3, *ásgerē* “askeriye” 5/26, *yāláya* “yaylaya” 1/13, *záman* 4/9.

/e/ ~[á] : *ná yımşaması?* “ne yumuşaması” 1/18, *zák’amıcanın* “Zeki Amca’nın” 3/57.

/ı/ ~ [á] : *bułasáya gádar* “bulasıya kadar” 10/89.

/i/ ~ [á] : *yérinde deál* “yerinde değil” 4/49.

Ayrıca [á] sesinin boğumlanmasında /c/, /ç/, /d/, /f/, /l/, /n/, /ş/, /y/, /z/ ünsüzlerinin inceltici; /ğ/, /ñ/ ünsüzlerinin kalınlaştırıcı etkisi vardır. Metinlerde, /i/ sesine yakın boğumlanan /y/ sesinin inceltici etkisi sistemli bir şekilde hissedilir.

/c/, /ç/, /d/, /f/, /l/, /ş/, /y/, /z/ ünsüzlerinin inceltici etkisi:

girerse zâten “girerse zaten” 2/9, *yayláda* “yaylada” 2/20, *burálára* “buralara” 2/23, *buráya* “buraya” 2/28, *hër tárafda* “her tarafta” 2/30, *kılıcár* “kılçar, kepenek” 20/17, *ağşáma* “akşama” 20/12, *şáFķarórúr* “şavkarıyor, aydınlanıyor” 21/125, *çomçasını* “çomçasını, ağaç keçesini” 10/118, *vár* “var” 17/4, *Fáķád* “fakat” 22/1, *midáyá* “mideye” 10/114.

/ğ/, /ñ/ ünsüzlerinin kalınlaştırıcı etkisi:

alabilsáñā “alabilsene” 2/48, *dēzāñile* “teyzenle” 5/27, *hāğbeye* “heybeye” 14/80, *māğárime* “meğer, meğerse” 5/68, *deál* “değil” 4/49.

[â] : /a/ ve /ı/ arasında boğumlanan, kalın, yarı geniş; anlam ayırıcı özelliğe sahip olmayan ve yörede yaygın kullanılan bir sestir. Bu ses, /a/ sesinin dar ünlüler yanında, /ı/ sesinin de geniş ünlüler yanında bulunmasıyla ilerleyici ve gerileyici ünlü benzeşmeleriyle oluşur.

/a/ ~[â] : *ułān sıžin* “ulan sizin” 3/30, *váridi* “varıdı” 16/61.

/ı/ ~[â] : *ğarnálarını* “karınlarını” 17/29, *ğánama* “kınama” 15/14.

Metinlerde [â] sesinin oluşumunda ünlü benzeşmelerinin yanı sıra /c/, /d/, /ğ/, /v/, /y/, /z/ ünsüzlerinin /a/ ünlüsü üzerinde daraltıcı; /h/, /ʔ/ ünsüzlerinin /ı/ ünlüsü üzerine genişletici etkileri görülmüştür.

/a/ ~[â] : *sułamáyoıllar* “sulamıyorlar” 2/21, *yáPmáđıđ* “yapmadık” 21/6, *zāman* “zaman” 4/15, *ğástēde* “gazetede” 22/33, *ordān* “oradan” 10/43, *vállaha* “vallahı” 17/20, *baķacađ* “bakacak” 15/38, *ğádar* “kadar” 17/13.

/ı/ ~[â] : *áʔı* “ı, hayır” 12/74, *háhi* “hıhı, evet” 3/37.

Metinlerde sadece bir örnekte /u/ ~ [â] nöbetleşmesi tespit edilmiştir.

/u/ ~[â] : *doğdurá bulēn* “doktoru bulayım” 14/23.

Sadece bir yerde rastlanan *bāzān* “bazen” 19/35 örneği /e/ ~[â] nöbetleşmesi gibi algılanabilir. Fakat standart Türkçedeki *bazen* zarfı, incelediğimiz köylerde hep “bazan~ *bāzan*” şeklinde telaffuz edilmektedir. Bu durumda yukardaki örnekte doğrudan /e/ ~[â] nöbetleşmesi değil; /e/ > /a/ ~ /â/ şeklinde bir değişimin olduğu söylenebilir.

[â] : /a/ ile /o/ arasında boğumlanan kalın, geniş, yarı yuvarlak ünlüdür. Kullanımı yaygın değildir. Genellikle /b/, /m/ çift dudak ve /v/ diş-dudak ünsüzlerin etkisi ile /a/ ünlüsünün yarı yuvarlaklaşması sonucu oluşmuştur. Gerileyici yarım ve ilerleyici yarım benzeşmeler de /a/ ünlüsünün yarı yuvarlaklaşmasında etkili olduğu görülmüştür.

/a/ ~ [â] : *yâv* “yav” 2/3, *o yâkadan mı?* “o yakadan mı?” 2/24, *o ğâr* “o kar” 13/87, *bobâm* “babam” 3/4, *sâlona* “salona” 4/41, *arab_oynağları* “Arap oynarlardı” 5/51

Çok nadir olarak gerileyici yarım ünlü benzeşmesi sebebiyle /o/ ünlüsünün yarı düzleşmesi tespit edilmiştir.

/o/ ~[â] : *ârdan* “ordan” 10/7.

Ünlü benzeşmeleri veya dudak ünsüzlerinin etkisi olmadan da /a/ ~[â], /o/ ~[â] nöbetleşmelerine rastlanmıştır. Bu durum, anlatıcıların aşırı vurgulayarak söylediği ve heyecanlandığı kısımlarda görülmüştür. Özellikle [ğ] sesinin yanında bu nöbetleşme biraz daha yaygındır.

/a/ ~[â] *ğâyırık* “gayrı” 5/53, *ğâldırırveriller_aynı* “kaldırırverirler aynı” 5/44, *yâğâdâ* “yakadaki” 14/92, *ğâbbârı varı gederdi* “kabarır varır giderdi” 21/89

/o/ ~[â] *ğâddîñ mi* “kodun mu” 19/7.

[â] : Geniz yolu açıkken boğumlanan ünlüler genizlik özelliği kazanır (Sağır, 2008: 567). Derlediğimiz metinlerde çok az örneğine rastlanan [â] sesi, /ñ/ sesinin düştüğü yerlerde /a/ ünlüsüyle birlikte ikiz ünlü halinde bulunur.

-ña~ [â] : *sââ* “sana” 2/35, *baâ* “bana” 10/1, *mîârîndân* (~muğarından “pınarından”) 13/6.

2.1.2. /e/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[ä] : Normal /e/ ünlüsünden daha açık, /a/ ile /e/ arasında /e/’ye yakın boğumlanan bir sestir. Bu sesin kullanımı belli bir sisteme bağlanamasa da genellikle /c/, /n/, /m/, /g/, [ğ], /ğ/, /k/, [k] seslerinin yanında kullanıldığı tespit edilmiştir. [ä] sesine, Kırismetler köyünden derlenen metinlerde çok sık rastlanmıştır. İncelenen diğer köylerde kullanımı nadirdir. Metinlerde birkaç örnekte /a/~[ä] ve /ë/~[ä] nöbetleşmesi vardır. Diğerleri ise /e/~[ä] : nöbetleşmesi şeklindedir.

/a/~[ä] : *ämma* “ama” 2/39, *hağgäten* “hakikaten” 10/54, *äsgerë* “askere” 5/7, *perägentelilerde* “Perakendelilerde” 10/24.

/e/~[ä] : *kirmänimi* “kirmenimi” 1/38, *dëmäzdig* “demezdik” 4/57, *gênä* “gene” 4/49, *dēcägsiñ* “diyeceksin” 4/65, *äķinniklär* “ekinlikler” 5/2, *bilemēcän* “bilemeyeceğim” 11/31, *bilecägsiñ* “bileceksin” 5/65, *ğäldık* “geldik” 5/117, *çekärdim* “çekerdim” 11/24.

/ë/~[ä] : *dëdeñëlin_ävine* (~dëdeñëlin_ëvine “dedengilin evine”) 5/49.

Yukarıdaki örnekte /è/ sesi, /ñ/ ünsüzünün etkisiyle biraz genişlemiş ve boğumlanma yeri ön damaktan orta damağa doğru kaymıştır.

[è] : Türkçede sekiz ünlünün yanında bir de varlığı tartışma konusu olan, /e/ ile /i/ arasında bir sesi karşılayan, kapalı /e/ (/è/) sesi mevcuttur. Gazipaşa köyleri ağzında çok sık kullanılan bu ses, ünlüler veya ünsüzlerin etkisiyle oluşmasının yanı sıra “yér, èl, év, gèt-, èt-” gibi kelimelerin aslında var olduğu incelenen bazı tarihî metinlerde açıkça görülür (Yavuz, 1991: 271-306). /è/ sesini asli olarak var olduğu örneklerde alt ses birim değil başlı başına fonem olarak kabul edilmiştir.

[è] sesinin oluşum sebepleri:

Türkçenin tarihî metinleri göz önüne alındığında bu ses yazıda bir şekilde varlığını hissettirmiştir (Yavuz, 1991: 271-306). Tarihî metinlere uygun olarak yöre ağzında sistemli bir şekilde kullanıldığı görülmüştür. Asli olarak genellikle kelimelerin kök hecesinde bulunmaktadır.

vermedi “vermedi” 1/2, *eliñ gâpısında* “elin kapısında” 1/10, *életecên* “ileteceğim” 1/7, *déñîz* 13 /78, *gece* 14/20, *bêş* 6/18, *ên sôraqında* “en sonrakinde” 24/27

Yabancı dilden Türkçeye girmiş kelimelerde ünsüzlerin etkisi veya ünlü benzeşmeleri ile ilk hecede [è] sesi ikincil olarak ortaya çıkmıştır. Bu sesin oluşumunda /ç/, /ş/, /y/ ünsüzlerin açık bir şekilde /e/ ünlüsü üzerinde daraltıcı etkisi vardır. Birkaç örnekte ise /h/ sesinin de /i/ üzerinde genişletici etkisi tespit edilmiştir.

/e/ ~ [è] *bêdeniñ* “< Ar. beden” 1/19, *béter* “< Far. bedter” 1/25, *sêne* “< Ar. sene” 1/48, *hêpisini* “< Far. heb”, *şey* “< Ar. şey”, *hér* “< Far. her” 2/2, *fêner* “< Rum. fener”, *şekerden* “< Far. şeker” 4/23.

/i/ ~ [è] *hêç* “< Far. hîç” 3/25, *êhtiyar* “< Ar. ihtiyâr” 15/24.

Çeşitli ses olayları ve çevrelerindeki seslerin etkisiyle bazı Türkçe kelimelerde sadece ilk hecede değil diğer hecelerde de bulunabilmektedir. /ç/, /ş/, /y/ ünsüzlerinin Türkçe kelimeler üzerinde de daraltıcı etkisi hâkimdir.

/e/ ~ [è] : *yıKsın_élleme* 1/27, *gêndi* “kendi” 1/34, *bağabilisên* “bakabilirsen” 2/3, *vermeyôr* “vermiyor” 2/3, *içéceg* “içecek” 4/14.

-e yü- ~ [è] : *ôtezine* “öte yüzüne” 1/35. İki ayrı kelimenin son ve ilk hecelerinin kaynaşması ile oluşmaktadır. Oluşumda /y/ ünsüzünün daraltıcı etkisi belirgindir.

[ê] ünlüsü aşağıdaki örneklerde, kelime içinde hece kaynaşması ile oluşmaktadır. Buradaki kaynaşmada da /y/ ünsüzünün daraltıcı etkisi vardır. Yöre ağızında hece kaynaşmaları ile ikincil olarak oluşan [ê] sesi genelde uzundur.

-ay/- ~[ê] : bakên (~bakayın “bakayım”) 4/58,

-ey/- ~[ê] : bilên (~bileyin “bileyim”) 11/3

Ünlü benzeşmelerinin etkisi ve /ğ/ sesinin düşerken yanındaki dar ünlülülere genişletme eğilimi metinlerde nadir rastlanan /i/~[ê] nöbetleşmesini oluşturmuştur.

/i/ ~ /ê/ : *sinêcê* “siniye” 5/131, *şêy deêl* “şey değil” 2/39.

/a/ ~ /ê/ nöbetleşmesi Kırahmetler köyünden derlenen sadece bir örnekte rastlanmıştır. Bu nöbetleşme, hece kaynaşmasıyla oluşan normal /ê/ ve uzun /ê/ seslerinin ara safhası sayılabilir.

/a/ ~ /ê/ yîkêyi yîkêyi (~yîkayı, yîkayı “yıkaya yıkaya”) 10/123.

[ê]: /e/ ile /ö/ arasında boğumlanan ince, geniş ve yarı yuvarlak bir sestir. Yörenin karakteristik sesleri arasında gösterilemeyen bu ses, gerileyici ve ilerleyici benzeşmelerle /e/, /ö/~[ê] nöbetleşmeleriyle ve dudak ünsüzleri /b/, /v/ seslerinin yanında /e/~[ê] nöbetleşmesiyle oluşur.

/e/~[ê] : *ortasêveden* “Ortaseyfe” 1/4 , *dêvleT* “devlet”13/1, *bêlime bâların* “belime bağlarım” 17/26, *köydêyidim* “köydeydim” 9/57

-êye >-ê~[ê] : *dê_ûraşôru* “diye uğraşıyor” 5/31

/ö/~[ê] *ênd_êyle* “êndê öyle, o şekilde” 5/1, *şêyle* “şöyle” 14/65

Birkaç örnekte gerileyici ünlü benzeşmesi nedeniyle /a/ ~ [ê] nöbetleşmesi vardır.

/a/~[ê] *tê_ölece* “ta öylece” 1/22, *arêyôr* “arıyor” 21/128

2.1.3. /i/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[î] : /i/ ile /i/ arası düz, dar, yarı kalın bir ünlüdür. Yörede sık kullanılan bu ses ünlü benzeşmeleriyle ve ünsüzlerin etkisiyle /i/~[î] veya /i/~[î] nöbetleşmeleri şeklinde oluşur. Ayrıca /ñ/, /ğ/, [g], [k] seslerinin, /i/ ünlüsü üzerinde çok belirgin kalınlaştırıcı etkisi bu sesin oluşumunda önem arz etmektedir.

/i/~[î] : *doñuz_ enîğı* “domuz eniği” 1/1, *êvîñ yanda* “evin yanında” 1/30, *keçelerîñ_ úsdüne* “keçelerin üstüne” 10/109, *çîğninde* “çiğninde” 10/104, *bîze* “bize” 1/1, *ikî gârdaşım*

“iki kardeşim 1/3, *döndüğ-ışde* “döndük işte” 1/9, *gışı* “kişi” 1/34, *normal şekilde* “normal şekilde” 2/5

/i/ sesinin yarı kalınlaşmasında ünlü benzeşmeleri de etkili olmuştur.

yed İbî ğannımız “yediği gibi karnımız” 5/105, *yānı ğaıldıramasın* “yani kaldıramasın” 18/37.

Gazipaşa köyleri ağzında özellikle Kırahmetler köyünden derlenen metinlerde kelime içi ve kelime sonunda bir arada bulunan *-ki* sesleri belirli bir sebep olmadan yarı kalınlaşmıştır.

şindikini “şimdikini” 1/20, *normal şekilde* “normal şekilde” 2/5, *dekî* “deki, kadar” 3/37.

ki bağlama edatı kalınlık-incelik uyumuna uyarak yarı kalınlaşmıştır.

sıkıntılı kî “sıkıntılı ki” 2/39, *durmazdıK kî* “durmazdık ki” 3/36.

/ı/~[i] nöbetleşmesi /y/ sesinin inceltici etkisiyle ve ünlü benzeşmeleriyle oluşmuştur.

ġatásiyá ġadar “katasıya kadar, katıncaya kadar” 1/33, *ġıymedli* “kıymetli” 14/2, *sulamıyór adam* “sulamıyor adam” 2/21

İncelenen metinlerde sadece bir örnekte konuşmacıdan kaynaklanan bir sebeple /e/~[i] nöbetleşmesi tespit edilmiştir.

évîl “evvel” 5/46.

[i] : /ı/ ile /u/ arasında boğumlanan kalın, dar, yarı yuvarlak ünlüdür. Yörede sık kullanılmayan bu ses, sadece birkaç örnekte dudak ünsüzleri olan /b/, /p/’ nin etkisiyle /ı/~[i] ve düzlük-yuvarlaklık bakımından ünlü benzeşmelerinin etkisiyle /u/~[i] nöbetleşmeleriyle oluşur.

/ı/~[i] *bırağdırdılar* “bıraktırdılar” 19/2, *çapıdılarla* “çaputlarla” 10/119

/u/~[i] *midlağa* “mutlaka” 2/8, *mîrad ırâmaTlı* “Murat rahmetli” 5/9, *bıra da* “bura da” 5/32.

âmad çavişêlîñ “Ahmet Çavuşgilin” 1/4, *ġavişig* “kavuşuk” 10/60 gibi bazı kelimelerde ikinci hecelerin yörede düz ve yuvarlak şekillerinin (çaviş~çavuş, ġaviş~ ġavuş-) eş zamanlı kullanılması sebebiyle [i] sesinin, dudak ünsüzlerinin etkisiyle /ı/, düzlük-yuvarlaklık benzeşmesiyle /u/ sesinden gelişebileceği ihtimallerini bir arada düşünmek gerekir.

[ĩ] : Geniz ünlüsü olan [i] sesi, geniz sesi /ñ/ ünsüzünün erimesiyle oluşur. İncelediğimiz metinlerde sadece bir örnekte /ı/ ünlüsüyle beraber ikiz ünlü halinde bulunur.

yalıız bunnarın (~*yalıñız bunların*) “yalnız bunların” 5/69

2.1.4. /i/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[ĩ] : /i/ ile /ü/ arasında boğumlanan ince, dar, yarı yuvarlak ünlüdür. /b/, /f/, /v/, /v/ dudak ünsüzlerinin yuvarlaklaştırıcı etkisi ve ünlü benzeşmeleriyle /i/~[ĩ], düz ünlülerin etkisiyle /ü/~[ĩ] şeklinde oluşur. Gazipaşa köyleri ağzında çok az kullanılan bir sestir.

/i/~[ĩ] : *éviñ_õnde* “evin önünde” 1/33, *musāfillerimize* “misafirlerimiz” 4/25, *fiyetlidi* “fiyatlıydı” 5/65, *şevîke* “Şefika” 8/8, *bî görevi* “bir görevi” 2/2, *bîloşlu* “Biloslu” 15/14, *ötekinner _ipi* “ötekiler ipi” 13/29.

/ü/~[ĩ] : *éyibēlden* “Eyüpgilden” 5/88, *mizdeliFeden* “Müzdelife’den” 9/16, *binyāmın* “Bünyamin” 24/10

2.1.5. /o/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[ó] : /o/ ile /ö/ arasında boğumlanan bir orta damak ünlüsüdür. /o/~[ó] ve /ö/~[ó] nöbetleşmeleriyle oluşur. Derlenen metinlerde çok sık kullanılan bir sestir. Bu sesin oluşumunun çeşitli sebepleri vardır:

/o/~[ó] nöbetleşmesi /y/ ünsüzünün inceltici etkisi ve kalınlık-incelik bakımından ünlü benzeşmeleriyle oluşur.

oynýór “oynuyor” 2/2, *ó öldü* “o öldü” 5/31.

/ö/~[ó] nöbetleşmesi ise /ğ/ ve /ñ/ ünsüzlerinin kalınlaştırıcı etkisi ve yine kalınlık-incelik bakımından ünlü benzeşmeleri ile oluşur.

tırağdór “traktör” 2/9, *óñümüzdeki* “önümüzdeki” 4/78, *o ólecēn* “o öleceğim” 5/31, *ben_óğünmeyı* “ben övünmeyi” 10/54.

/ö/ sesi, orta damak ünsüzleri olan /g/ ve /k/’nin önünde veya arkasında sistemli bir şekilde yarı kalınlaşarak [ó] sesine dönüşmüştür.

gógcebeleñde “Gökçebelen’de” 1/3, *gó_āmád* “Gök Ahmet” 1/7, *kóyüñ malını* “köyün malını” 1/49, *bi óküz* “bir öküz” 2/47, *senin górdūn* “senin gördüğün” 3/7, *dókeriz* “dökeriz” 4/24, *góçmenimiş* “göçmenimiş” 4/79, *kólgeden* “gölgeden” 10/84, *kóserdiğ_üsdüne* “köserdik üstüne, uzatırdık üstüne” 11/58, *sókede* “Söke’de” 14/121, *éndē kóyleriñ* “o köylerin” 21/33

Şimdiki zaman ekinde, /y/ ünsüzünün inceltici etkisiyle genelde yarı kalın [ó] sesi mevcuttur.

annēğóruller “anlıyorlar” 1/15, *věrmějór* 2/3, , *ölmüş_oļuğórú* “ölmüş oluyor” 5/4, *bilórúsüñ* “biliyorsun” 17/33, *tanımórún* “tanımıyorum” 22/10

Bir örnekte /v/ sesinin etkisiyle yuvarlaklaşıp /o/ sesine dönüşen /a/ sesi, ilerleyici benzeşmeyle de [ó] sesine dönüşmüştür.

/a/~o/~[ó] *piriÇ pilóvú* “pirinç pilavı” 13/68

[ó] : /o/ ile /u/ arasında boğumlanan yuvarlak, yarı dar, art damak ünlüsüdür. Yörenin karakteristik alt ses birimidir. /o/ sesinin yarı darlaşması veya /u/ sesinin yarı genişlemesi ile oluşmuştur. Ünlülerde yeni başlayan bir uyum olan darlık- genişlik uyumu [ó] sesinin oluşumunda en önemli etkidir. Genelde darlık- genişlik uyumu sebebiyle daralan /o/ sesi, /ç/, /ğ/, /s/, /y/ ünsüzlerinin yanında da daraldığı görülmüştür.

/o/~[ó] : *çóban* “çoban” 1/7, *çóg fenāyídıg* “çok fena idik” 21/147, *yòğ yani* “yok yani” 2/3, *gónmadı* “konmadı” 4/8, *gócanıñ* “kocanın” 5/5, *sóğan* “soğan” 21/60, *sókağlarda* “sokaklarda” 4/58, *davalları ónnañıñ* “davarları onların” 1/21, *hıhı óndan* “evet, ondan” 2/27, *óm beş* “on beş” 2/30, *millón nıra* “milyon lira” 2/87, *buranıñ órtası* “buranın ortası” 4/4.

/u/~[ó] nöbetleşmesinde sadece darlık- genişlik uyumu etkilidir.

bórdan “buradan” 2/69, *ğadmáa óraşırsınız* “katmaya uğraşırsınız” 3/24, *bó yanna* “bu yana” 11/61, *sómağ* “sumak” 21/74.

Standart Türkçedeki “baba” kelimesi yörede daima *boba* şeklindedir. İlk hecedeki /o/ sesi çeşitli sebeplerle daralmıştır. Dolayısıyla /a/~[ó] değil /o/~[ó] nöbetleşmesi gerçekleşmiştir.

ūruñ bóbası “Uğur’un babası” 5/9, *bóbañı* “babanı” 14/134.

Sadece bir örnekte /a/~[ó] değişmesi vardır. O da alıntı kelimedir.

/a/~[ó] *oğyónuzlar* “okyanuslar” 21/24

2.1.6. /ö/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[ö] : Bölgede sık kullanılmayan bu ses /ö/ ile /ü/ arasında boğumlanan ince, yuvarlak yarı geniş bir ünlüdür. Yöre ağızına ait birçok örnekte /ö/~[ö] nöbetleşmesinin olduğu görülmüştür. Birkaç örnekte de /ü/~[ö] nöbetleşmesi tespit edilmiştir. Bu sesin oluşumunda /ö/ sesi üzerinde /y/ sesinin daraltıcı özelliği etkilidir. Ancak asıl önemli etken ünlülerin darlık- genişlik bakımından benzeşmesidir.

/ö/~[ö] : *döndürüllerdi* “döndürürlerdi” 2/57, *götürüveridi* “götürüverirdi” 5/11, *köyd_âdâm* “köyde adam” 5/3, *böyle düünnere* “böyle düşünlere” 10/77, *gözel_olıdu* (~gözel olurdu) “güzel olurdu” 10/52.

/ü/~[ö] : Sadece birkaç örnekte rastladığımız bu nöbetleşme darlık-genişlik uyumuyla oluşmuştur.

tölellerdı “dügümlerlerdi” 10/89, *kötüglü verıverdıñ* “fişekliğı veriverdiğinde” 13/64.

Sadece bir örnekte düzlük-yuvarlaklık uyumu ve darlık-genişlik uyumunun etkisiyle /e/~[ö] nöbetleşmesi oluşmuştur.

ötökünde “ötekinde” 1/32.

2.1.7. /u/ Ünlüsü ve Çeşitleri

[ú] : /u/ ile /ü/ ile arasında boğumlanan dar, yuvarlak yarı kalın bir ünlüdür. Yörede kullanılan karakteristik alt sesbirimlerden biridir. [ú] sesi genel olarak /u/~[ú] ve /ü/~[ú] nöbetleşmeleriyle oluşmuştur.

/u/~[ú] nöbetleşmesi kalınlık-incelik bakımından ünlü benzeşmeleri ve /y/ ünsüzünün inceltici etkisiyle gerçekleşmiştir.

bú_üzde “bu yüzde” 1/36, *zıllınörusúñ_êel* “zıllınıyorsun evvel, asılıyorsun zaten” 5/134.

úykü üyümesi “uyku uyuması” 1/17, *sög_olıyór* “soğuk oluyor” 2/25.

“*bobulúla* ‘Bobulu’yla” 13/34” örneğinde /y/ sesi erimesine rağmen inceltici etkisi hissedilmektedir.

/ü/~[ú] nöbetleşmesinde kalınlık-incelik uyumunun etkisinin yanında /ğ/, /ñ/ ünsüzlerinin kalınlaştırıcı etkisi hâkimdir.

bu dúnyâ “bu dünya” 2/66, *o_üzde* “o yüzde” 1/36, *ónümüzdeki* “önümüzdeki” 4/78, *dúğünnerde* “dügünlerde” 10/5, *ógünmeyı* “övinmeyi” 10/54.

Orta damak /g/, /k/ seslerinin yanında bulunan /ü/ ünlüsü sistemli bir şekilde [ú] sesine dönüşmüştür. Bu dönüşümün sebebi orta damak ünsüzlerinin, /ü/ ön damak ünlüsünü yarı kalınlaştırmasıdır.

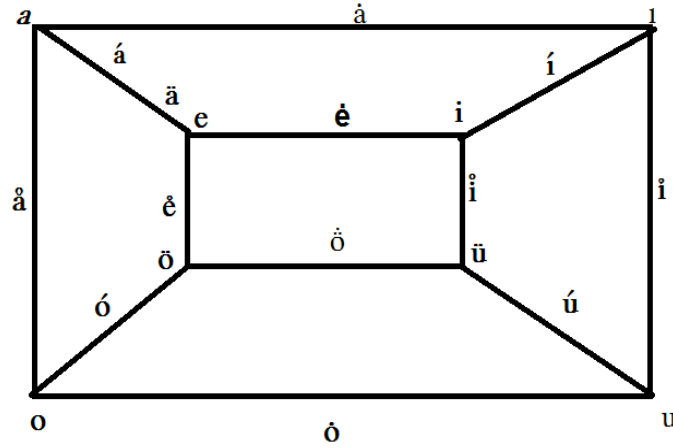
gún vermedi “gün vermedi” 1/1, *gúzün* “güzün” 1/31, *gúlüm* “gülüm” 4/50, *çükürüle* “çükürüle, kazmayla” 6/22, *dúggeniniñ_altında* “dükkânının altında” 1/4, *gúddüK* “güttük” 2/31, *davar gúderdi* “davar güderdi” 2/38.

Metinlerde karakteristik olmayan, kişiye has /i/~[ú] ve /ı/~[ú] nöbetleşmeleri tespit edilmiştir. Bu nöbetleşmelerde /f/ ve /v/ dudak ünsüzlerinin yuvarlaklaştırıcı etkisi vardır.

/i/~[ú] musâfûre “misafire” 12/8.

/ı/~[ú] pilóvú “pilavı” 13/68.

Tablo 1 : GKA’da Kullanılan Ünlüleri Gösteren Şema



Kaynak : (Erdem ve Bölük, 2011: 60)

2.2. Uzunluk-Kısalıklarına Göre Ünlüler

2.2.1. Kısa Ünlüler

Gazipaşa köyleri ağzında ünlülerin kısalma nedenleri belirli bir kurala bağlanamamaktadır. Genel itibariyle konuşmacının normalden hızlı konuşması veya heyecanlı konular anlatırken konuşmasını hızlandırması kısalma nedenleri arasında gösterilebilir. Necip Üçok seslerin normalden kısa telaffuzlarıyla ilgili olarak şunları söylemiştir:

“Sözün temposu ne kadar hızlı olursa, teker teker her teşekkülün süresi de o kadar kısa; tersine söz temposu ne kadar yavaş olursa, ayrı ayrı her fonetik teşekkülün süresi de o kadar uzun olur. Konuşma temposu ise müzikte olduğu gibi, birçok çeşitli olup bir tek cümle içinde bile sık sık değişir ve her şeyden önce konuşan kişinin fikrî durumuna ve o andaki ruh hâletine tâbidir. Çok çabuk kızan veya mizacen her zaman neşeli olan bir kimse, nevmi veya lenfavi olan bir kimseden daha hızlı konuşur... Sözlerinin gerek muhtevasını gerek şeklini tartarak ve ölçüp biçerek sözlerini sarf eden bir kimse yavaş; karşıdakilerin ne düşündüklerini itibar nazarına almayan bir kimse ise kesik kesik ve süratli konuşur.” (1951: 98).

Standart Türkçede kullanılan, /ö/ ünlüsü haricindeki diğer yedi ünlü’ (/a/, /e/, /ı/, /i/, /o/, /u/, /ü/) nün kısaltmış şekilleri Gazipaşa köylerinden derlenen metinlerde tespit edilmiştir.

2.2.1.1. Kısa /a/ ve /e/ Ünlüleri: [ă], [ě]

Ünlü ile biten ve ünlü ile başlayan iki kelime yan yana geldiğinde genelde ilk kelimenin sonundaki, seyrek olarak ikinci kelimenin başındaki ünlü kısalmır. Kelimelerin son hecelerindeki ünlüler kısalma eğilimindedir. *dA* bağlama edatı metinlerde çoğunlukla vurgu zayıflığı (Demir ve Yılmaz, 2012b:196) sebebiyle kısalmıştır. Ünlülerin kısalması üzerinde vurgu zayıflığı da etkilidir.

türkü çārağ “türkü çağırarak” 5/12, *yıkılan gālan* “yıkılan artık” 10/8, *antalyadā dā yaPdīm*, *ısparta dā yaPdīg* “Antalya’da da yaptım, Isparta’da da yaptık.” 5/18, *garılardā çocuğ olmaz* “karılarda çocuk olmaz” 5/35, *ayānā dağmışlar* “ayağına takmışlar” 13/16, *o dā ord oğurdu* “o da orada okurdu” 5/100, *ōnā inanmış* “ona inanmış” 6/11, *çocuğlar dā ases* “çocuklar da esas” 8/15, *ğışladā elmiş* “kışlatmaya gelmiş” 10/26, *cānīm* “canım” 10/107, *hayır hāğ ondan* “hayır, hayır oradan” 14/6, *haıva dā iki kilo* “helva da iki kilo” 14/60.

ōtē anında “öte yanında” 1/33, *sēneyē ādar* “seneye kadar” 2/31, *birinē demiş* 2/43, *bizdē olmazdı* 3/10, *hizmet ēdēceg* 2/90, *hēP sēyfeyə* 4/3, *ışdē bēn böyle geldim* “işte ben böyle geldim” 4/31, *osmāniyede dē yaPdīg* “Osmaniye’de de yaptık” 5/18, *meselē ēndē* “mesela o” 5/86, *gēddīdi dē onnar* “gittiydi de onlar” 9/25, *hallēdēcāmiz* “halledecemiz” 13/58, *ōrētmen* “öğretmen” 13/28.

2.2.1.2. Kısa /ı/ve /i/ Ünlüleri : [ĭ], [ĩ]

/ı/ ve /i/ ünlüleri, yörede kullanılan ünlüler içinde en fazla düşme ve kısalma eğiliminde olan seslerdir. Ünlüyle biten ve ünlüyle başlayan yan yana iki kelimedenden birinci kelimenin son sesi veya ikinci kelimenin ilk sesi /ı/ veya /i/ ise kısalan ünlü daima bu iki sestenden biridir.

yatāmız ayrı oludu “yatağımız ayrı olurdu” 1/29, *onuñ adını unuddum* “onun adını unuttum” 1/51, *serhoş olmazdı adām* “sarhoş olmazdı adam” 5/80, *dayısı mı olu* “dayısı mı olur” 10/9.

gıc çocu ĭbi “kız çocuğu gibi” 1/6, *vēremi olu* “veremi olur, takdiri olur” 1/52, *ğatallardı içerēē* “katarlardı içeriye” 5/46, *aılla ĭzin* “Allah izin” 15/41, *górmedi ĭşde* “görmedi işte” 11/17.

Kısa /ı/ ve /i/ ünlüleri özellikle akıcı ünsüzlerin yanında çok görülmektedir. Efrasiyap Gemalmaz bu hususta şunları söylemiştir:

“Başta /ı/ ve /i/ ünlüleri ünlüleri olmak üzere normal uzunluktaki ünlülerin akıcı ünsüzlerden önce veya sonra geldiklerinde, özellikle çabuk konuşan kimselerin ağzında kısaltmaya uğradıkları görülür.” (1978: 82)

bobamiz öldü “babamız öldü” 1/1, *alıvērēcēn* “alıvereceğim” 1/8, *zamanyıla* “zamanyıla” 2/30, *ğóvancılarııla* “kovancılarııla” 2/97, *elma varıdı* “elma vardı” 8/13, *ğagdıyııla*

“kalktığıyla, kalktığı gibi” 10/8, *saḍıyısag saḍıg* “saldıysak saldık” 11/5, *yanından kağdırırag* “yanından kaktırarak, yanından iterek” 10/106, *ğazanına göre* “kazanına göre” 10/117, *anamıllıların evinin* “Anamurluların evinin” 14/99, *çalılıg olur* “çalılık olur” 24/14.

hamızanın evinin “Hamza’nın evinin” 13/61, *biri birine* “birbirine” 10/91, *ula sen kope nini* “ulan sen köpek eniğini” 24/9, *halil ibramin* “Halil İbrahim’in” 10/27, *bobamelle* “babamgille” 17/10, *liselilere* “liselilere” 19/5.

ile edatı ve *i-* fiili bölge ağzında kalınlık-incelik uyumuna uymaktadır; fakat *ile* edatının ilk hecesi ile *i-* fiili genelde ya düşmüş ya da kısalmıştır.

ısrıgan çorbasiyla “ısrıgan otu çorbasıyla” 10/76, *zamanıyla* “zamanıyla” 2/30, *nar gabiyilan* “nar kabuğu ile” 21/74, *davarımız da varıdı* “davarımız da vardı” 4/42, *arkadaşıymış* “arkadaşıymış” 22/36, *varmış* “varmış” 14/109, *sahlıkhıydık* “sağlıklıydık” 17/31.

herifimle barabar “herifimle, kocamla beraber” 11/9, *deliyle* “deliyle” 13/38, *talla demirçileriñmiş* “tarla Demircilerinmiş” 4/67, *delidi kine* “degildi ki” 5/36, *ne günneridi* “ne günlerdi” 14/89, *alabildilerise* “alabildilerse” 10/53.

Kelime başında kullanılan 71 [ĩ] sesinin 60’ı /ş/ ünsüzünün önünde kullanılmıştır. Bu durum cümle içinde genelde vurgulanmayan “işde” kelimesinin çok kullanılması ve Türkçede kelimelerin /ş/ sesiyle başlayamaması sebebiyle /ş/ sesi önünde [ĩ] ünlüsünün türemesinden kaynaklanmaktadır.

sürmele işe eddin mi “sürmeyile şey ettin mi” 6/17, *aşşā yoğarı işde* “aşağı yukarı işte” 2/30, *bildimiz işde* “bildiğimiz işte” 2/71, *domatisini işeyini* “domatesini şeyini” 23/19

2.2.1.3. Kısa /o/ Ünlüsü : [ö]

Yöre ağzında /o/ ünlüsünün kısalmaya karşı dirençli olduğu görülmüştür. Çok az tespit edilmiştir. Genelde anlatıcının normalde hızlı konuşması veya heyecanlı anlattığı kısımlarda konuşmasını hızlandırması /o/ sesinin kısalma nedenleri arasında gösterilebilir.

öndan sön işde “ondan sonra işte” 23/3, *öndan sona* “ondan sonra” 24/27, *çobannar orda* “çobanlar orada” 24/5, *bilmüyorum* “bilmiyorum” 23/9, *göluna yapışmış* “koluna yapışmış” 22/26, *ğalabalığ oluruz* “kalabalık oluruz” 4/34, *böyle ö zaañ* “böyle o zaman” 10/122.

[ö] sesi, düzlük- yuvarlaklık benzeşmesi sebebiyle:

televözonda “televizyonda” 10/41 örneğinde /i/ ünlüsünün;

duru m_ũl_õn_õnnar “Durur mu ulan onlar?” 13/60 örneğinde ise /a/ veya /e/ ünlülerinin yerine kullanılmıştır.

2.2.1.4. Kısa /u/ve /ü/ Ünlüleri : [ũ], [ű]

/u/ ve /ü/ ünlülerinin kısalma nedenleri /ı/ ve /i/ ünlülerinin kısalma nedenlerine benzemektedir. Fakat [ũ], [ű] seslerinin; [ĩ], [ĩ] sesleri kadar kullanılmadığı görülmüştür. Özellikle [ű] sesi yörede çok az kullanılmaktadır.

onũn kenarında “onun kenarında” 2/86, *misāl verĩrũm* “misal veriyorum” 3/20, *soñũra* “sonra” 3/27, *bẽş ğurũş_õn ğurũş* “beş kuruş on kuruş” 4/26, *zámannar_olũdu* “zamanlar olurdu” 4/54, *õnnar sũylũyorũ* “onlar söylüyor” 4/57, *nũlũjağ* “ne olacak” 5/45, *zẽyb_oyũnu* “zeybek oyunu” 10/16, *rásulũllah* “Resulüllah” 13/18, 13/11, *bũyle ğonũşur* “böyle konuşur” 14/51, *bi ğodumuyũdu* “bir koydumuydu, bir vurduğunda” 14/138. *tũscũ edermiř* “Toscu edermiş, yaparmış” 126/5, *ĝiř_olũdũ* “kişi olurdu” 8/3, *ẽvel_olduyũsağ* “zaten olduysak” 11/5, *usluyũla* “uslu ile akıllıyla” 13/3, *nẽ_ẽlinĩ sũnũõn* “niye elini uzatıyorsun” 14/57, *allahũ tũla verir dẽõrũ* “Allahuteala verir, diyor” 13/44.

2.2.2. Uzun Ünlüler

Yöreden derlenen metinlerde alıntı kelimeler hariç birincil uzun ünlülere rastlanmamıştır. Fakat ünsüz düşmesi, ünsüz erimesi, ünlü birleşmesi ve hece kaynaşması gibi sebeplerle uzamış olan (Buran, 2008: 291) çok sayıda ikincil uzun ünlü tespit edilmiştir. Bu bölüm hazırlanırken Ahmet Buran’ın ikincil uzun ünlüler üzerine “söz içinde bulundukları yere göre, *sözcük kök ve tabanlarında, eklerde ve ekleşme durumunda*; oluşma biçimine göre, *ünlü birleşmesi, ünlü düşmesi, ünsüz düşmesi, ünsüz erimesi ve hece kaynaşması ile oluşanlar*” (Buran, 2008: 291) şeklinde yaptığı tasnif dikkate alınmıştır.

2.2.2.1. Ünsüz Erimesi veya Düşmesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

2.2.2.1.1. Sözcük Kök ve Tabanlarında

/f/, /ğ/, /h/, [l], /n/, /ñ/, /y/, /z/ ünsüzleriyle Arapça kökenli kelimelerde ayn (ع) sesinin erimesi ve [h], [l], [r] ve [y] seslerinin sönükleşmesi yöre ağzında kelime kök ve tabanlarında ikincil uzun ünlülerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sözcük kök ve tabanlarında ikincil uzun ünlüler en fazla /ğ/, /h/ ve /y/ ünsüzlerinin erimesi sonucu oluşmuştur.

/f/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

Ünsüz tekleşmesi nedeniyle ortaya çıkan bu uzunluk sadece aşağıdaki örnekte tespit edilmiştir.

mũzāFer_ābı (~ Muzaffer abi) 1/41.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

dēmedigce “değmedikçe” 21/86, *çırınır* “çığrınır” 7/21, *çīdem* “çiğdem” 2/72, *ōlak* *çobanī* “oğlak çobanı” 1/8, *ōlen* – *üşde* “öğlen üçte” 3/32, *ūrārın* “uğrarım” 2/52, *sūmūş* “süğmüş, uzamış” 2/82.

/h/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

tātadan “tahtadan” 1/47, *āñğı* “hangi” 17/47, *arab mēmēdīñ* “Arap Mehmet’in” 12/11, *ētiyarladı mı?* “ ihtiyarladı mı” 3/6, *ītiyar ğarıyı* “ihtiyar karıyı” 3/57, *mūtarlīmız* “muhtarlığımız” 4/2.

/k/ > /ğ/ ~ /ğ/, /g/ ~ /ğ/, Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

āşamıla (~ağşamıla) “akşamleyin” 1/38, *ārı* (~ağrı<ağarı) “taraftan, yünden” 14/30.

Aşağıdaki örnekteki ikincil uzun ünlü art zamanlı gerçekleşmiştir. *yirmi* sayısı Eski Anadolu ve Osmanlı Türkçeleri dönemlerinde *yigirmi* şeklinde kullanılmaktadır. Gazipaşa köyleri ağzında ise hece kaynaşmasına uğramış şekli tespit edilmiştir.

yirmi (<yigirmi) “yirmi” 14/20.

/l/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

āmış gēdmiş “almış gitmiş” 14/111, *geçmiş ōsun* “geçmiş olsun” 14/33.

/n/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

Sadece bir örneğine rastlanmıştır.

hindi lekī “şimdi lakin” 16/61.

/v/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

Çok yaygın değildir.

dolaplarıñ_ēl (~dolaplarıñ_ével) “dolapların zaten” 5/68.

/y/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

yālāya “yaylaya” 1/13, *dēzāñīle* (~deyzeñile) “teyzenle” 5/ 28, *şē* “şey” 4/81, *sōğuncu* mu “soyguncu mu” 15/8, *sōlemen* “söylemem” 17/32.

/z/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

ācıK “azıcıK” 1/18, *īcıK* “azıcık” 11/37.

Arapçadan Alıntı Kelimelerde Ayn (ع) Ünsüzünün Düşmesiyle Oluşan Uzun Ünlüler

yāni (<Ar. ya° nī) “yani” 2/7, *mīdam* (<Ar. mi° de) “(benim) midem” 5/133.

/ğ/ Ünsüzünün Önündeki Ünlüyü Uzatmasıyla Oluşan Uzun Ünlüler

dōğru 13/29, *arab_ōğredmen vardı* “Arap Öğretmen vardı” 10/71, *āğşam* “akşam” 4/28.

Erimek Üzere Olan [h], [l], [r] ve [y] Ünsüzlerinin Önündeki Ünlüyü Uzatmasıyla Oluşan Uzun Ünlüler

kediniñ böynundan “kedinin boynundan” 7/20, *īlhamdan* “ihramdan” 9/35, *pīynar* “piynar” 24/ 14, *borazan_āḥmad* “Borazan Ahmet” 9/42, *ārgádaş* “arkadaş” 15/14.

2.2.2.1.2. Eklerde

Eklerde görülen uzunlukları, “*eklerde görülen*” ve “*ekleşme sırasında ortaya çıkan uzunluklar*” şeklinde iki bölüme ayırmak mümkündür. Çünkü kimi uzunluklar, ekleşme sırasında ortaya çıkmakta, kimileri ise, bir kısım eklerin bünyesinde kalıcı, sürekli ve kurallı uzunluklar olarak yer almaktadır (Buran, 2008: 292).

-AcAK Gelecek Zaman Ekinde

Yörede -AcAk gelecek zaman ekinden sonra ünlüyle başlayan bir ek getirildiğinde ekin ikinci hecesinde hece kaynaşması sebebiyle karakteristik olarak ikincil uzun ünlü ortaya çıkmaktadır.

Aşağıdaki örnekte de görüldüğü üzere bu ekten sonra ünsüzle başlayan bir ek gelirse, söz konusu ikinci hecede yöre için istisna bir durum olarak ikincil uzun ünlü ortaya çıkmıştır. Buradaki ünsüz erimesi ekin bünyesinde ekleşme sırasında oluşmuştur.

górecesin “göreceksin” 21/89.

+gil İsimden İsim Yapma Ekinde

Gazipaşa köyleri ağzında kurallı biçimde *+gil* isimden isim yapma ekinin ilk sesi (–g–) düşmüş, ikinci ses olan –i–, hem uzayıp hem de yarı genişleyerek uzun kapalı /e/ (ē) sesine dönüşmüş ve ek *-ēl* şeklini almış. Fakat Kırahmetler köyünde genelde *+gil* şekli korunmuştur.

āmad çavişēlin “Ahmet Çavuşgil’in” 1/4, *anamēl* “annemgil” 7/22.

2.2.2.2. Hece Kaynaşmaları Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

Yöre ağzında tespit edilen ikincil uzun ünlülerin en fazla hece kaynaşmaları sonucu oluştuğu görülmüştür.

2.2.2.2.1. Sözcük Kök ve Tabanlarındaki Hece Kaynaşmalarıyla Oluşan Uzun Ünlüler

Gazipaşa köyleri ağzında, erime eğiliminde olan /f/, /ğ/, /h/, /l/, /m/, /n/, /v/ ve /y/ ünsüzlerinin iki ünlü arasında kalınca rahatlıkla eridiği gözlenmiştir. Bu ünsüzler eriyince etraflarında bulunan iki ünlüden kalınlık-incelik bakımından kalın olan; darlık-genişlik bakımından geniş olan ünlü, diğer ünlüyü bünyesine dâhil ederek uzamıştır. Bazen eriyen ünsüzün kalınlaştırıcı veya inceltici özelliğine göre uzun ara ünlüler de oluşmuştur.

/f/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

Özellikle *Mustafa* isminde yaygın olan bir hece kaynaşmasıdır.

musdā _*ēFendi* “Mustafa Efendi” 10/21.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

çār “çağır” 11/1, *aşşādan* “aşağıdan” 20/33, *yān* “yeğen” 11/48, *sōğ* “soğuk” 2/26, *sōdū* “Söğüt’ü” 3/30, *sār* “sığır” 2/43, *dēl* “değil” 2/3, *dāl* “değil” 11/20.

/ğ/ ve /l/ Ünsüzlerinin Aynı Kelimede Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

değil olumsuzluk edatından sonra *mi* soru edatı gelince görülen yaygın bir hece kaynaşmasıdır.

hasan dē mi? “Hasan değil mi?” 5/10.

/h/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

dā geregli “daha gerekli” 2/42, *boyacı_ibrām* “Boyacı İbrahim” 14/44, *irbēmiñ_ışēniñ* “İbrahim’in şeyinin” 1/49, *tōmu d_addıK* “tohumu da attık” 21/10, *meselē nūdyérine* “meselâ Nohutyeri’ne” 2/51, *mūddinin* “Muhiddin’in” 3/42, *sēlde galdı* “sahilde kaldı” 1/21.

/k/ > /ğ/ ~ /ğ/ Ünsüzlerinin Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

adamıñ lābı (~ *adamıñ lağabı* ~ *lağabı*) “adamın lakabı” 16/27.

/m/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

tamam kelimesinde yaygın olarak görülür.

tām mı? “tamam mı?” 22/33.

/m/ ve /n/ Ünsüzlerini Aynı Kelimede Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşması

Karakteristik değildir. Konuşmacıdan kaynaklanmaktadır.

nē zā ēvlenecegsiñ? “ne zaman evleneceksin” 16/53.

/n/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

bēm gız gardaşım “benim kız kardeşim” 10/35.

/ñ/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Uzun Ünlüler

sonra kelimesinin GKA'da karakteristik olarak *soñura* şeklinde kullanılması sebebiyle aşağıdaki örnekte hece kaynaşması olduğu düşünülmektedir.

sōra (~*soñura*) “sonra” 2/35.

/v/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

Sadece bir örneğine rastlanmıştır.

telōzōn “televizyon” 5/72.

/y/ Ünsüzünün Erimesi Sonucu Oluşan Hece Kaynaşmaları

şíkātım çōğ “şikāyetim çok” 17/4, *úrāma ġirer* “rüyāma girer” 14/89, *ásgerē_ārabası* “askeriye arabası” 5/26.

2.2.2.2. Eklerde Görülen Hece Kaynaşmalarıyla Oluşan Uzun Ünlüler

/ğ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

+*cAğİz* ekinde yaygın şekilde görülen hece kaynaşması olayıdır.

bicāz kere “birceğiz kere” 11/17, *üÇcēz* “üçceğiz” 7/32.

/c/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

-*AcAK* gelecek zaman ekinde konuşmacıların hızlı konuştuğu zamanlar oluşun hece kaynaşmasıdır.

olāğsın kemaḷ_ā “olacaksın Kemal Ağa” 2/102.

/r/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

-*AraK* zarf-fiil ekinde görülen bir hece kaynaşmasıdır. Sadece bir örnekte tespit edilmiştir. -*r* ünsüzüyle biten fiillerde iki tane -*r*- ünsüzünün arka arkaya telaffuzunun zorluğundan kaynaklanan bir hece kaynaşması olduğunu düşünülmektedir.

geçirēg “geçirerek” 21/46.

/y/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

-*AyIn Birinci Teklik Şahıs Emir Ekinde*

kaFañızı āīñ baḡān (~*kafañızı eḡiñ baḡayın*) “kafanızı eḡin bakayım” 13/71, *seslen baḡēn* (~*seslen baḡayın*) “seslen bakayım” 11/3.

+*leyin Ekinde*

yañlışlēn (~*yañlışleyin*) “yanlışıklıkla” 13/16.

2.2.2.2.3. Kök-Ek ve Ek-Ek Birleşmelerinde Görülen Hece Kaynaşmaları Sebebiyle Oluşan Uzun Ünlüler

/b/ > /v/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Sadece bir örnekte tespit edilmiştir. Yaygın değildir.

cēme ġaddım “cebime kattım” 14/4.

/d/ ve /ğ/ Ünsüzlerinin Aynı Kelimede Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Sadece bir örnekte rastlanan bu durum konuşmacının oldukça hızlı konuşmasından kaynaklanmaktadır.

bilīñ “bildiğin” 14/107.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Yörede en fazla görülen hece kaynaşması çeşididir. /k/ ünsüzüyle biten hemen hemen bütün kelime ve ekler, ünlüyle başlayan bir ek alınca /k/ ünsüzü /ğ/ ünsüzüyle nöbetleşmiştir. Oluşan /ğ/ ünsüzü de iki ünlü arasında kalınca erimiştir.

nasıl yapacāz? “nasıl yapacağız?” 1/19, *o mezálġā dōru* “o mezarlığa doğru” 3/17, *çocā* “çocuğa” 5/31, *gōresāni* “göreseğini” 4/62, *ēletecēn* “ileteceğim” 1/7, *ēşşāñi* “eşegini” 10/20, *ġaldımı* “kaldığımı” 1/5, *ġeddīmizde* “gittiğimizde” 1/38, *ġoġtūna* “koltuğuna” 1/2.

/k/ ve /q/ Ünsüzlerinin Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

+dA bulunma hâli eki ve +ki aitlik ekinin birleşiminde (+daki ~ +dağı~ +dāğı) karakteristik olarak görülen bir hece kaynaşmasıdır.

ūss_akaḡadā “üst yakadaki” 1/43, *sūmbüllerde* “Sümbüller’deki” 5/10.

/k/~/g/ ve /s/ Ünsüzlerinin Aynı Kelimede Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Birkaç örnekte tespit edilmiştir. Yaygın değildir.

hindī görecēn bi yā “şimdi göreceksin bir ya” 2/81.

/l/ ve /y/ Ünsüzlerinin Aynı Kelimede Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Sadece *bēn* (~*bileyin*) “*bileyim*” kelimesinde tespit edilmiştir. *bēn* kelimesi yöre ağzında çok yaygın olarak kullanılmaktadır.

ne bēn ben? (~ *ne bileyin ben?*) “ne bileyim ben” 1/12.

/ñ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Art arda gelen iki /ñ/ ünsüzünün telaffuzunun zorluğu sebebiyle oluşan çok karakteristik bir hece kaynaşması olayıdır.

anañ bobasına (~ *anaññ bobasına*) “(senin) annenin babasına” 10/36, *bēlēñ başıdı* (~ *bēleññ başıydı*) “belenin (tepenin) başıydı” 10/100, *onnarñ_ōnd_oludu* (~ *onlarñ_ōñünde olurdu*) “onların önünde olurdu” 1/20.

/n/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Çok yaygın değildir. Hızlı konuşma nedeniyle oluşmuştur.

kaFasī tağladivérir (~ *kafasını tağladivérir*) “kafasını dağıtır, yarıtır” 14/130.

/r/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

+lAr çokluk eki ve iyelik ekinin birleşiminde çok yaygın olarak görülen bir hece kaynaşmasıdır.

divanîñ aldlānda “divanın altlarında” 7/21, *burdan bir_ikilēne* “burdan bir ikilerine” 14/39.

Yöre ağzında -r geniş zaman ekinin erimesiyle de oluşan ikincil uzun ünlüler tespit edilmiştir.

ēhtiyar gālīz “ihtiyar kalırız” 5/33

/v/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

İki dudak ünsüzünün art arda gelmesi zayıf olanın düşmesine neden olmuştur.

bizim_ēviz (~ *bizim ēvimiz*) “bizim evimiz” 1/4

/y/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

uyāğalmışız “uyuyakalmışız” 3/48, *nā gaPmadīg* “niye kapmadık” 13/37, *mantar_olmāncá* “mantar olmayınca” 18/1, *yakışdırāmēcán* “yakışdıramayacağım” 11/75, *yürēreg* “yürüyerek” 2/103, *çal_aTlāsíyá gadar* “çala atlayasıya kadar” 10/102, *ēğšivēridi* “ekşiyiverirdi” 10/121, *yēsi gelir* “yiyesi gelir” 21/63, *gēndi de yatōru* (~ *gēndi de yatıyoru*) “kendi de yatıyor” 1/34.

Aşağıdaki örneklerde kelime içinde ekin bünyesinde veya eklerin birleşmelerinde bir araya gelen -AyI/- ses grubu, /y/ ünsüzünün inceltici ve daraltıcı etkisiyle karakteristik olarak [-ē-] ünlüsüne dönüşmüştür.

ēvinîñ yandēdi (~ *ēvinîñ yanındaydı*) “evinin yanındaydı” 1/4, *ne bilēn* (~ *ne bileyin*) “ne bileyin” 1/5

Yöre ağzının fonetik özelliklerine -AyI/- ses grubunun [-ē-] ünlüsüne dönüştüğü yukarıda bahsedilmişti. Aşağıdaki örnekte yöre ağzının özelliklerine aykırı bir şekilde gerileyici ünlü benzeşmesi nedeniyle -ayı/- ses grubu [-ī-] sesine dönüşmüştür.

ğiyimī *ğiydirmiş* (~ *ğiymayı* *ğiydirmiş*) “kıymayı kıydırmış” 5/121.

/z/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Hece Kaynaşmaları

Çok yaygın değildir.

sīnkīnner “sizinkiler” 3/15

2.2.2.3. Ekleşme Durumunda Ortaya Çıkan Uzunluklar

Bulunma Hâli Eki + Aitlik Ekinde: +dākı, +dēki

Yöre ağzında +ki~+kı aitlik ekinde önce gelen +dA bulunma hâli ekinin ünlüsünün uzun telaffuz edildiği tespit edilmiştir.

ordākı beKci “oradaki bekçi” 8/4, *ónümüzdeki* yerde “önümüzdeki yerde” 4/78.

Ünlüyle Biten Fiillere -(X)r Geniş Zaman Getirildiğinde

kapārdın “kapardın, kapattırdın” 21/107, *bēre dōşērdig* “bir yere dōşerdik” 11/59, *maḷ daşīrdī* “hayvan taşırdı, beslerdi” 2/64, *ısdar da doḡūrduḡ* “ıstar da dokurduk” 1/40, *emme yörūrdūḡ* “ama yürürdük” 10/45.

2.2.2.4. Sözcük Birleşmeleri Yoluyla Oluşan Uzun Ünlüler

Sözcük birleşmeleri yoluyla oluşan uzun ünlüleri, *birleşme sırasında yan yana gelen iki ünlünün kaynaşmasıyla oluşanlar* ve *iki sözcük arasında kalan ünsüzün erimesiyle oluşanlar* şeklinde iki ana gruba ayırmak mümkündür.

2.2.2.4.1. İki Sözcüğün Birleşmesinde Yan Yana Gelen İki Ünlünün Kaynaşmasıyla Oluşan Uzun Ünlüler

nēdicēz? (~ *ne édeceḡiz?*) “ne edeceḡiz” 5/72, *nēdillerdi* (~*ne éderlerdi*) “ne ederlerdi” 10/48, *hēr b_ otu* (~ *hēr bi otu*) “her bir otu” 20/41, *haḷbīśá* (~ *hāl bu ise*) “hālbuki” 9/26, *ortōḡuḷ* (~ *orta okul*) “ortaokul” 19/5, *tōle* (~ *ta öyle*) “ta o şekilde” 2/91, *bīṣ* (~ *bi iş*) “bir iş” 2/36, *cūngūse* “çünkü ise” 2/87.

2.2.2.4.2. İki Sözcüğün Birleşmesinde Ünsüz Erimesiyle Oluşan Uzun Ünlüler

İki ünlü arasında kalan /ğ/, /h/, /y/ ünsüzlerinin genel erime eğilimi kelimelerin birleşmeleri esnasında da görülür.

İki Sözcüğün Arasında /g/ > /ğ/, /ḡ/ > /ğ/ Ünsüzlerinin Erimesi

deḷānḷıyız (~ *deḷiḡanḷıyız*) “delikanlıyız” 13/87, *şindik_ībi* (~ *şindiki ḡibi*) “şimdiki gibi” 1/14, *bōn* (~ *bōḡün*) “bugün” 1/39, *keḡē_bī* (~ *keḡe ḡibi*) “keḡe gibi” 21/54, *ḡēndin_ōre* (~ *ḡēndine ḡöre*) “kendine göre” 2/2, *o ḡobancılā_aḷısañ* (~ *o ḡobancılıḡa ḡaḷırsañ*) “o çobanlığa kalırsan” 1/28, *ipl_ērdīmiz* (~ *ipliḡ eḡirdiḡımız*) “iplik eḡirdiḡımız” 21/36, *arab_āḷdī* (~ *araba ḡeldi*) “araba geldi” 14/7, *dāl* (~ *da gel*) “da gel” 11/11.

İki Sözcüğün Arasında /h/ Ünsüzünün Erimesi

ıṣıcāyīl_āyl idār_éddiK (~*ıṣıcağıyla hayla idāre éddiK*) “küçük ışıyla hayli yapardık” 5/60, *nāl_oludūnu* (~ *ne hāl olurduğunu*) “nasıl olurduğunu” 1/53, *durdān* (~ *durduhan*) “Durduhan” 4/68.

İki Sözcük Arasında /y/ Ünsüzünün Erimesi

nāpacāgsiñ_çocūmuz? (~ *ne yapacāgsiñ_çocuğumuz?*) “ne yapacaksın çocuğum” 1/35, *bēre* (~ *bi_yēre*) “bir yere” 11/59, *bēr_āncīnd_ēvleri* (~ *bēri_yancığında_ēvleri*) “hemen beri tarafında evleri” 21/114, *ōtēzki_mālledē* (~ *ōte_yūzkü_mahālledē*) “arka taraftaki mahallede” 1/48, *ōüzde* (~ *o_yüzde*) “o yüzde, o tarafta” 6/29, *şüzde_doñuz_eniğ_i var* (~ *şu_yüzde_doñuz_eniğ_i var*) “şu tarafta domuz eniği var” 1/1.

2.2.2.5. Vurgu ve Tondan Kaynaklanan Uzun Ünlüler

Gazipaşa köyleri ağızında vurgu ve tonlamaya bağlı olarak oluşan ikincil uzun ünlüler tespit edilmiştir.

2.2.2.5.1. Vurguya Bağlı İkincil Uzunluklar

Vurgu, bir sözcükte bir hecenin diğerlerine göre daha belirgin söylenmesidir. Ayrıca vurgu, sözcük gruplarında ve cümlede bir ögenin, metinde de bir cümlelinin diğerlerine oranla öne çıkarılması olarak da tanımlanabilir (Demir ve Yılmaz; 2012a:43). Yöre ağızında vurgu ve tonlama özellikleri standart Türkçeyle hemen hemen aynı olduğu için incelemede bu özellikler ayrı ayrı verilmeyecek, sadece konuyla ilgisi bakımından vurgu ve tonlamada sürenin de etkili olduğu yani vurgu nedeniyle uzayan örnekler verilecektir.

Yöre ağızında şaşkınlık, kızgınlık, üzüntü, heyecan vb. bildiren söz ve söz öbeklerinde heceler uzatılarak vurgu güçlendirilmiştir.

Heyecan, şaşkınlık: *āl_bağalım* “al bakalım” 10/15.

Kızgınlık : *dāşīñ_birini_ālP* “taşın birini alıp” 1/9.

Kendine güven : *ben_ōyun* “ben oyum” 1/10.

Öfke ve üzüntü : *ōldü_enver* “öldü Enver” 14/10.

Ayrıca soru cümlelerinin son heceleri genelde vurgu nedeniyle uzamaktadır.

nēdēn? “neden?” 2/39, *canávar_hā?* “canavar ha?” 3/47, *ēyle_mī?* “öyle mi?” 5/31, *duyur_mīñ_bacanāğ?* “Duyuyor musun bacanak?” 14/56.

2.2.2.5.2. Tonlamaya Bağlı İkincil Uzunluklar

Ton; bir hecede titreşim sayısının yüksekliği veya düşüklüğü, bir hecenin tiz ya da pes söylenmesi ve belli bir zamanda ses titreşimlerinin sayısını gösterir (Ergenç, 2002: 27; Demir ve Yılmaz; 2012a:49). *Düz*, *yükselen* ve *alçalan* olmak üzere üç çeşidi bulunan ton, Çince ve bazı Afrika dillerinde olduğu gibi Türkçede de anlam ayırıcı özelliğe sahiptir (Demir ve Yılmaz; 2012a:49).

Bitmeyen, tamamlanmamış sözlerde *yükselen ton* vardır. Anlatıcının sözünün tamamlandığı *alçalan ton*la anlaşılmaktadır. Tonlamada ikincil uzun ünlü oluşmaktadır.

bobamīz_öldī, *haḷamīn ḡocası ahmad çavış var, şūzde doñuz_ eniḡı var, onuñ bobası ḡun vèrmedi bīze*. “Babamız öldü, halamın kocası Ahmet Çavuş var, şu tarafta, domuz eniği var, onun babası rahat vermedi bize.” 1/1.

çıbıḡ dā ḡüzel gelişsin diyē, yāzın sürerdī. “Fidan daha güzel gelişsin diye, yazın sürerdi.” 2/6.

ḡuzūm, o davarı da yoḡ_ossun, o daḡ da yoḡ_ossun. “Kuzum, o davar da yok olsun, o dağ da yok olsun.” 11/11.

bir_ ó yanna binerdī, biri bu yanna binerdī. “Biri o tarafa binerdi, biri bu tarafa binerdi.” 8/10.

2.2.2.6. Alıntı Kelimelerde Uzun Ünlüler

Yöre ağızında, Arapça ve Farsçadan alıntı kelimelerde uzun ünlüler asli ve ikincil olmak üzere iki şekilde bulunur.

2.2.2.6.1. Alıntı Kelimelerde Asli Uzun Ünlüler

Yörenin genel konuşma eğiliminde Arapça ve Farsça kelimelerin asli uzun ünlüleri kısalmasına rağmen birçok örnekte, özellikle özel isimlerde, kelimelerin aslına sadık kalınarak asli uzun ünlüler korunmuştur.

cenābı_allaḡ (< Ar. Cenābı Allah) 1/10, *ṣāhin* (< Far. şahin) 8/8, *nūrī* (< Ar. Nūrī) 5/75, *hānede* (< Far. hane) 9/52, *medīneden* (< Ar. Medīne) 9/23, *berāberlig* (< Far. beraber) 2/48, *zāten* (< Ar. zaten) 2/72, *meselā* “< Ar. meselā” 10/35, *tāne* (< Far. dāne) 3/49, *mūsāfir* (< Ar. müsāfir) 4/56, *osmāniyede* (< Ar. Osmāniye) 5/18.

2.2.2.6.2. Alıntı Kelimelerde İkincil Uzun Ünlüler

Alıntı kelimelerde ikincil uzun ünlüler “Ünsüz Erimesiyle Oluşan Uzun Ünlüler” bölümünde örneklendirilmiştir. Konunun bütünlüğü için bu bölümde de değinilmesinde fayda görülmüştür. Alıntı kelimelerde ikincil uzun ünlüler /h/ ve /ʔ/ (ayn) ünsüzlerinin erimesiyle oluşmuştur.

/h/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Uzun Ünlüler

ītiyar “< Ar. ihtiyār” 3/57, *mūtarfımız* “< Ar. muhtar” 4/2.

Ayn (ع) Ünsüzünün Erimesiyle Oluşan Uzun Ünlüler

yāni “< Ar. ya° nī” 2/7, *mīdam* “< Ar. mi° de” 5/133.

2.3. İkiz Ünlüler

İkiz ünlüler, iki ayrı ünlünün aynı nefes baskısı altında telaffuz edilmesiyle oluşur (Üçok, 1951: 91). Alıntı kelimeler dışında Türkiye Türkçesi yazı dilinde ikiz ünlülere rastlanmaz (Erdem ve Bölük; 2011: 66). Gazipaşa köyleri ağızında ise /b/, /c/, /d/, /f/, /ḡ/, /h/,

/l/, /m/, /n/, /ñ/, /r/, /v/, /y/ ünsüzlerinin erimesiyle ikiz ünlüler oluşmaktadır. İkiz ünlülerin oluşmasında sadece ünsüz düşmeleri etkili değildir; iki ünlünün yan yana gelme zorunluluğu ve aynı zamanda alıntı kelimelerde *ayn* (ع) veya *hemze* (ء) ünsüzlerinin düşmesi de ikiz ünlülerin oluşmasında etkilidir (Erdem ve Bölük; 2011: 66). Türkçenin fonetik eğilimleri dikkate alındığında ikiz ünlüler, ikincil uzun ünlülerin ilk safhasını oluşturur (Yalçın, 2011: 1598). İkiz ünlüleri çenenin durumuna göre; yükselen, eşit ve alçalan olmak üzere üç gruba ayırabiliriz (Erdem ve Bölük; 2011: 67). M. Volkan Coşkun'un standart Türkiye Türkçesi için ünlülerin darlık-genişliklerine göre yaptığı tasnifi (2010: 93) örnek olarak yörede kullanılan ünlüleri, alçaklıklarına ve yüksekliklerine göre tablo halinde vermek uygun olacaktır.

Tablo 2: *Yükseklik-Alçaklıklarına (Genişlik ve darlıklarına) Göre Gazipaşa Köyleri Ağzında Kullanılan Ünlüler*

alçalan	a,ã	yüksek (geniş)
↓↓↓↓↓↓↓	á	
	â,ä	
	e,ê o, ö, ó	
	à, ò, ò	
	è, ı, ĩ,	
	í, i	↑↑↑↑↑↑↑
alçak (dar)	i, ĩ, u, ü, ú	yükselen

2.3.1. Yükselen İkiz Ünlüler

İkincil uzun ünlüler bölümünde de bahsettiğimiz gibi +*gil* isimden isim yapma eki yörede genelde +*êl* şekline dönüşmüştür. Dolayısıyla aşağıdaki örnekte de iki ünlünün kelime içinde karşılaşmasından doğan bir ikiz ünlü vardır.

dedes le “dedesigile” 61/112.

/b/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Hızlı konuşma sebebiyle oluşmuştur. Yaygın değildir.

boãm “babam” 2/59.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

/ğ/ ünsüzünün erimesiyle yaygın bir şekilde ikincil uzun ünlü olduğu gibi yine yaygın olarak ikiz ünlüler oluşmuştur.

oracâa “oracığa” 16/41, *boazın* “boğazın” 14/25.

/h/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

môammedile “Muhammet’ile” 10/99, *müâmed* “Muhammet” 13/69.

/l/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir. Hızlı konuşma nedeniyle oluşmuştur.

Fěān “falan” 14/136.

/m/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir. Hızlı konuşma nedeniyle oluşmuştur.

zāān böyle “zaman böyle” 10/122.

/v/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir. Hızlı konuşma nedeniyle oluşmuştur.

dēam_ēddig “devam ettik” 9/19.

/y/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

hapīla yaşıyorun “hapla yaşıyorum” 17/6, *yēēšī_ēlidi* “yiyesi gelirdi” 21/178.

-ahi- Ses Grubunun Erimesiyle Oluşanlar

Sadece bir örnekte tespit edilmiştir.

irbēām “İbrahim” 14/44.

-yac- Ses Grubunun Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir.

ne admāāg “niye atmayacak” 13/37.

-yec- Ses Grubunun Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir.

dēēgsin (∼dēyecegsin) 2/46.

2.3.2. Eşit İkiz Ünlüler

ōō fo silah 21/164 örneğindeki ikiz ünlü sözü uzatmadan kaynaklanmaktadır.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

daa çıgdı “dağa çıktı” 2/14, *gızlara düür* “kızlara düğür” 4/53, *dibegde dōeriz* “dibekte döveriz” 21/61.

/n/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

saļar_ēlīj “salar elini” 21/44.

gızı Fīlāāg “kızı bile” 21/164” örneğinde /n/ ünsüzünün eridiğini düşünmemizin sebebi kelimenin yörede “*fileneg*” şeklinde yaygın kullanımıdır.

/ñ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Birkaç örnekte tespit edilmiştir. /ñ/ ünsüzü düşerken kendinden sonra gelen ünlüyü nazallaştırmıştır.

yañız bunnarın “yalnız bunların” 2/69, *bañ* “bana” 10/1.

/v/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

öleşzi mī? “ölevezi mi?” 23/2.

/y/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

yañ gēldī “yayan geldi” 14/4.

-ehēle- ~ -ēle- Ses Grubunun Erimesiyle Oluşanlar

Arapça *Allahū a‘lem* söz grubundan ses değişimleriyle oluşan “*ellehelem~ ellēlem* ‘herhalde’” yörenin en karakteristik kelimelerindendir. Kelimedeki ses değişmesi art zamanlı gerçekleştiği için biz sadece eş zamanlı varyantlarında meydana gelen ses değişmelerini incelemeye aldık.

elleēm 15/25.

2.3.3. Alçalan İkiz Ünlüler

ēndāenner_ikisi “onların ikisi” 1/41 örneğindeki ikiz ünlü, ünsüz düşmesinden değil uzun ünlüden kaynaklanmaktadır. Çünkü bu kelime yörede hep *ēndē~endē* şeklindedir.

/b/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir.

cāīmdē “cebimdeki” 13/7.

/c/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

çōūcág “çocuk” 11/21, *tahāīg* “dahacık, işte hemen orada” 4/47.

/d/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Çok yaygın değildir.

dēīm “dedim” 22/15.

/f/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Yaygın değildir.

horāzan tarāīndan mī? “Horasan tarafından mı?” 14/104.

/ğ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

āīdan “ağı bitkisinden” 22/1.

/h/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

tōumū “tohumu” 21/1, *sāībī* “sahibi” 2/34, *dāīl* “dāhil” 22/1.

/m/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

Çok yaygın değildir, hızlı konuşma sebebiyle oluşmuştur.

ārāīşlar “aramışlar” 22/3, *hāīc n* “hemen” 13/8.

/n/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

qu “onu” 13/26, *yāīmda* “yanımda” 14/29.

/ñ/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

scura (∼soñura “sonra”) 18/8, *aīaīndan* (∼aīaīnından “alanından”) 2/27.

/r/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

davāīñda davar “davarında davar” 24/7.

/y/ Ünsüzünün Erimesiyle Oluşanlar

ōīze “o yüze” 6/22, *ēsgiden vīlāe dden* “eskiden vilayetten” 14/122

Arapça’dan Alıntı Kelimelerde Ayn (ع) Ünsüzünün Düşmesiyle Oluşanlar

dōaīlaşmīş “dualaşmış” 14/120.

2.4. Ünlü Uyumları

2.4.1. Kalınlık-İncelik Uyumu (Damak Uyumu, Büyük Ünlü Uyumu)

Türkçenin en karakteristik ünlü benzetmesi olayı (Gülsevin, 2002:21) olan, ince ünlülerden sonra ince ünlüler, kalın ünlülerden sonrada kalın ünlülerin gelmesi esasına dayanan kalınlık-incelik uyumu yöre ağzında neredeyse tamdır. Bu uyumun sağlanmasında gerileyici ve ilerleyici benzeşmelerin olumlu; bazı ünsüzlerin ise olumsuz etkileri vardır. Yabancı kelimelerin birçoğu ve standart dilde uyuma girmeyen Türkçe kökenli kelimelerle bazı ekler, gerileyici ve ilerleyici ünlü benzeşmeleriyle kalınlık-incelik uyumuna girmiştir. Fakat ünsüzlerin etkisiyle bazı kök, taban ve eklerde uyum bozulmuştur.

Yazı dilinde uyuma girmeyen bazı kelime, enklitik ve eklerin Gazipaşa köyleri ağzındaki durumu şu şekildedir:

Ekler

+ki Aitlik Eki

Standart Türkçede tek şekilli olan +*ki aitlik eki* yörede +*ki* ve +*kı* olmak üzere iki şekillidir. Kalın ünlülü kelimelerde genellikle uyuma girmiştir.

gīşin kı “kışınkı” 2/7, *benimki* “benimki” 6/20

-ken Zarf-Fiil Eki

Sadece *i-* fiili üzerine gelmesi sebebiyle standart Türkçede tek şekli bulunan *-ken* zarf-fiil eki yörede kurallı bir şekilde kalınlık-incelik uyumuna uymuştur.

doĸanıĸa barabar “dokunurken beraber” 7/20, *vâriĸa* “varırken” 17/26, *oĸunurĸan* 5/81, *ĸederke de ĸörmedim ĸelike de* “giderken de görmedim gelirken de” 9/23, *ĸeliveriken* “geliyorken” 14/137.

-yor Şimdiki Zaman Eki

-yor şimdiki zaman eki tamamıyla uyuma girmiş değildir. Ekin kalın ünlülü şekillerinin yanı sıra */y/* ünsüzünün inceltici etkisiyle ince ve yarı ince ünlülü şekilleri mevcuttur. Fakat bu durum ekin kalınlık-incelik uyumuna girdiği anlamına gelmemektedir. Çünkü kalın ünlülü bir kelimeye ekin ince ünlülü şekli gelebilmektedir.

bilmõrûn “bilmiyorum” 19/4, *bilmõrûyûn* “bilmiyorum” 6/11, *doĸanıyõrû* “dolaniyor” 14/73, *ĸıĸmõrûllar* “çıkıyorlar” 2/94

Enklitikler

***ki* Bağlacı**

Enklitik yani ek olmadığı halde ek gibi davranan, eklere özgü ünlü ve ünsüz uyumuna tabi olan (Demir ve Yılmaz; 2012b:196) *ki* bağlacı genelde kalınlık-incelik uyumuna tabidir. *ki* bağlacının kalın ünlülü şeklinin ortaya çıkmasında ilerleyici ünlü benzeşmesinin yanında ön damak */k/* ünsüzünün, yörenin fonetik özelliği olarak orta damağa kayma eğilimi de etkilidir. Aynı zamanda */k/* ön damak ünsüzünün orta damağa kayma eğilimi ince ünlülü kelimelerden sonra *ki* bağlacının damak uyumuna uymamasına da neden olmaktadır.

dedi ki “dedi ki” 10/71, *ĸalmaz ĸı* “kalmaz ki” 21 /152, *olacaĸ ĸı* “olacak ki” 3/14, *deditim ĸı* “dedim ki” 14/22, *unuddum ki* “unuttum ki” 23/13

***ile* Edatı**

Yine enklitik özelliği gösteren *ile* edatı derlenen metinlerde tamamıyla ekleşmiş ve kalınlık-incelik uyumuna girmiştir.

bobamıla “babamla” 10/2, *ķeserile* “keserle” 7/3, *bobuluyla* “Bobulu ile” 13/41

***i-* Fiili**

i- fiili de yörede tamamıyla ekleşmiş olup kalınlık-incelik uyumuna uymaktadır.

barabarıdıĸ “beraberdik” 6/1, *hayınıdıĸ* “afacandık” 21/136, *dellerimiş* “derlermiş” 14/114, *namazı ĸılmadıyıdıĸ* “namaz kılmadıydık” 9/8, *varımiş* “varmış” 14/109, *ĸorseñidi* “görseydin” 6/6, *aslı varısa* “aslı varsa” 11/50.

Kelimeler

Standart Türkçede kalınlık-incelik uyumuna uymayan bazı kelimeler yöre ağızında uyuma tabidir.

hañgını “hangi” 10/4, *ğardaşım* “kardeşim” 10/35.

2.4.1.1. Kalınlık-İncelik Uyumunun Bozulma Sebepleri

Ünlü benzeşmeleriyle oluşan kalınlık-incelik uyumu bazı ünsüzlerin etkisiyle bozulmaktadır. Bu ünsüzler kullanıldıkları kelime kök ve tabanlarıyla eklerde uyum dışı şekiller ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla kalınlık-incelik uyumunu bozan sebepleri, kelimeler ve ekler yerine ünsüzler üzerinden açıklamak daha doğru olacaktır. Karakteristik olarak kalınlık-incelik uyumunu bozan ünsüzler şunlardır:

/y/ Ünsüzünün Etkisi

/i/ ünlüsüne yakın boğumlanan /y/ ünsüzünün inceltici etkisi yörede bazı kelime ve eklerde kalınlık-incelik uyumunu bozmaktadır.

góláyı “kolayı” 15/49, *goley goley* “kolay kolay” 2/3, *galeyçiniñ olā* “Kalaycı’nın oğlağı” 1/20, *yanmáýince* “yanmayınca” 10/4, *būdeyden* “buğdaydan” 20/7, *sułācağsıñ* “sulayacaksın” 6/18, *yıķeyi yıķeyi* “yıkaya yıkaya” 10/123, *ğıpırdadmēcág* “kıpırdatmayacak” 11/1.

Yöre ağızında, -AyI- ses grubu hem ekleşmede hem de eklerin bünyesinde kurallı bir şekilde [ē] ünlüsüne dönüşmesi kalınlık-incelik uyumunun bozulmasında en önemli etkidir.

yandēdi “yandaydı” 1/4, *arabēle mi* “arabalayla mı” 8/1, *parē* “parayı” 5/126, *nēlig_ olmēP* “nelik olmayıp (niçin olmasın)” 6/6, *baķēn* “bakayım” 11/3.

-yor şimdiki zaman eki bilindiği üzere standart Türkiye Türkçesinde tek şekilli olduğu için uyum dışıdır. Fakat yöre ağızında bu ekin ince ya da yarı ince ünlülü şekilleri mevcuttur. Bu durum ünlü benzeşmesinden ziyade /y/ ünsüzünden kaynaklandığı için yine uyum dışı şekiller ortaya çıkmıştır.

ne zevk_annēğórüller “ne zevk anlıyorlar” 1/15, *değışiör* “değişiyor” 2/28, *çıgmōrúllar* “çıkıyorlar” 2/94, *yatōru* “yatıyor” 1/34, *ora sıçırōrū* “ora sıçırıyor” 7/28.

/ğ/ Ünsüzünün Etkisi

/ğ/ ünsüzünün kalınlaştırıcı etkisi kalınlık-incelik uyumunun bozulmasında önemli bir etkidir.

gétđiğinde “gittiğinde” 1/31, *biríğirdir* “birikirdir” 11/70

/ğ/ ünsüzünün eridiği bazı örneklerde bile arthlaştırmanın etkisi görülür.

geldımdáki “geldiğimdeki” 1/11, *ērdmeci* “eğirtmeci” 1/39

[g] ve [k] Ünsüzlerinin Etkisi

Ön damak /g/, /k/ ünsüzlerinin hiçbir fonetik sebebe bağlanamadan orta damağa kayması ve kendisinden önce veya sonra gelen ünlüleri yarı kalınlaştırması yörede uyum dışı kullanımları ortaya çıkarmıştır.

kópeK “köpek” 11/4, *şindikini* “şimdikini” 1/20, *bizikine* “bizimkine” 4/5, *çükürüle* “çükürle, kazmayla” 6/22, *gógcebeñde* “Gökçebelen’de” 1/3, *döndüğışde* “döndük işte” 1/10, *gözümüz* “gözümüz” 5/102, *yügledidiglerini* “yüklettiklerini” 10/43, *dókállerdı* “dökerlerdi” 10/21, *evdeķi ğıc çocū* “evdeki kız çocuķu” 1/6.

/ñ/ Ünsüzünün Etkisi

/ñ/ ünsüzü çevresinde bulunan ünlüleri genelde yarı kalınlaştırarak kalınlık-incelik uyumunun bozulmasına neden olmuştur.

dēzāñile “teyzenle” 5/28, *né_ēderdīñiz* “ne ederdiniz” 4/49, *ōñlerine* “önlerine” 5/76.

/c/ Ünsüzünün Etkisi

Yarı inceltici etkisiyle kalınlık-incelik uyumunu bozmaktadır.

acıcağ “azıcık” 10/129, *çōucág* “çocukak” 11/21, *hócá* da “hoca da” 11/36, *kılcár* “kılcar, kepenek” 15/49.

/l/ Ünsüzünün Etkisi

İnceltici etkisiyle kalınlık-incelik uyumunu bozmaktadır.

antelláda “Antalya’da” 1/3, *alenyada* “Alanya’da” 16/46.

Kalınlık-İncelik Uyumuna Uymayan Ekler

+leyin Eki

Standart Türkçede uyum dışı olan +leyin ekinin Gazipaşa köyleri ağzında da uyuma girmemesi ekin bünyesindeki /y/ ünsüzünden kaynaklanmaktadır.

māsuzlē “bilerek, kasten”, 5/48, *yañlışlēñ* “yanlışıklıkla” 13/27, *sabāēñ* “sabahleyin” 20/12

+gil Eki

Standart Türkçede uyum dışı olan bu ek yöre ağzında kurallı bir şekilde +ēl şekline dönüşmüştür ve yine kalınlık-incelik uyumuna girmemektedir.

āmad çavişēlīñ “Ahmet Çavuşgilin” 1/4, *anamēl* “annemgil” 7/22

Kırahmetler köyünden derlenen metinlerde ekin hem +gil hem de +ēl şekilleri mevcuttur. Fakat ağırlık +gil ekinden yanadır.

ğaradayēlīñ “Karadayıgilin” 10/28, *bobamgil* “babamgil” 10/31

Ünlü Benzeşmelerinin Etkisi

Ünlü benzeşmeleri kalınlık-incelik uyumunun oluşmasına aynı kelime içinde daima olumlu yönde etki etmesine rağmen kelimeler arasında bu uyumu nadir de olsa olumsuz etkilemektedir.

tesbîhî âlinden “tespihi elinden” 15/6, *yēmeğ-üçün* (~yemek uçun) “yemek için” 5/104.

***kerāñ* Kelimesi**

kenar manasında kullanılan bu kelimenin Gazipaşa köyleri ağzında *ķırañ* ve *kereñ* şekilleri de kullanılmaktadır. Türkçe kökenli *kerāñ* kelimesinin kalınlık-incelik uyumuna uymaması, aynı manada kullanılan Farsçadan alıntı *kenar* kelimesine benzemeye bağlanabilir.

2.4.1.2. Alıntı Kelimelerde Kalınlık-İncelik Uyumu

Yöre ağzında, kalınlık-incelik uyumuna mukavemet gösteren bir hayli alıntı kelime bulunsa da ünlü benzeşmelerinin etkisiyle birçoğu uyumu girmiştir. Birçoğu da yarı kalın veya yarı ince ünlülere sahip olup uyuma girme sürecindedir. Hatta aynı kelimenin hem uyuma girmiş, hem girmekte olduğu hem de girmemiş şekilleri mevcuttur.

2.4.1.2.1. Uyuma Giren Alıntı Kelimeler

İlerleyici Ünlü Benzeşmesiyle

filen “filan” 10/1, *fiyetlîdi* 5/67, *āmad* “Ahmet” 1/4, *dünye* 16/50, *mesele* “mesela” 10/36.

Gerileyici Ünlü Benzeşmesiyle

halvaya “helvaya” 10/128, *lekî* “lakin” 16/61, *sêilê* “sahile” 14/38, *nutaşda* “nişasta” 20/7.

Hem İlerleyici Hem de Gerileyici Ünlü Benzeşmeleriyle

barabarıdığ “beraber idik” 6/1

2.4.1.2.2. Uyuma Girmekte Olan Alıntı Kelimeler

safî “safî, sadece” 5/88, *kepâğzelig* “kepazelik” 1/28, *zâten* “zaten” 2/9, *meselâ* “mesela” 5/5, *dúnyâ* “dünya” 2/66, *îmķani* “imkânı” 2/65.

2.4.1.2.3. Uyuma Girmeyen Alıntı Kelimeler

Alıntı kelimelerden bazıları kök itibarıyla uyuma uymamaktadır.

mümkünâtî “mümkünatı” 2/48, *acelesinden* “acelesinden” 7/36, *alîye* “Ali’ye” 1/9.

Bazıları ise kök olarak uyuma uysa da aldıkları ek itibarıyla uyum dışı kalmıştır.

sîhadli “sıhhatli” 2/40.

Uyuma uyduğu hâlde bünyelerindeki ünsüzlerin etkisiyle damak uyumuna uymayan alıntı kelimeler vardır.

antellâda “Antalya’da” 1/3, *alenyada* “Alanya’da” 16/46, *filan* (~*falan* < Ar. *fû^clân*) 14/110, *felan* (~*falan* < Ar. *fû^clân*) 4/56.

2.4.2. Düzlük- Yuvarlaklık Uyumu (Dudak Uyumu, Küçük Ünlü Uyumu)

Bir kelimenin ilk hecesinde düz ünlü varsa sonraki hecelerde de düz, yuvarlak ünlü varsa sonraki hecelerde dar-yuvarlak veya düz-geniş ünlülerin kullanılması şeklinde ortaya

çıkan düzlük-yuvarlaklık uyumu (Demir ve Yılmaz; 2012b:138) yöre ağzında standart dile göre oldukça ileridir. Dudak ünsüzlerinin (/b/, /m/, /f/, /v/) etkisiyle birçok örnek yarı-yuvarlak ünlülüdür. Dolayısıyla bu tür ünlü taşıyan kelimelerde dudak uyumu yarım kalmıştır.

Yöre ağzında bazı örnekler dudak ünsüzlerine rağmen tamamen düzleşmiştir.

Yağmır “yağmur” 18/1, *şapıK* “çabuk” 1/19, *ğabıyılan* “kabuğuyla” 21/74.

Geniş yuvarlak ünlüler, telaffuzda çok fazla güç gerektirdiği için ilk hece dışında bu ünlüler bulunmaz (Güz, 1992: 97). Standart Türkçede dudak uyumuna uymayan birçok alıntı kelime dudak uyumuna uymaktadır.

moturuıla mı? “motorla mı” 8/1, *toğdura* “doktora” 11/47.

horoz kelimesinin yörede tespit ettiğimiz varyantları dudak uyumuna iki farklı şekilde uymuştur.

horuz “horoz” 10/108, *foraz* “horoz” 21/124.

Yöre ağzında birçok kelimede dudak uyumu yarım kalmıştır.

çaviş “Çavuş” 1/1, *savırdı* “savurdu” 1/26, *abdiraman* “Abdurrahman” 1/49, *mamîd* “Mahmut” 10/11, , *ğavişig* “kavuşuk” 10/60, *anamır* “Anamur” 3/36.

Yöre ağzında şimdiki zaman eki dudak uyumunu bozmaktadır.

yağōruılar “yakıyorlar” 4/41, *bilmōrūn* “bilmiyorum” 19/4.

2.4.3. Uyum Değişikliği

Damak uyumuna uyan çok heceli kelimelerin ünlülerinin tamamıyla incilmesi veya kalınlaşmasıyla uyum değişikliği gerçekleşmektedir.

a-a~e-e : *emme* “ama” 5/128,

-a-ı~-e-i : *tenimiş* “tanımış” 6/7.

-a-ı~-i-i : *satıl* 15/14 ~*sitil* 12/10.

ö-e~-o-a : *omarın* “Ömer’in” 9/8.

-i-e~-ı-a : *hızmad* “hizmet” 11/36.

u-u~-ü-ü : *üykü üyümesi* “uyku uyuması” 1/16.

3. Sonuç

1. Karakteristik olarak –AyI- ses grubu –y- ünsüzünün erimesiyle uzun kapalı /e/ (ĕ) sesine dönüşmüştür. Bu durum büyük oranda tam olan kalınlık-incelik uyumunun bozulmasına neden olmaktadır. Yine bu duruma bağlı olarak birinci teklik şahıs emir eki –AyIn, –ĕn; +lAyIn eki ise +lĕn şekline dönüşmüştür.

sabālēn (∼sabahleyin) 20/12, *varēn* (∼varayın) 15/24.

2. Türkçenin tarihî devrelerinden beri başlı başına fonem olan /ñ/ sesi Gazipaşa köyleri ağzında korunmaktadır. Fakat Zeytinada köyü Ortaseyfe mahallesinden derlenen metinlerde bu ünsüzün yerini tamamen /n/ ünsüzüne bıraktığı tespit edilmiştir.

3. Gazipaşa köyleri ağzında /ğ/, /h/, /v/, /y/ ünsüzlerinin yaygın; /c/, /l/, /r/, /v/ ünsüzlerinin kısmen daha az yaygın olarak erimesiyle ikiz ünlüler ve ikincil uzun ünlüler oluşmaktadır. Hatta ikiz ve ikincil uzun ünlülerle bu ikincil uzun ünlülerin bir ileri gelişme safhası olan ünlü kısalması olayı bir arada gözlenebilmektedir.

4. Ünlülerle biten fiillere geniş zaman eki getirilince birçok örnekte ekin geldiği hecenin uzun telaffuz edildiği tespit edilmiştir. Bu durumda ünlüyle biten fiillere sadece *-r* geniş zaman ekinin değil aynı zamanda *-Ar* ve *-Xr* eklerinin de getirildiği düşünülebilir.

damlārdı (∼dam+la+r+dı) 11/29.

5. Gazipaşa köyleri ağzında *+gil* isimden isim yapma eki *+ēl* şekline dönüşmüştür. Fakat Kırahmetler köyü ağzında *+gil* şekli korunmaktadır.

dedeñēlden (∼dedeñgilden) 6/2, *bobamgil* 10/30.

6. Gazipaşa köyleri ağzında karakteristik olarak korunan kapalı /e/ (/è/) sesi Kırahmetler köyü konuşmasında büyük oranda /i/ ünlüsüyle nöbetleşmektedir.

4. Çeviri Yazı İşaretleri

[á]	: /a/ ile /e/ arası düz, geniş, /a/ ünlüsüne yakın orta damak ünlüsü
[à]	: /a/ ile /ı/ arası düz, art, yarı geniş ünlü
[â]	: /a/ ile /o/ arası art, geniş, yarı yuvarlak ünlü
[ã]	: damaksıl /a/ ünlüsü
[ä]	: /a/ ile /e/ arası düz, geniş, /e/'ye yakın ünlü
[è]	: /e/ ile /i/ arası düz, ön, yarı geniş ünlü
[ê]	: /e/ ile /ö/ arası ön, geniş, yarı yuvarlak ünlü
[í]	: /ı/ ile /i/ arası dar, düz, yarı art ünlü
[î]	: /ı/ ile /u/ arası dar, art, yarı yuvarlak ünlü
[ĩ]	: damaksıl /ı/ ünlüsü
[ï]	: /i/ ile /ü/ arası ön, dar, yarı yuvarlak ünlü

- [ó] : /o/ ile /ö/ arası geniş, yuvarlak, yarı art ünlü
- [ô] : /o/ ile /u/ arası yuvarlak, art, yarı geniş ünlü
- [ö] : /ö/ ile /ü/ arası, yuvarlak, ön, yarı geniş ünlü
- [ú] : /u/ ile /ü/ arası dar, yuvarlak, yarı art ünlü
- [b] : /b/ ile /v/ arası ötümlü çift dudak ünsüzü
- [ç] : /c/ ile /j/ arası ötümlü yarı sızıcı ünsüz
- [Ç] : /c/ ile /ç/ arası patlayıcı, yarı ötümlü diş eti ünsüzü
- [F] : /f/ ile /v/ arası sızıcı, yarı ötümlü, diş-dudak ünsüzü
- [ğ] : Patlayıcı, ötümlü art damak ünsüzü
- [g] : Yarı art ünlülerle hece kuran, patlayıcı, ötümlü orta damak ünsüzü
- [h] : Sızıcı, ötümsüz, art damak ünsüzü
- [K] : Patlayıcı, ötümsüz orta damak ünsüzü
- [k] : Art veya yarı art ünlülerle hece kuran, patlayıcı, ötümsüz, art damak ünsüzü
- [K] : /g/ ile /k / arasında patlayıcı, yarı ötümlü ünsüz
- [K] : Art ünlülerle hece kuran patlayıcı, yarı ötümlü [ğ] ile [k] arası ünsüz
- [k] : /k/ ile /h/ arasında yarı sızıcı, art damak ünsüzü
- [l] : Art veya yarı art ünlülerle hece kuran akıcı, sızıcı, ötümlü art damak ünsüzü
- [ñ] : Art veya ön ünlülerle hece kuran akıcı, patlayıcı, ötümlü genizsi /n/ ünsüzü
- [P] : /b/ ile /p/ arası patlayıcı, yarı ötümlü bir dudak ünsüzü
- [r] : Düşmek üzere olan /r/ ünsüzü
- [S] : /s/ ile /z/ arası sızıcı, yarı ötümlü bir diş ünsüzü
- [Ş] : /s/ ile /ş/ arası sızıcı, ötümsüz diş-diş eti ünsüzü
- [T] : /d/ ile /t/ arası patlayıcı, yarı ötümlü diş ünsüzü
- [v] : Yarı sızıcı, ötümlü çift dudak /v/ ünsüzü
- [°] : Gırtlak kapanma ünsüzü
- /°/ : Arapça kelimelerde ayn (ع) ünsüzü
- : Ünlüler üzerinde uzunluk işareti
- : Akıcı ve sızıcı ünsüzler üzerinde süreklilik işareti
- ˘ : Ünlüler üzerinde kısalık işareti
- : İki ünlü altında ikili ünlü işareti
- : Ulama işareti
- : Ünsüzler altında ünsüzlerin düşmek üzere olduğunu gösteren işaret

5. Kaynakça

- BURAN, Ahmet (2008), “*Çağdaş Türk Yazı Dillerinde ve Türkiye Türkçesi Ağızlarında İkincil Uzun Ünlüler*” , **Makaleler** (Yayına Hazırlayanlar: Ercan ALKAYA, Süleyman Kaan YALÇIN, Murat ŞENGÜL), Ankara: Turkish Studies Yayınları, s. 288-305.
- COŞKUN, Mustafa Volkan (2010), **Türkçenin Ses Bilgisi**, IQ Kültür-Sanat Yayıncılık.
- DEMİR, Nurettin; YILMAZ, Emine (2012a), **Türkçe Ses Bilgisi**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- DEMİR, Nurettin; YILMAZ, Emine (2012b), **Türk Dili El Kitabı**, Ankara: Grafiker Yayınları.
- ERDEM, Mehmet Dursun; BÖLÜK, Ramazan (2011), **Antalya ve Yöresi Ağızları**, Ankara: Turkish Studies Yayınları.
- ERGENÇ, İclâl (2002). **Konuşma Dili ve Türkçenin Söyleyiş Sözlüğü**, İstanbul: Multilingual Yayınları.
- GÜNGÖR, Şenay (2010), **Gazipaşa (Antalya) İlçesinin Coğrafi Etüdü**, Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Basılmamış Doktora Tezi.
- GÜZ, Nüşet (1992), **Sesler ve Kurallar**, İstanbul: Der Yayınları.
- SAĞIR, Mukim (2008).”Türkiye Türkçesi Ağızlarının Ünlü Varlığı. *Turkish Studies*. S 3: 563-578.
- SÜMER, Faruk (1972), **Oğuzlar (Türkmenler): Tarihleri, Boy Teşkilâtı, Destanları**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- ÜÇOK, Necip (1951), **Genel Fonetik**, İstanbul: İbrahim Horoz Matbaası.
- YALÇIN, Süleyman Kaan (2011), “*Türk Dilinde Ses Grupları ve Ses Gruplarının Ünlüleşmesi*”, **Turkish Studies**, Volume 6/3 Summer, s. 1597-1622.
- YAVUZ, Orhan (1991), “*Türkçede Kapalı E*”, **SÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Edebiyat Dergisi**, S. 6, s.271-306.
- YILDIZ, Ali (2009). **Gazipaşa Tarihi**, Antalya: Maraton Ofset ve Matbaacılık.
- YILDIZ, Ali (2010). “Gazipaşa”, **Dünden Bugüne Antalya**, Antalya: Antalya Valiliği Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Yay., s. 290-303.

KÜRFÜRST FREİDRICH WILHELM (BARBAROS HAYRETTİN) VE WEİSSENBURG (TURGUT REİS)

ZIRHLILARININ OSMANLI DONANMASINA KAZANDIRILMASI

Doç. Dr. Salih KIŞ

Selçuk Üniversitesi

Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü

salikhkis@yahoo.com

Osmanlı Devleti, XIX. yüzyılda farklı alanlarda gerçekleştirmeye başladığı reformlarla birlikte hayatiyetini devam ettirme noktasında önemli bir adım atmıştı. Bu alanların başında devletin varlığı ile bağlantılı olan askerî modernleşme hareketi gelmişti. Osmanlı kara ordusunda başlatılan yenileşme girişimleri sonrasında deniz kuvvetleri de gündeme getirilmişti. Özellikle Sultan II. Mahmud döneminde yapılan askeri reformlar kendisinden sonra gelen halefleri tarafından da aynı şekilde devam ettirilmişti. Osmanlı bahriyesinin diğer dünya devletlerinin gücüne erişebilmesi ve bu gücün devamlılığının sağlanabilmesi Sultan Abdülaziz'in Avrupa seyahati sonrasına tesadüf etmişti. Osmanlı sultanı, yapmış olduğu gezi ile birlikte Avrupa devletlerinin hem kara hem de deniz kuvvetlerinin gücünü yerinde görmüştü. Ülkeye dönüş sonrasında güçlü bir donanma için başlatmış olduğu seferberlik ile Osmanlı bahriyesi büyük bir gelişim kaydetmişti⁸. Satın alınan savaş gemileri ile birlikte dünyanın en güçlü 4. donanması seviyesine çıkarılmıştı. Büyük çaplı dış borçlanmalar ile gerçekleştirilen bu durum, ilerleyen süre içinde donanmanın modernize edilmesi için büyük maliyetler gerektirdiğinden halefi Sultan II. Abdülhamid tarafından devam ettirilmemişti.

Sultan II. Abdülhamid, selefleri döneminde gerçekleştirilen borçlanmalar yüzünden satın alınan gemilerin modernize edilmesinin maliyenin içinde bulunduğu iflas durumundan dolayı mümkün olamayacağına karar vererek Osmanlı bahriyesini ikinci planda tutmaya karar vermişti. Bu konuda II. Abdülhamid her ne kadar eleştiriliyor olsa da bunu yapmasının altında yatan sebeplerin yeterince araştırılmadığı gelmektedir. Konuyu dağıtmamak adına burada bu durum ile ilgili bir iki şey söylemek yerinde olacaktır. 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'ndan sonra Osmanlı ordusunun yeniden organizasyonu önceliğinden ve bahriyenin ıslahı da çok maliyetli olduğundan dolayı donanma ikinci plana düşmüştü. Maliyenin içinde bulunduğu durumdan dolayı kara ordusunun modernleştirilmesi bile çok büyük maliyetlere ulaşmıştı. Aynı zamanda

⁸ Ali Fuat Örenç, "Deniz Kuvvetleri ve Deniz Harp Sanayii", *Osmanlı Askeri Tarihi Kara, Deniz ve Hava Kuvvetleri (1792-1918)*, Ed. Gültekin Yıldız, Timaş Yayınları, İstanbul 2013, s.141. (121-162)

hem kara ordusunu hem de donanmayı modernleştirmek mümkün olmadığından bir tercih yapılmak zorunda kalınmıştı. Buna rağmen Sultan II. Abdülhamid'in donanmayı Haliç'e zincirletmesi ve çürümeye terk etmesi gibi söylemlerin yanlış olduğunu ve Osmanlı bahriyesinin gözden çıkarıldığını söylemek gerçeği yansıtmamaktadır. Osmanlı sultanı kendi döneminde bahriyenin daha küçük çaplı savaş gemileri ile daha az maliyetle kıyı ve deniz savunmalarını gerçekleştirmesi adına önemli icraatlar gerçekleştirmişti.

Osmanlı-Yunan Harbi sırasında Ege Denizi'nde düşmana karşı Osmanlı donanmasının etkisiz kalmasından dolayı savaş sonunda bahriyede geniş çaplı bir ıslahat programının yapılması kararlaştırılmıştı. Hemen akabinde 1897-1898 Bahriye Islahat Programı devreye alındı. Toplamda iki ana muharebe gemisi, iki zırhlı kruvazör, iki muhafazalı kruvazör ve iki hafif kruvazör satın alınması, birkaç eski zırhlının da tamir ve tadil edilmesi yoluyla dengeli bir filonun inşası öngörülmüştü. II. Abdülhamid, hazinenin boş olmasından dolayı bu planı veto etti. Bunun üzerine ıslahat programı, daha gerçekçi bir temelden yeniden hazırlandı. Bu programa göre, üstün düşman güçlerinin vur-kaç taktikleriyle zayıflatılıp çökertilmesine, yani klasik gerilla savaşı teorisine dayandırılıyordu. Bu teoride etkin bir silah olan seyyar torpido merkeze konuluyordu. İyi tahkim edilip emniyete alınmış stratejik deniz üslerinin düşman tarafından yakın mesafeden ablukaya alınması hem deniz mayınları ile hem de ucuza mal edilebilen çok sayıdaki küçük ve çevik torpidobotların yardımıyla engellenecekti. Bu üslerde konuşlanmış süratli ve iyi silahlı kruvazörler ise düzenli huruç edip düşmanın ticaret gemileri ile askeri nakliyatına saldıracaklardı. Bu prensipler üzerinden yeniden şekillendirilen bahriye ıslahat programında iki muhafazalı kruvazör ile iki hafif kruvazörden ibaret bir taarruz grubu ile 15 parça modern torpidobottan oluşacak bir savunma filotillası kurulması talep ediliyordu. Ayrıca en iyi durumda olan zırhlı Mesudiye ve Asar-ı Tevfik gemileri de tamir ve tadil edilerek bu programa destek verecekti. Dolayısıyla Osmanlı sultanı bu programı kabul etti. Böylece Sultan II. Abdülhamid'in II. Meşrutiyet'i ilan etmesine kadar Osmanlı bahriye politikası bu şekilde sürdürüldü.

II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte Osmanlı donanma politikası yeniden ele alındı. Yeni Osmanlı hükümeti, bahriyenin büyütülüp ıslah edilmesini yeni hedeflerinden biri olarak gündemine almıştı. Osmanlı deniz stratejisi basit bazı jeopolitik gerçekler ile şekilleniyordu. İmparatorluğun kalbini teşkil eden Rumeli vilayetleri, sonu gelmez isyanlar ve komitacılık faaliyetleri neticesi devletin varlığı bu bölgelerde giderek zayıflıyordu. Bu toprakları yeni bağımsızlık kazanmış komşu Balkan devletlerinin yayılmacı emellerinden koruyabilmenin tek yolu, savaş durumunda süratle Anadolu'dan asker nakledip ordunun sayı üstünlüğünü sağlamaktı. İstanbul'dan Rumeli'ye uzanan tek hatlı ve saldırıya son derece açık demiryolu ile bu

işi yapmak mümkün olmayacağından geriye tek seçenек deniz yolu kalıyordu. Denizden nakliye işlemini gerçekleştirmek ise Ege’de Yunanistan’a karşı güvenilir bir üstünlük marjını korumaya bağlıydı. Bu hedefe varmak için de İngiliz Kraliyet Donanması’ndan yardım talep edildi. XIX. yüzyıl boyunca çeşitli İngiliz bahriye ıslah heyetleri Osmanlı donanmasını geliştirme hamlelerine nezaret etmişlerdi. Sultan II. Abdülhamid dönemindeki durağanlıktan sonra Meşrutiyet’in ilanıyla Osmanlı bahriyesi üzerinde yeniden İngiliz nüfuzu tesis edebilme fırsatı çıktığını düşünen İngiliz Hükümeti, Tümamiral Sir Douglas Gamble başkanlığındaki bir heyeti Şubat 1909’da İstanbul’a gönderdi. Gamble, yeni Osmanlı hükümeti tarafından hoş karşılandı fakat kendisinden talep edilenleri görünce işinin çok kolay olmadığını anladı. İngiliz bahriye ıslah heyeti bütün enerjisini erat ve zabitanın talim programlarına verdi. Ancak mali kriz ve yeni hükümetteki istikrarsızlık yüzünden çabaları ancak sınırlı bir sonuç getirdi. Bu sorunlar, Yunanistan’da vuku bulan gelişmeler üzerine Osmanlı hükümetinin bahriye ıslahatına yaklaşımı çarpıcı şekilde değişince daha da çetrefilleşti.

Osmanlı Devleti, Yunanlıların 10.000 tonluk Pisa tipinde modern bir ikinci sınıf zırhlı almak üzere Livorno’daki Orlando Tersanesi ile pazarlıklarda bulunduklarını 1909 sonbaharında öğrendi. Azami 22,5 deniz mili sürat yapabilen, dört adet 23,4 mm’lik ve sekiz adet 19 mm’lik toplarla silahlı bu gemi mevcut bütün Osmanlı donanmasını tek başına batırabilecek güçteydi. Orlando Tersanesi ile temasa geçen Babiali, bir karşı teklifte bulundu fakat 30 Kasım 1909 tarihinde geminin zaten Yunanlılara satılmış olduğu bilgisini aldı⁹.

Yunanistan’da 1909 yılının ağustos ayında bir askeri darbe oldu. Askeri hükümet donanmaya önem veriyordu. Osmanlı Devleti gibi Yunanistan’da Fransa’dan sonra İngiltere’den bahriyesi için uzmanlar getirdi. İngiltere’ye eğitim için bahriye personeli yolladı. Donanmayı güçlendirmek için 10.000 ton civarında bir zırhlı kruvazör ve sekiz muhrip tedarik edilmesine karar verildi. 1909 yılında İtalyan donanması, üç adet kruvazör sipariş etmiş bunlardan ikisini satın alıp diğerini mali gerekçelerle almamıştı. İlgili gemi satışa çıkarıldı. Osmanlı Devleti gemiyi satın almak için teşebbüse geçti. Ancak hem devletin mali gücü yeterli olmadı hem de daha büyük, dretnot tipi gemiler alınması düşüncesi hakimdi. Bu nedenle görüşmeler bir türlü sonuçlanmıyordu. Bu sebepten dolayı Orlando Tersanesi müdürü Yunanistan ile temasa geçti. Gemiye o dönemin parası olarak 24 Milyon Drahmi bedel biçilmişti. Yunan Bahriye Bakanı Damianos gemiye büyük ilgi göstermiş ancak maliyetinden dolayı geri adım atmak durumunda kalmıştı. Bir taraftan da Yunan donanmasının güçsüz durumu yetkilileri endişelendiriyordu. Yunanlıların imdadına Mısır’da yerleşik zengin bir Rum tüccar olan George Averof yetişti.

⁹ Ryan K. Noppen, *Osmanlı Deniz Harekâtı 1911-1918*, Çev. Emir Yener, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2016, s.14-15.

Geminin ücretinin dörtte birini ödeyerek geminin satın alınmasına öncülük etti. Geriye kalan meblağ ise Yunan hükümeti tarafından ödendi. Dolayısıyla İtalyanlar bu gemiyi öncelikli olarak Osmanlı Devleti'ne satmak istediler fakat Osmanlı bahriye programına uymadığından dolayı Türk yetkililer gemiyi satın almadılar ama sonrasında da Yunanistan'a satılmasıyla birlikte büyük bir endişeye kapıldılar.

Mart 1910'da denize indirilerek Georgios Averof adı verilen yeni zırhlı, Osmanlı amiralleri ile idarecilerinde panik yaratmıştı. O günden itibaren Osmanlı hükümeti, Averof'a karşı etkili tek yöntemin büyük ana muharebe gemileri edinmekten geçtiği fikrine kapıldı. Bu amaçla İngiliz ıslah heyeti başkanlığını Amiral Gamble'dan Nisan 1910'da devralmış bulunan Tümamiral Hugh Williams'a başvuruldu. Amiral Williams'tan hali hazırda hizmette bulunan yahut inşaatı bitmek üzere olan muharebe gemileri veya zırhlı kruvazörlerden alınabilmesi için Kraliyet Donanması ile İngiliz tersanelerine ricada bulunması istenmişti. Williams ise Osmanlı donanmasının dengeli bir filo programı uygulamaya yoğunlaşmasını ve kıt kaynaklarını kruvazörler ile muhripler almak için kullanmasını, en büyük önceliğin ise talim ve tatbikata verilmesini tavsiye ediyordu. Fakat Osmanlı idarecilerini ikna edemeyince istemeyerek de olsa taleplere boyun eğdi ve Kraliyet Donanması'na swiftsure sınıfı iki muharebe gemisinin satılıp satılamayacağını sordu. Fakat Almanya ile bir deniz silahlanma yarışına kilitlenip kalmış olan Kraliyet Donanması, faydalı olma potansiyeli bulunan hiçbir gemisini bırakmaya rıza göstermiyordu. Satmaya istekli oldukları ise 1891 yılında denize indirilmiş gemiler olup, bunları da Osmanlı Devleti eski diye almak istemiyordu.

Amiral Williams'ın gereken nitelikte bir gemi bulamaması ve Averof'un inşaatının iyice ilerlemesi üzerine Osmanlı donanması, giderek artan bir çaresizlik içinde, Yunan zırhlısına denk bir veya birkaç tane savaş gemisi arayışına girdi. Bu süreçte Sadrazam Hüseyin Hilmi Paşa daha 1909 yılı aralık ayında Alman askeri ataşesini sessizce yoklamış ve Alman tersanelerinden bir zırhlı kruvazör alınıp alınamayacağını sormuştu. Alman İmparatorluk bahriye dairesi, henüz tamamlanmış olan Blücher'in satılabileceğini bildirdi. Fakat Kaiser II. Wilhelm, yeni bir muharebe kruvazörüne denk bir fiyatta ısrarcıydı. Babıali gemi ile ilgileniyordu ancak insafsız fiyata itiraz etti ve bunun yerine aynı parayla o sırada inşaatı devam eden Moltke'yi yahut henüz Abgabe H koduyla bilinen kardeş gemisini almak üzere karşı öneride bulundu. Ne var ki Alman İmparatorluk Donanması, ikame bir muharebe kruvazörünün inşaatını beklemek istemiyordu. Ayrıca İstanbul'daki donanma ıslah heyetinin başında bir İngiliz Amiral bulunduğu için en son model Alman donanma teknolojisinin İngilizler tarafından incelenmesi riski de vardı. Daha sonra Alman İmparatorluk bahriye bakanı Alfred von Tirpitz, 15 Temmuz 1910 tarihinde Osmanlı hükümetinin derhal ana muharebe gemileri edinmesini sağlayacak yeni bir teklif verdi. Buna

göre Alman donanması, Blücher'in yarı fiyatına dört adet Brandenburg sınıfı zırhlıyı tanesi 10 milyon Marktan satmaya hazırdı. 1890 yılında kızağa konmuş olan Brandenburg sınıfı zırhlılar, Osmanlıların reddetmiş oldukları İngiliz savaş gemileri ile çağdaşlardı. Fakat birkaç yıl önce tadil ve tamir edilmiş oldukları gibi altı adet 28 mm'lik toplarıyla Averof'tan hem daha iyi silahlı hem de daha kalın zırhlıydılar. Osmanlı Devleti, 5 Ağustos 1910 tarihinde verdiği cevapta, Brandenburg sınıfının Krupp çeliği (nikel kaplama çelik) ile zırhlanmış iki üyesi olan Kurfürst Friedrich Wilhelm ile Weissenburg'u satın alacağını bildirdi¹⁰.

Osmanlı bahriyesinden 24 subay ve 38 personelden oluşan heyet, 10 Ağustos 1910 tarihinde trenle Almanya'ya hareket etti. Bu personel gelirken gemilerde gerekli eğitimi de alacaklardı. Bunların haricinde bir başka heyette gemileri muayene edecek ve ilgili gemiler İstanbul'da teslim alınacaktı. Bu gemilerde birinci kaptanlığa Kaymakam Vasıf, Binbaşı Asaf; ikinci kaptanlığa Kolağası Arif, Nazif Kaptanlar, Hesap memurluğuna Yüzbaşı Namık, Selahaddin Efendiler, birinci çarkçı Kolağası Rauf, Halit Efendiler tayin olunmuşlardı. Osmanlı subay ve personeli dahil olmak üzere Alman mürettebat ile birlikte gemiler 14 Ağustos 1910 tarihinde Wilhelmshafen'den ayrılarak 29 Ağustos 1910 tarihinde Çanakkale'ye ulaştılar. Burada Hamidiye Kruvazörü tarafından karşılandılar. Gemileri teslim alacak geri kalan Türk mürettebatı Tir-i Müjgan torpidosu ile Çanakkale'ye getirildi. Gemilerin kfile komutanı Amiral Koch ile Donanma Cemiyeti mümessili Ramiz Bey arasında 1 Eylül 1910 tarihinde bir devir-teslim protokolü yapıldı. İki gemi resmen Osmanlı bahriyesine devredildi. Alman Amiral komutasındaki mürettebat Alman elçiliğinin ayarladığı "Lorely" isimli bir ticari gemi ile Almanya'ya geri döndü¹¹. Kurfürst Friedrich Wilhelm'e Barbaros Hayrettin, Weissenburg'a ise Turgut Reis isimleri verildi¹². Bu gemiler 3 Eylül 1910 tarihinde sahili dolduran binlerce Osmanlının alkışları ve tezahüratları eşliğinde İstanbul'a geldiler. İlk komutanı Vasıf Bey (Temel) olan Barbaros Hayrettin kruvazörü, 16 Ağustos 1914 tarihinde Yavuz olan Goeben'in gelişine kadar Osmanlı donanmasının sancak gemisi olmuştur. Bu gemi, Sultan Reşat'ın Rumeli gezisine de eşlik etmiş olup, Balkan ve Birinci Dünya Savaşı'nda bizzat görev almıştı. Barbaros Hayrettin zırhlısı, 8 Ağustos 1915 tarihinde Bolayır açıklarında İngiliz E-11 denizaltısı tarafından batırılmıştır. Turgut Reis ise değişik görevlerinden sonra 1956-1957 yıllarında envanterden düşülerek hurdaya çıkarılmıştır.

Almanya Deniz Kuvvetlerinde bulunan iki savaş gemisinin seçilerek fiyatları kararlaştırıldıktan sonra Donanma-yı Osmani Muavenet-i Milliye Cemiyeti tarafından alınması

¹⁰ Ryan K. Noppen, *Osmanlı Deniz Harekâtı*, s.16.

¹¹ BOA, *İ.HR*, Nr. 423/36, 3 Eylül 1910, lef 1-3.

¹² Jehuda L. Wallach, *Bir Askeri Yardımın Anatomisi*, Çev. Fahri Çeliker, Genelkurmay Basımevi, Ankara 1985, s.137.

teklif olunduğundan bedellerinin ödenmesi İdare Heyetince kararlaştırıldığı ve 1911 temmuz ayına kadar bir kısmının ödendiği ve diğer kısımlarının da ödenmesine çalışıldığı belirtilmektedir. Bu iki savaş gemisi için 1.250.000 Mark gemiler teslim alındıktan hemen sonra geriye kalan 17.000.000 Mark ise 1 Nisan 1911 tarihinde tek seferde devletin garantörlüğünde ödenecekti. Osmanlı maliyesi bu ödemeyi Deutsche Bank'ın Galata'da bulunan şubesi aracılığıyla gerçekleştirecekti. Bu işlemler Osmanlı hükümeti ile Alman hükümeti arasında imzalanan mukavelenamenin 4. Maddesine binaen gerçekleştirilecekti.

Barbaros Hayrettin ve Turgut Reis zırhlılarının satış ve sefer masrafı olan meblağın tamamen ödenmesine cemiyetin mali vaziyeti uygun olmadığından 83.083449 kuruş 20 paralık 20 adet senet imza edildi. Bunların bedelleri 1911 senesi mayıs ayından itibaren her ay başında verilmek üzere 20 ayda tamamen ödenecekti. Bu zırhlıların kalan bedellerinin ödenmesi için imzalanan bonoların faiz ve komisyonu 40 bin lira olup gerek bu faiz ve komisyonu ve gerek cemiyetçe ödenemeyen miktarı 1909 senesi Bahriye Fevkalade Bütçe Kanunu gereğince hükümetten alınacaktı.

1912 yılı mali raporunda; Almanya'dan alınan Barbaros Hayrettin ve Turgut Reis zırhlıları için 110.236.385 kuruş 16 para bedel kararlaştırıldığı yazıldıktan sonra Barbaros Hayrettin ve Turgut Reis zırhlılarının paralarını verecek kadar cemiyetin parası olmadığından kasada mevcut ve mahfuz olan 271.529.35 kuruş 20 parada Maliye Nezareti'nin kefaletiyle Deutsche Bank'a borçlanarak verildiği anlatılmaktadır. Deutsche Bank'tan alınan 83 Milyon kusur kuruşun 56.160.000 kuruşu da 13 Haziran 1912'ye kadar ve 12.000.000 kuruşu da 13 Haziran, 13 Temmuz, 13 Ağustos'ta bankaya ödenmiş ve bu bankaya 13.963.449 kuruş borç kalmıştır.

Cemiyet 1912 yılı temmuz ayına kadar Deutsche Bank'a olan borcuna karşılık verdiği 78.160.000 kuruşun 53.850.000 kuruşunu hususi olarak toplanan yardımdan, 14.310.000 kuruşu da kefaleti hesabıyla hükümetten alarak vermiştir. Osmanlı hükümeti de bu işi takip etmekte ve zırhlıların taksitlerinin zamanında ödenmesi için gerekli hassasiyeti göstermiştir. Ayrıca cemiyet bu gemilerin taksitlerini ödemekte zorlukla karşılaştıkça tamim ve beyannameler neşrederek millettten ve şubelerden daha fazla yardımda bulunmalarını istemiştir. Bunun yanında cemiyet gemi taksitlerine ait bonoları ödedikçe basın vasıtası ile kamuoyuna bilgi vermişti.



ICOSTURK 2018



UNIVERSITÀ
degli STUDI
di CATANIA



2018.icosturk.org