



**T.C.
HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ANA BİLİM DALI**

**SOSYO-KÜLTÜREL KENT KİMLİĞİ VE
KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA
ANTAKYA UZUN ÇARŞI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Tolga AKKUYU**

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Hüseyin Kürşat TÜRKAN**

Hatay-2022



**T.C.
HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ANA BİLİM DALI**

**SOSYO-KÜLTÜREL KENT KİMLİĞİ VE
KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA
ANTAKYA UZUN ÇARŞI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Tolga AKKUYU**

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Hüseyin Kürşat TÜRKAN**

Hatay-2022

TÜRKİYE CUMHURİYETİ

HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile bu tezde yer alan bilgilerin tamamının akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Söz konusu kural ve ilkelerin gereği olarak tezde yararlandığım eserlerin tamamına uygun bir şekilde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (09/09/2022)

Tolga AKKUYU

ÖN SÖZ

Kent, insanların bir araya gelerek oluşturdukları yerleşim yeridir. Kent kavramının tanımını yaparken o bölgenin coğrafi, demografik, sosyal, ekonomik ve kültürel yapılarını da bir bütün içerisinde ele almak gerekmektedir. Kent, karmaşık toplum yapısının olduğu ve kendine özgü özellikleri bulunan yerleşim sistemidir. Bu karmaşık yapıyı çözmeden kentin nasıl oluştuğunu anlamak mümkün görünmemektedir.

Kimlik; bir bireyi, nesneyi ya da objeyi diğerlerinden ayıran göstergedir. Kişilerin kim olduğunu belirten veya tanımlayan kimlikleri olduğu gibi toplumları da tanımlayan kimlikleri vardır. Asırlar boyunca içinde yaşamın sürdüğü kentler, bu süreç içerisinde kendi toplumsal kimliğini oluşturmaktadır. Toplumsal kimlik, bireysel kimliklerden farklı olarak toplumun oluşturduğu ortak özelliklerdir. Bir kentin mimari yapısı, sosyo-kültürel vasıfları, coğrafi konumundan gelen özellikleri, nüfus yapısı, inanç özellikleri, iklimi vb. özellikleri o kentin kimliğini oluşturur. Zaman içerisinde oluşan bu kimlik, toplumsal gelişmelere ve değişimlere bağlı olarak kendini sürekli yenilemektedir.

Kent kimliğinin önemli bir göstergesi çarşılardır. Bir kentin ticaret merkezi olan çarşılar, toplumun oluşturduğu geleneklerin, örf ve adetlerin, alışkanlıkların, sosyal ve kültürel özelliklerin yansıdığı bir kent simgesidir. Çarşılar yüzyıllardır Batı ve Doğu toplumlarında var olmuş ticari yapılardır. Şehir hayatını canlandıran çarşılar, sadece ticari merkezler olmayıp sosyal ve kültürel faaliyetlerin de yapıldıkları mekânlar olmuştur. Bu faaliyetler tarihsel süreç içerisinde ortak bir kültür oluşturup bir kent kimliği oluşturmuştur.

Hatay/Antakya, bulunduğu konum itibarıyla Türkiye'yi Orta Doğu'ya bağlayan bir bölgede bulunmaktadır. Hatay tarihine bakıldığında İpek Yolu üzerinde bulunduğundan birçok medeniyetle doğrudan ilişkisi olmuştur. Ayrıca tarihi süreçte birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Hristiyanlık için önemli bir kent olan Antakya, İslam fetihlerinden sonra Müslümanların yönetimine geçmiş, Anadolu'ya yapılan Türk fetihleriyle de Türk kültürü etkisinde kalmıştır. Antakya, günümüzde birçok din ve mezhebe mensup toplumun kardeşçe yaşadığı bir kettir. Antakya'nın "ticari kalbi" denilen Uzun Çarşı, önceleri Bizans etkisinde kalmış, sonraları Türk-İslam senteziyle şekillenmiş bir ticari yapıdır. Şehrin çok kültürlü yapısının küçük bir

simgesi görünümünde olan Uzun Çarşı, Antakya kent kimliğinin bütün özellikleriyle yansıdığı bir toplumsal mekân olmuştur. Çalışmada Hatay ilinin Antakya ilçesinde bulunan Uzun Çarşı'daki kent kimliği unsurları tespit edilmiştir. Bu unsurların çarşıya nasıl yansıdığı ortaya konmuştur. Çalışma temel olarak bir giriş, yedi bölüm ve sonuç bölümlerinden oluşmaktadır.

Çalışmanın “*Giriş*” kısmında araştırma sahası ve araştırma konusuna dair genel tanıtım yer almakla birlikte konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar kendi içinde alt başlıklara ayrılmıştır. Bu başlıklar içindeki “*Araştırma Sahası Hakkında Genel Bilgiler*” başlığı altında Hatay’ın tarihi, coğrafyası, ekonomik yapısı ve Antakya Uzun Çarşı’nın tarihi hakkında bilgiler verilmiştir. “*Tez Konusu Hakkında Genel Bilgiler*” bölümünde ise çalışmanın problem durumu, amacı, önemi, yöntemi ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. “*Hatay/Antakya Kent Kimliği ve Uzun Çarşı ile Yapılan Bazı Çalışmalar*” kısmında konu ile ilgili yapılan çalışmalara kısaca değinilmiştir.

Tezin “*I. Bölüm*”ünde kavramsal çerçeve ele alınmıştır. Çalışmada söz konusu olan kavramların detaylı araştırmaları yapılmıştır. “*Kültürel Bellek*” alt başlığında kültürün, belleğin tanımları yapılmış ve kültür ile bellek arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. “*Kent Kimliği*” alt başlığında kent ve kimlik kavramları üzerinde durulmuştur. “*Kent Kimliğini Oluşturan Ögeler*” alt başlığında kent kimliğini oluşturan kimlik ögeleri tek tek incelenmiş, yapay ve çevresel kimlik olarak ayrımı yapılmış ve bu unsurlar bir bütün içerisinde değerlendirilmiştir. “*Kent Kimliğini Belirleyen Kent İmgesi*” alt başlığında kentleri oluşturan kent imgesi hakkında bilgi verilmiştir.

Çalışmanın “*II. Bölüm*”ünde geleneksel çarşıların yapısı ve Ahilik Teşkilatı hakkında bilgi verilmiştir. Çarşı kelimesinin kökeni araştırılmış, çarşıların asırlar içerisindeki değişimi ve gelişimi üzerinde durulmuştur. Daha sonra Türk-İslam geleneği içerisinde çarşıların gelişimi, çarşıların mimari yapısı ve “*Ahilik*” kavramı ele alınmış, “*Ahiliğin fütüvvetle ilişkisi*” açıklanmaya çalışılmış, “*Ahiliğin Anadolu’da nasıl ortaya çıktığı*” üzerinde durulmuş, “*Ahiliğin amaçları*” ve “*Ahiliğin sosyo-kültürel fonksiyonları*” anlatılmıştır.

Tezin “*III. Bölüm*”ünde Antakya Uzun Çarşı’nın tarihi hakkında bilgi verilmiş, “*Antakya Kent Kimliğinin Değişimi*” üzerinde durulmuştur. “*Kent*

Kimliğinin Antakya Uzun Çarşı'ya Yansıması" başlığı altında bu bölüm "Yemek Kültürüne Yansımalar", "Giyim Tarzına Yansımalar", "El Sanatlarına ve Ev Eşyalarına Yansımalar", "Ahilik Kültürüne Yansımalar", "Dini İnanışlara Yansımalar" alt başlıklarında beş bölümde incelenmiştir. Antakya kent kimliğinin saha araştırması sırasında kaynak kişilerle yapılan görüşmeler ve gözlemler bu bölümde aktarılmıştır.

İlgili çalışmada "Sonuç" bölümünde yapılan araştırmalardan elde edilen bilgiler ve saha araştırmaları sırasında kaynak kişilerden elde edilen veriler, sahadaki gözlemler sonucunda yapılan değerlendirmeler verilmiştir. Antakya kent kimliğinin Uzun Çarşı'ya nasıl yansıdığı genel değerlendirmelerle ifade edilmiştir.

Çalışma kapsamında yararlanılan sözlü, yazılı ve elektronik kaynaklar sırasıyla "Kaynak Kişiler", "Kaynaklar" başlıkları altında aktarılmıştır. Kaynak sıralamalarının tümünde alfabetik sıra gözetilmiştir. Tezin metin kısmında "KK1, KK2, vb." şeklinde kodlanarak gösterilen kaynak kişilerin tümü açık kimlikleri ile burada yer almaktadır.

"Ekler" bölümü, kaynak kişilere sorulan sorular ve sahadan çekilmiş fotoğraflardan oluşmaktadır.

Söz konusu çalışmamın her safhasında çok değerli görüşleriyle desteklerini esirgemeyen saygıdeğer, çok kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Hüseyin Kürşat TÜRKAN'a sonsuz sevgilerimi ve saygılarımı sunarım. Çalışmam boyunca değerli fikirleriyle bana yol gösteren bölüm hocalarım Doç. Dr. Gönül REYHANOĞLU'na ve Doç. Dr. Ahmet HAŞİMİ'ye teşekkür ederim. Çalışmam sırasında değerli görüşleriyle bana destek olan arkadaşlarım Mehmet Hakkı BAL, Ayşe GÜLTUTAN ve Yonca KÖSE'ye teşekkür ederim. Tez çalışmamda her daim yanımda olan maddi ve manevi desteğini esirgemeyen kıymetli eşim Özlem AKKUYU'ya müteşekkirim. Ayrıca saha çalışmaları sırasında hoş sohbetleri ve güler yüzleriyle beni misafir eden Antakya Uzun Çarşı'nın güzide esnafına çok teşekkür ederim.

SOSYO-KÜLTÜREL KENT KİMLİĞİ VE KÜLTÜREL BELLEK BAĞLAMINDA ANTAKYA UZUN ÇARŞI

Tolga AKKUYU

Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2022

Danışman: Doç. Dr. Hüseyin Kürşat TÜRKAN

ÖZET

Bir toplumun asırlar boyunca kendi benliğini meydana getiren gelenekleri, görenekleri, inançları, dünyayı anlamlandırma biçimi vb. özellikleri o toplumun kültür sistemini oluşturmaktadır. Sosyal hayat içerisinde oluşan kültür, canlı bir varlık özelliği gösterir. Zaman içerisinde bireylerin ve toplumun yaşadığı olaylar kültürün değişmesine ve gelişmesine yol açar. Toplum, sistemsel olarak yaşadığı olayların sonucunda bir toplumsal bellek meydana getirir. Bellek, geçmişten günümüze insanların deneyimleri ve yaşantılarıdır. Bellek sayesinde kişiler ve toplumlar yaşadıklarını anımsar, geleceğe dönük imge ve fikirler ortaya koyarlar.

Eski ile yeni olanın birleşmesiyle ortaya çıkan kimlik kavramı, mekânlar için de söz konusudur. Mekânları sadece tek başlarına anlamlandırmak mümkün değildir. İnsanların o mekânlara yükledikleri anlamlar kentlerin kimliklerini oluşturmaktadır.

Hatay/Antakya, çok kültürlü bir yapıya sahiptir. Konum itibarıyla İpek Yolu üzerinde bulunan Hatay, Anadolu ile Orta Doğu'yu birbirine bağlayan bir köprü durumundadır. Ayrıca tarihi süreçte Bizans-Roma, İslam ve Türk medeniyetleriyle tanışmış, bunun sonucunda çok zengin bir kültür oluşturmuştur. Bu zenginlik kentteki insanların damak tatlarına, giyimlerine, inanışlarına, günlük yaşamda kullandıkları eşyalara kadar yansımıştır. Bundan dolayıdır ki kentin içerisinde yaşayan farklı kimlikteki topluluklar asırlar boyunca yaşamlarını çok büyük sorunlar yaşamadan devam ettirmişlerdir.

Kent kimliğinin en iyi göstergelerinden biri Antakya Uzun Çarşı olmuştur. Şehrin içinde yaşayan farklı etnik ve dini grupların bir arada “*sevgi ve hoşgörü*” içerisinde oluşturdukları söylenen ticari bir merkez olmuştur. Şehir halkının “Ne

ararsan bulursun.” dediği Uzun arşı, zengin baharat türlerinden giyim ve ev eşyasına kadar birçok ürünün satıldığı bir mekândır. Kentte görülen iki dillilik yani Arapça ve Türkçenin kullanımı, çarşıda kendini hem ürünlerin isimlerinde hem insanların iletişimlerinde kendini göstermektedir. Şehirde farklı etnik ve mezheplerden olan halkın çok kültürlü yapısı ve ilişkileri Uzun arşı’ya da yansımıştır. Müslüman Arap (Alevi/Nusayri ve Sünni) ve Türklerin (Sünni), Hristiyan Arapların (Ortodoks, Katolik) ve sayıları çok az olan Yahudilerin (Musevilerin) uyum içinde yaşadıkları bir mekândır. Öyle ki şehir halkı tarafından Hatay “*Medeniyetler Şehri*”, Uzun arşı da “*Medeniyetler Şehrinin Kalbi*” olarak anılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, bellek, kimlik, kent kimliği, Antakya, Medeniyetler Şehri, Uzun arşı.

ANTAKYA UZUN BAZAAR IN THE CONTEXT OF SOCIO-CULTURAL CITY IDENTITY AND CULTURAL MEMORY

Tolga AKKUYU

Department of Turkish Language and Literature, Master Thesis, 2022

Advisor: Assoc. Dr. Hüseyin Kürşat TURKAN

ABSTRACT

A society's traditions, customs, beliefs, the way it makes sense of the world, etc., that have formed its own self for centuries. elements constitute the cultural system of that society. Culture, which is formed in social life, shows the characteristic of a living being. The events experienced by individuals and society over time lead to the change and development of culture. Society creates a social memory as a result of the events it has experienced systematically. Memory is the experiences and lives of people from past to present. Thanks to memory, individuals and societies remember what they have lived and put forward images and ideas for the future.

The concept of identity, which emerges with the combination of the old and the new, is also in question for spaces. It is not possible to make sense of spaces alone. The meanings that people ascribe to those places form the identities of cities.

Hatay/Antakya has a multicultural structure. Hatay, located on the Silk Road due to its location, is a bridge connecting Anatolia and the Middle East. In addition, in the historical process, he met with Byzantine-Roman, Islamic and Turkish civilizations, and as a result, he created a very rich culture. This richness is reflected in the palate, clothing, beliefs, and items they use in daily life of the people in the city. For this reason, communities with different identities living in the city have continued their lives for centuries without any problems.

One of the most beautiful indicators of the identity of the city has been the Antakya Long Bazaar. It has been a commercial center where members of different

religions and races living in the city came together and formed in love and tolerance. “Whatever you seek, you will find.” Uzun Çarşı, which he calls the Long Bazaar, is a place where many products are sold, from rich spices to clothing and household goods. The bilingualism seen in the city, namely Arabic and Turkish, shows itself both in the names of the products and in the communication of people in the bazaar. Uzun Çarşı is a place where Alevi Arabs (Nusayris) and Sunni Muslims, Christians and Jews live in fraternity, where everyone respects each other. So much so that Hatay is known as the "City of Civilizations" and Uzun Çarşı is called the "Heart of the City of Civilizations" by the people of the city.

Keywords: Culture, memory, identity, urban identity, Antakya, City of Civilizations, Uzun Bazaar.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER.....	V
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	VIII
KISALTMALAR.....	IX

GİRİŞ

A. ARAŞTIRMA SAHASI HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	1
1.Hatay/Antakya'nın Tarihi.....	1
2.Hatay/Antakya'nın Coğrafyası.....	7
3.Hatay/Antakya'nın Ekonomik Yapısı.....	9
B. TEZ KONUSU HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	10
1.Problem Durumu.....	10
2.Amacı ve Önemi.....	10
3.Yöntem.....	12
4.Sınırlılıklar.....	12
5.Hatay/Antakya Kent Kimliği ve Uzun Çarşı ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	14
5.1.Kitaplar.....	15
5.2.Makaleler.....	15
5.3.Tezler.....	16
5.3.1.Yüksek Lisans Tezleri.....	16

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE: KÜLTÜR, BELLEK, KİMLİK, İMGE

1.1.Kültür Kavramı.....	17
1.2.Bellek Kavramı.....	21
1.3.Kültür ile Bellek İlişkisi.....	26
1.4.Kent Kavramı.....	27
1.5.Kimlik Kavramı.....	30
1.6.Kent Kimliği.....	34

1.7.Kent Kimliğini Oluşturan Ögeler.....	38
1.7.1.Tarihsel Kimlik.....	42
1.7.2.Sosyo-Kültürel Kimlik.....	43
1.7.2.1. Kültürel Yapı.....	45
1.7.2.2. Kurumsal Yapı.....	46
1.7.2.3. Demografik Yapı.....	46
1.7.2.4. Ekonomik Yapı.....	47
1.8.Çevresel Kimlik.....	49
1.8.1. Doğal Çevresel Kimlik.....	50
1.8.1.1.Coğrafi Konum.....	52
1.8.1.2. İklim.....	51
1.8.1.3.Jeolojik Yapı.....	51
1.8.1.4.Topografya.....	53
1.8.1.5.Doğal Bitki Örtüsü.....	54
1.8.2.Yapay Çevresel Kimlik.....	54
1.8.3.Psikolojik Kimlik.....	62
1.9.Kent Kimliğini Belirleyen Kent İmgesi.....	63
1.9.1.Kent İmgesi Kavramı.....	63
1.9.2. Kent İmgesinin Birey ve Toplum Üzerindeki Etkisi.....	66
1.9.3.Kent İmgesi ve Kentsel Hafıza.....	69

İKİNCİ BÖLÜM

YAPILI ÇEVRESEL KİMLİK OLARAK GELENEKSEL ÇARŞILAR, ÇARŞILARIN MİMARİ BİRİMLERİ VE AHİLİK TEŞKİLATI

2.1. Çarşı Kelimesinin Kökeni.....	72
2.2.Çarşının Tarihsel Gelişimi.....	72
2.3.Türk-İslam Şehir Gelenğinde Çarşı.....	75
2.4. Bedestenler.....	85
2.5. Arastalar.....	87
2.6. Kapalı Çarşılar.....	89
2.7. Hanlar ve Kervansaraylar.....	90
2.8. Dükkânlar.....	93
2.9. Pazarlar.....	94

2.10.AhilikKavramı.....	98
2.11.Ahiliğin Fütüvvetle İlişkisi.....	100
2.12.Ahiliğin Anadolu’da Ortaya Çıkışı.....	103
2.13. Ahiliğin Amaçları.....	110
2.14.Ahiliğin Sosyo-Kültürel Fonksiyonları.....	112

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ANTAKYA KENT KİMLİĞİ VE KENT KİMLİĞİNİN UZUN ÇARŞI’YA
YANSIMASI

3.1. Antakya Uzun Çarşı’nın Tarihi.....	119
3.2. Antakya Kent Kimliğinin Değişimi	120
3.3.Kent Kimliğinin Antakya Uzun Çarşı’ya Yansıması.....	124
3.3.1. Yemek Kültürüne Yansımalar.....	124
3.3.2. Giyim Tarzına Yansımalar.....	139
3.3.3. El Sanatlarına ve Ev Eşyalarına Yansımalar.....	143
3.3.4.Ahilik Kültürüne Yansımalar.....	148
3.3.5.Dini İnanışlara Yansımalar.....	150
SONUÇ.....	156
KAYNAK KİŞİLER.....	160
KAYNAKLAR.....	163
1. Yazılı Kaynaklar.....	163
2. Elektronik Kaynaklar.....	180
EKLER.....	181

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: *Hatay İl Haritası*

Şekil 2: *Antakya Uzun Çarşı Krokisi*

Şekil 3: *Kenti Oluşturan Ögeler*

Şekil 4: *Kentsek Kimlik*

Şekil 5: *Kent Kimliği Ögeleri*

Şekil 6: *Kent Kimliği Ögeleri*

Şekil 7: *Kent Ögeleri*

Şekil 8: *Antakya Kent Kimliği*

KISALTMALAR

C. : *Cilt*

ev. : *eviren*

ed. : *Editör*

haz. : *Hazırlayan*

KK: *Kaynak kişi*

km.: *Kilo metre*

m.: *Metre*

M: *Milattan nce*

MS: *Milattan sonra*

s.: *Sayfa*

S.: *Sayı*

TDK: *Türk Dil Kurumu*

vb.: *Ve benzeri*

vd.: *Ve diğerkler*

vs.: *Vesair*

yy.: *Yüzyıl*

GİRİŞ

A. ARAŞTIRMA SAHASI HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1. Hatay/ Antakya'nın Tarihi

Antakya, medeniyetin ilk yerleşim yerlerinden biridir. Mitolojik, antik çağlardan günümüze kadar uzanan tarihsel akışı içinde Antakya; farklı dinlerin, farklı kültür yapısına sahip toplumların sevgi, hoşgörü ve barış içinde kutsal mekânlardaki ibadete çağrılarının, duaların, ilahilerin birbirine karıştığı aynı sokakta, yan yana, omuz omuza, kardeşçe; acılarını, sevinçlerini, yazgılarını ortak sayarak kardeşlik atmosferinde yaşadıkları bir kenttir (Türkan, 2015:1). Hatay/Antakya; camilerin, kiliselerin, havraların yan yana varlıklarını sürdürdükleri bir hoşgörü merkezi olmuş; bunun sonucunda oluşan kültür birikimi, yörede toplum yaşamına yansımış; geleneklerle, göreneklerle; edebiyatla ve çeşitli kültürel faaliyetlerle varlığını günümüze kadar sürdürmüştür (Arı, 2020:1). Türkiye'nin kültür başkenti olan Hatay/Antakya, tarihin her döneminde gözde bir kent olmuştur. Kendine has kozmopolit yapısı her dönemde korunmuştur. İlgili yapılar, nesilden nesile aktarılırken arada bir boşluk oluşmamıştır. İşte bu yüzden Selçuklu dönemi ya da Osmanlı döneminde nasıl bir hoşgörü hâkimse aynı hoşgörüyü bugün de görmekteyiz. Yüzyıllardır Hatay halkı farklı etnik kökenleri, dinleri ile bir arada yaşamayı öğrenmiş ve bu süreç kendiliğinden oluşmuştur. Kültürel asimilasyon olmadan kentteki her topluluk kendini idame ettirebilmiştir. Bu çok kültürlü yapısı Hatay'ı birçok uygarlığın gözde merkezi hâline getirmiştir. Bu çok kültürlü yapının büyük çoğunluğunu Nusayri Araplar, Sünni Araplar, Türkler, Hristiyan Ortodoks, Katolik ve Protestanlar, Hristiyan Ermeniler, Yahudiler bu çok kültürlü yapının dinamiklerini oluşturmaktadır (Başeymez, 2009: 26-27). Çok eski çağlardan günümüze kadar hoşgörü ve kardeşliğin süregelindiği ve bunun Antakya'nın bir kimlik sembolü haline geldiği yazılı metinlerde ve halk arasında ifade edilmektedir.

Çok eski bir tarihi olan Hatay'ın (Antakya) antik çağdaki adı Antiochia'dır. Roma İmparatoru Seleukos'un babasının adını verdiği söylenmektedir. Hatay adı ise 1937'de Atatürk tarafından verilmiştir. Tarih boyunca üç kıtayı birbirine bağlayan yolların kavşak noktasında bulunan Hatay, bununla birlikte farklı inançların ve

kültürlerin de buluşma noktası olmuştur. Bu anlamda kentin karakteristik yapısının olduğu görülmektedir. Bir zamanlar Roma İmparatorluğu'nun üçüncü büyük kenti olan İncil'de adı geçen Antakya, tarihte Müslümanların, Musevilerin, Hristiyanların, putperestlerin vs. yaşadığı mozaik bir yapı özelliği taşımaktadır (Başeymez, 2009: 30). Hatay'ın bu yapısından dolayıdır ki kentte beraber yaşama kültürü oluşmuştur. Hatay, coğrafi olarak Asya, Afrika ve Avrupa kıtaları arasında bir köprü konumunda ve insanın atalarının göç yolları üzerinde yer alan önemli merkezlerden biridir. Antik çağlarda yaşamış olan Hurriler, Hititler, Aramiler, Fenikeliler gibi tarihe damgasını vurmuş kültürler Hatay'da yaşamıştır. Ayrıca, Hatay Batı kültürlerinden Helenistik dönem Grek ve Roma kültürlerinin de etkisinde kalmıştır. Sınırları doğuda Semerkant, batıda Sardis'e kadar uzanan bir krallığa da başkentlik yapmıştır. Bu konumuyla Doğu ve Batı kültürlerinin etkilerini bir arada taşımakta ve bu etkiyi bugüne de yansıtmaktadır. Bugün de farklı kültürlerden insanların bir arada barış içinde yaşadığı Hatay, büyük bir kültürel zenginlik sergilemektedir (Türk, 2010: 226). Bu kültürel zenginlik, günümüze kadar varlığını devam ettirmektedir.

Hatay yöresi Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinden biridir. Bölgede yapılan yüzey araştırmalarına ve kazı çalışmalarına göre yöredeki yerleşmelerin tarihi MÖ 100.000 yıllarına yani Orta Paleolitik döneme kadar uzanır. Anadolu'yu Suriye ve Ortadoğu'ya bağlayan yolların kavşak noktasında olduğundan ve Mezopotamya'dan Akdeniz'e çıkmak için en elverişli limanların burada olmasından dolayı bu yöre, tarihin her döneminde cazip bir yerleşim yeri olarak göçlere hedef olmuştur. Ancak son yıllarda Sungur Köyü civarında incelenen yontulmuş taşların günümüzden 250 bin yıl kadar öncelerine yerleşik hayat izlerinin olduğu varsayılmaktadır. Yine Yayladağı-Kışlak civarında ve Çevlik-Kanal mağarasında MÖ 40 bin-11 bin yılları arasında tarihlenen Üst Paleolitik döneme ait araçlar ve insan kalıntılarına rastlanılmıştır (Şahin, 2011: 27). MÖ 300 yılında Seleukos Krallığını kuran Nikator, Antakya'yı başkent yapmıştır (Eriş ve Çoruh, 2015: 83). Antakya'nın ilk kuruluşu, Büyük İskender'in ölümünden sonraki yıllara denk gelmektedir. Büyük İskender'in komutanlarından Seleukos ile yapılan savaşta mağlup olan I. Antigonos, MÖ 307 yılında bugünkü Antakya'nın kuzeyinde Akdeniz sahilinden doğuya, içerilere giden yolda Asi Nehri kenarında bir şehir kurar ve bu şehre "*Antigonia*" adını verir. Ancak Antigonos, 301 yılında I. Seleukos Nikator'la yapılan savaşta ölür. I. Seleukos Nikator, MÖ 23 Nisan 300 tarihinde Akdeniz kıyısında Seleukia'da (bugünkü

Samandağ-Çevlik) kentini kurar ve başkenti buraya taşır. Seleukia’da bir de liman inşa edilir. Daha sonra I. Seleukos Antigonía’yı yıktırıp daha güneyde, dağ eteğinde (Antakya’nın bugünkü yeri) yeni bir şehir yapılmasını emreder. Kseneus tarafından “*ızgara plan*” yöntemi uygulanarak planlanmış olan şehrin temeli MÖ 22 Mayıs 300 tarihinde atılır ve inşası tamamlanınca devlet merkezi buraya nakledilir. Seleukos şehre babasının (ya da oğlunun) adına izafeten “*Antiokheia*” adını verir (Türkan, 2015: 30). Antakya adının nereden geldiği hususunda değişik görüşler vardır. Bir rivayette Oğuz Han’ın da Antakya’ya geldiği söylenmektedir. Reşideddin Oğuznamesi’ne göre Oğuz Han, MÖ 654 yılında Filistin yöresine gelir. 10 yıl kadar sonra da Türklerin “*Batak Şehir*” adını verdikleri 306 kapılı Antakya şehrini bir yıllık kuşatmadan sonra ele geçirir. Şehre 90000 askeriyle giren Oğuz Han, burada 18 yıl kaldı ve 626 yılında ayrılır (Togan, 1982: 33). Eski şehirlerden olduğu için çeşitli dillerde söylenmiştir. Entakye, Antakya, Ayn-ı takya, Antakiye ve Antekiye gibi. Asıl kullanılış şekli Entakye ve Antakya isimleri olmuştur (Zıllıoğlu, 1984: 735). 1648 yılında Hatay yöresinden geçen Evliya Çelebi, Seyahatnamesi’nde özellikle Payas, İskenderun, Belen, Bakras ve Antakya hakkında çok yararlı bilgiler vermiştir (2000 Yılında Hatay, 2000: 26). Anlaşılacağı üzere Antakya adının kökeni hakkında değişik rivayetler mevcuttur.

Antakya Asi Nehri ile Silpiyus Dağı arasındaki meyilli arazide kurulmuştu. Çevresini kuşatan 360 burçlu yüksek, sağlam surları ve tepede bir de iç kalesi vardı. Önemli anayolların kavşak noktasında bulunması ve El Mina-Selevkeia-İskenderun gibi limanlara sahip olması nedeniyle hem maddi, hem de kültürel yönden zengin bir şehirdi. Şehir içinde ve çevresinde birçok sanat yapıları, anıtları, mabetler, tiyatro, hipodrom, hamam, geniş ve gösterişli caddeleri vs. vardır. Ayrıca önemli kişilerin evlerinin zeminleri eşsiz sanat yapıları olan mozaiklerle süsleniyordu. Başkent Antakya hızla gelişip dünyaca ünlü bir ticaret ve sanayi merkezi olmuştur. I. Seleukos döneminde su kanalları yapılarak Defne (Harbiye) çağılayanlarından Antakya’ya su getirilmiştir. Şehirde su deposu ve dağıtım şebekesi yapılmıştır (Tekin, 2000: 5). Antakya aynı zamanda bir olimpiyat şehri olmuştur. İlki MÖ 195 yılında olmak üzere MS 6. yüzyıla kadar festivaller ve olimpiyatlar düzenlenmiştir (Başeymez, 2009: 30). Antakya’daki zengin bu kültürel yapı şehirdeki mimari yapılara ve kişilerin evlerine kadar her şeye yansımıştır.

Antakya MÖ 64 yılında Roma İmparatorluğuna katılır ve İmparatorluğun Suriye eyaletinin başkenti olur. MÖ 47 yılında Sezar, şehri ziyaret eder ve büyük yapıların yapılmasını sağlar. Romalıların gözde şehri ve Doğu başkenti olan, zaman zaman imparatorlara ev sahipliği yapan Antakya, MS 256 ve 260 yıllarında Sasani hükümdarı Şapur I. tarafından işgal edilir. 395 veya 396 yılında ise güneye inip Suriye'yi işgal eden Hunlar, Antakya önlerine kadar gelip şehri zapt ettikten sonra bölgeden çekilmişlerdir. 395 yılında Roma İmparatorluğu ikiye bölünür ve Antakya Doğu Roma sınırları içinde kalır (Tekin, 2000: 6). MS I. yüzyılın ortalarında ortaya çıkan Hristiyanlık, Kudüs'ten sonra Antakya'da da yayılmaya başlamıştır. Hz. İsa'nın dininden olanlara ilk defa Antakya'da St. Pierre doğal mağara kilisesinde "*Hristiyan*" adı verilmiştir. Bu dönemlerden sonra Hatay'da çeşitli çalkantılar olmuştur. Savaş ve doğal afetlerle sık sık sarsılan şehir her defasında yerle bir olmuştur. 526 ile 528 yıllarında Antakya ve çevresinde meydana gelen depremlerde 250 bin insan yaşamlarını yitirmiştir (Sarı, 1996: 1). Bizans İmparatorluğu zamanında en zengin, görkemli yıllarını yaşayan Antakya yine bu yıllarda arka arkaya gelen depremlerle sarsılmıştır. Özellikle 526 ve 528 yıllarında olan depremler şehri harabeye çevirmiştir. O dönemlerde nüfusun bir milyona yakın olduğu söylenmektedir. Bu depremlerde yaklaşık 250 bin kişi ölmüştür. Şehir, 526 ve 528 depremlerinden sonra yeniden kurulmuş ve 540 yılında İranlıların işgaline uğramıştır. Bizans'ın giderek zayıflaması ve Araplar karşısındaki gerilemesiyle İslam orduları Antakya'ya yönelmiş ve şehri kuşatmışlardır (Başeymez, 2009: 31). 638 yılında Suriye'de fetihler yapan Ebu Ubeyde İbn-ül Cerrah komutasındaki İslam ordusu Antakya'ya yönelmiş ve şehri kuşatmıştır. Şehir anlaşma ile teslim alınmıştır. Fakat daha sonraki yıllarda Antakya, Haçlı ve İslam ordularının akınlarına uğrayacaktır (2000 Yılında Hatay, 2000: 23). 710-715 yılları arasında yörede birçok kaleler yapılmıştır. 661-750 yılları arasında Antakya, Halep'e bağlıydı. Antakya, Abbasiler döneminde sakin bir devir yaşamıştır. Halife Harun Reşit Antakya'yı ziyaret etmiştir. 846 ve 847 yılında meydana gelen depremde Antakya ve Musul'da 20000 kişi ölmüştür. 868 depreminde ise Antakya'da bütün evler yıkılmış, kale burçları harap olmuştur (Tekin, 2000: 6-7). Antakya'da gerçekleşen bu depremlerden sonra Antakya yeniden imar edilmiştir.

877'de Tolunoğulları'nın daha sonra İhşitlerin egemenliği altına giren Antakya, 944 yılında Hamdanoğulları'nın Halep koluna bağlanmıştır (Tekin, 2000:

7). 968 yılında Bizans'ın yeniden ele geçirmesiyle Antakya'da 331 yıl süren İslam dönemi kesintiye uğrayacaktır. 1084'de Anadolu Selçuklu Sultanı Kutalmışoğlu Süleyman Şah Antakya'yı ele geçirmiştir. 1098'de ise Haçlıların uzun süren sefer ve kuşatmalarının neticesinde şehir yeniden Haçlıların eline geçmiş ve Latin Devleti'nin başkenti olmuştur. Bu dönemlerde Antakya eski önemini yitirmeye başlamıştır ve 1516'da Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferi sırasında Osmanlı topraklarına katılır. Antakya, I. Dünya Savaşı'na kadar Osmanlı toprağı olarak kalmıştır (Başeymez, 2009: 32). Antakya'nın Türk hâkimiyetine girmesinden sonra şehirde artık Türk izleri kendini göstermiştir.

Hatay'ın kuruluşundan bugüne kadarki süreçte kronolojik sıralaması şöyledir:

MÖ 1460 yılında Hitit İmparatorluğu

MÖ 1200 yılında Hitit Persliği

MÖ 680 yılında Oğuzlar

MÖ 550 yılında Persler

MÖ 333 yılında Büyük İskender

MÖ 64 yılında Romalılar

MS 395 yılında Hunlar

MS 638 yılında İslami dönem

MS 969 yılında Bizans

MS 1074 yılında Selçuklular ve ardından Haçlılar

MS 1187 yılında Selahattin Eyyübî-Memlûklüler dönemi

MS 1516 yılında Osmanlılar

MS 1917 yılında Araplar

MS 1918 yılında Fransızlar

MS 1939 yılında Türkiye Cumhuriyeti dönemi başlamıştır (Sarı, 1996: 1-2; Türkan, 2015: 7-8). Görüldüğü üzere Antakya, tarihte birçok uygarlıkla tanışmış, bunun sonucunda kente çok zengin bir kültür oluşmuştur.

30 Ekim 1918 tarihinde Mondros Mütarekesi'nin imzalanmasının hemen ardından 1918 yılında Fransızlar Hatay'ı İskenderun'dan başlayarak işgal etmişlerdir. 19 Aralık 1918 tarihinde işgalci Fransızlara karşı Dört Yol'un Karakese Köyü'nde silahlı direniş başlamıştır. Fransız askeri birliklerine karşı silahlı mücadeleye giren Karahasan ve arkadaşları, burada Türk milli mücadelesinin ilk kurşununu düşmana sıkmışlardır (Kalaycıoğlu, 2001: 4). Gazi Mustafa Kemal Paşa, 15 Mart 1923'te

Adana'ya geldiğinde Antakyalılar kendisini karşılamıştır. Antakyalı bir kız (Ayşe Fitnat Hanım) ağlamaklı olarak “*Ey Gazi! Bizi kurtar.*” diye talepte bulunur. Mustafa Kemal Paşa da kıza, tarihe mal olacak şu sözü söyler: “*Kırk asırlık Türk yurdu düşman elinde esir kalmaz!*” (2000 Yılında Hatay, 2000: 29). 1936 yılının meclis açılış nutkunda Atatürk “*Bundan böyle Fransızlarla aramızda senelerdir sürüp giden davanın neticelenmesinin zamanı gelmiştir.*” demiştir. Daha sonra ertesi gün, Tayfur Sökmen'i yanına çağırarak “*Sökmen, bugünden itibaren davaya resmen el konu. Antakya-İskenderun havalisinin ismi artık Hatay'dır.*” demiştir (Sökmen, 1992: 85). Hatay adını Atatürk bizzat kendisi vermiştir. Hatay adının kaynağı MÖ 1200'le başlayan Geç Hitit Prenslikleri dönemine aittir. Bu dönemde Amik Ovası'ndaki Hattina Krallığı varlığı bilinmekte, Hatay isminin de buradan geldiği düşünülmektedir (Şahin, 2011: 30). 1920'den sonraki yıllarda Suriye ve Fransızların baskılarıyla Türklük adına her şey yasaklanmıştır. Antakya okullarında okutulan ders kitapları Türkiye'den gönderilmektedir. Yine bu yıllarda bazı okullarda idareciler tarafından kitapların baş kısmındaki Atatürk resmi çıkarılıp yakılmıştır. Bunun üzerine yeniden basılan Atatürk resimleriyle okula yeniden giden öğrenciler olmuş ve bu hadise tekrar yaşanmamıştır. Hatay, Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlanana kadar mücadeleler soğuk savaş şeklinde devam etmiştir. Bu dönemlerde Atatürk Hatay'ı hep çok yakından takip etmiş ve buraya ziyaretlerde bulunmuştur. Bu ziyaretlerin birinde kendisinin belirlediği Hatay bayrağını halka hediye etmiştir (Başeymez, 2009: 33). Uzun çalışmalar sonucunda Milletler Cemiyeti, 27 Ocak 1937'de İskenderun Sancağı'nın bağımsız bir devlet olmasını kabul etmiştir. Türk ve Fransız askeri heyetlerin yaptığı görüşmelerden sonra 5 Temmuz 1938'de Türk askeri, halkın sevinç gösterileri arasında Hatay'a girmiştir. Yapılan seçimler sonucunda Cumhurbaşkanlığına Tayfur Sökmen, Başbakanlığa da Dr. Abdurrahman Melek seçilmiştir. Bayrağı, Türk bayrağının hemen hemen aynısı, marşı da İstiklal Marşı olmuştur. Böylece Hatay Devleti resmen kurulmuştur (Şahin, 2011: 30). 1938'de Atatürk'ün hastalığı dünya basınından duyulunca Hatay meselesinin yarım kalacağına dair söylentiler hız kazanmıştır. Bu hastalığına rağmen Atatürk Hatay'a bir gezi düzenlemiş ve bu mesele çözülene kadar burada kalacağını bildirmiştir. Daha sonra Fransız ve İngilizler antlaşmak istediklerini belirtince yeniden Ankara'ya dönmüştür. 1939'da Atatürk'ün “*Benim şahsi meselem*” dediği Hatay, meclisin verdiği kararla Türkiye Cumhuriyeti'ne bağlanmıştır. Yüzyıllardır birçok

medeniyetin beşiği olan Hatay; yaşayan birçok farklı topluluklarla artık bir Türk yurtdur. Hatay adına verilen mücadeleler Hatay'ı daha değerli hale getirmiştir (Başeymez, 2009: 33). Atatürk'ün yıllarca verdiği siyasi mücadeleler sonucunda Antakya, bir Türk yurdu olmuştur. Hatay'ın anavatana katılması Atatürk'ün dış politikadaki kazandığı bir zafer olmuştur.

2. Hatay/Antakya'nın Coğrafyası

Yaklaşık 1,5 milyon nüfusu ile Türkiye'nin önemli jeopolitik noktalarından biri konumunda olan Hatay, Avrupa'yı Orta Doğu'ya bağlayan E-91 karayolu üzerinde olması nedeniyle çok sayıda yabancıların giriş çıkış yaptığı önemli bir sınır kapısı durumundadır. Amik Ovası'nın başlangıcında Amanos dağları ile Habib-i Neccar dağlarının ortasındaki vadide kurulmuş olan Hatay; bugünkü konumuyla karşılaştırıldığında tarihi bir zenginliğe sahiptir. Antakya'nın bu gelişmişliği Akdeniz ile Mezopotamya arasında bir köprü oluşturmaktan kaynaklanmaktadır. Hareketli bir ticari hayat ve lüks malların üretimi kente büyük bir zenginlik kazandırmış fakat bu zenginlik 526 yılındaki depremle büyük oranda yerle bir olmuştur (Başeymez, 2009: 34). Hatay, bulunduğu konum itibarıyla tarihin her döneminde stratejik bir öneme sahip olmuştur.

Akdeniz Bölgesi'nde yer alan Hatay ili, 5403 km²'lik yüzölçümündedir. İlin doğusunda ve güneyinde Suriye, kuzeydoğusunda Gaziantep, kuzey ve kuzeybatısında Osmaniye ve Adana, batısında ise Akdeniz yer almaktadır. Denizden yüksekliği 85 m. olan il merkezi, Aşağı Asi Vadisi'nin başlangıcına kurulmuştur (2000 Yılında Hatay, 2000: 37). Hatay, yeryüzü şekilleri bakımından üç bölümde incelenebilir. Bunlar kıyı dağları, çöküntü alanları ve kıyı ovalarıdır. İldeki dağlar, Güneydoğu Toroslar'ın başlangıcını oluşturmaktadır. Kuzeydoğu ve güneybatı doğrultusunda uzanan bu dağlar, Hatay'daki çöküntü düzlüklerini, doğudan, batıdan ve güneyden sınırlar. Toroslar'ın uzantılarını oluşturan dağlar, ilin güneyinde Suriye tektoniğinin ana sıralarıyla iç içedir. Kahramanmaraş'ın güneyinde, Ceyhan Irmağı'nın çizdiği geniş yayın içinden başlayan Amanos Dağları, güneybatı yönünde kıyıya koşut olarak uzanır. Bu dağ sırası, Amik Ovası ile kıyı ovaları arasında, düzenli bir sıra oluşturur ve Samandağ'ın kuzeyinde son bulur. Amanos Dağları, kıyıda 75 km. uzaklıktaki Kıbrıs Adası'na kadar uzanır. İl topraklarının orta kesiminde, Asi, Karasu ve Afrin vadi tabanlarının dolmasıyla ortaya çıkan

düzlüklerde Amik Ovası oluşmuştur. Alanı 900 km²'yi aşan Amik Ovası'nın bir bölümü, Amik Gölü ve bataklıklarla kaplıydı. 1960'larda gölün ve bataklıkların suları, Asi Vadisi'ne akıtılarak kurutulmaya başlanmıştır. 1980'lerin başında bataklıklar ve göl kurutulmuş, su altındaki topraklar tarıma açılmıştır (Yurt Ansiklopedisi, 1982: 3372-3375). Hatay, verimli toprak arazilerinin bulunduğu önemli bir coğrafi konuma sahiptir.

Hatay ili, genelde yazları sıcak ve kurak, kışları ılık ve yağışlı olmakla birlikte yüksekliğe bağlı olarak iklim özellikleri önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Hatay'da kış aylarında rüzgâr kuzey ve kuzeydoğu yönlerden hafif ve orta kuvvette, yaz aylarında güney ve güneybatı yönlerden orta kuvvette ve kuvvetli esmektedir. Bilindiği gibi, bir yörenin iklimi ve coğrafi konumu turizm hizmet sunumunun tüm yıla yayılmasında hayati derecede önem arz etmektedir. İlin söz konusu iklim özellikleri yılın bütününe yayılan turizm faaliyetlerinin örgütlenmesine ve böylelikle turizm endüstrisinin hızla yükselebilmesini destekleyecek mahiyettedir (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı, 2012: 48). Hatay'ın en sıcak yeri olan İskenderun, öteden beri turistik amaçlı da ziyaret edilen en gözde ilçesidir. Deniz kıyısı boyunca uzanan bulvarlarını, palmyeler, çiçekler, beyaz ve pembe renkli zakkum ağaçları süsler. Bulvar ile deniz kıyısı arasında kıyı kahveleri vardır ve özellikle yazları buralar renkli görüntülere sahne olur (Başeymez, 2009: 34). Bir deniz kenti olan İskenderun, yazları çok sayıda misafiri ağırlar.

Hatay il sınırları içerisindeki en büyük dağ, Amanos Dağları'dır. Güneybatısında Samandağ civarında Musa Dağı ile Hatay'ın güney ucunda Suriye sınırına paralel olarak uzanan El-Mansuriye Dağı vardır. Batı kesiminde ise Kızıldağ yükselmektedir. Amanos dağlarının en yüksek yeri, Dört Yol ilçesinin doğusunda kalan 2240 m yükseltili Mıgır Tepe'dir (Bozdağ). Burası aynı zamanda Hatay ilinin de en yüksek noktasıdır. Yine Amanoslar üzerindeki Hassa'daki Kuşçu Tepe 2076 m'dir. Amanos Dağları üzerindeki diğer yüksek tepeler ise; 1700 m yükseltili Kızıldağ ve 1668 m yükseltili İkiztepe'dir. Amanos dağlarının uzunluğu yaklaşık 175 km'dir. Genişliği ise 15-30 km arasında değişmektedir. Bu dağlar yüksek ve dik olduğundan güç geçit verir. En önemli geçit Elmadağ üzerindeki 660 m yükseltili Belen Geçidi'dir. Hatay çöküntü alanının güneyini kuşatan Keldağ ise Yayladağı ve Altınözü ilçeleri arasını bütünüyle kaplar. En yüksek noktası Yayladağı ilçesinin kuzeybatısındaki 1729 m yükseltili Akra Dağı'dır. Keldağ'ın Antakya'ya doğru

uzanan bölümü 500 m yükseltili Habib-i Neccar Dağı'nı oluşturur. Keldağ'ın arka kesimi 1235 m yükseltili Ziyaret Dağı'dır (URL1). Hatay bulunduğu coğrafi konumu itibarıyla düzgün bir karayolu ile Adana ve Gaziantep'e bağlıdır. Bu yol, İskenderun'dan sonra iki kola ayrılarak biri Belen Geçidi üzerinden Amanos Dağları'nı aşarak Antakya'ya ulaşır ve sonra doğuya devam ederek Cilvegözü Sınır Kapısı'ndan Suriye sınırına girip Halep'e doğru gider. Güneye doğru giden ikinci kol, Yayladağı Sınır Kapısı'ndan Suriye'nin önemli bir limanı olan Lazkiye'ye ulaşır. Denizyolu açısından önemli bir konuma sahip olan İskenderun Limanı, Türkiye limanları ile denizaşırı ülkelere çalışan önemli bir kapıdır (Türkan, 2015: 11; Yurt Ansiklopedisi, 1982: 3370-3372). Bulunduğu bu önemli konum, Hatay'ı daha bir değerli yapmaktadır. Günümüzde Arsuz ilçesine bir yat limanı kurulmuştur. Bu sayede Hatay, deniz yolu ticareti açısından da önem kazanmıştır. Uluslararası ticaret yolunda bulunması Hatay'ın asırlardır birçok farklı kültürle karşılaşmasını sağlamış, bu durum da Hatay'a kültürel bir zenginlik katmıştır.

Hatay ili Asi Nehri, Karasu ve Afrin Çayı olmak üzere belli başlı üç önemli akarsuya sahiptir. Asi Nehri; Lübnan'dan doğar, Suriye'yi geçtikten sonra Türkiye'ye girmektedir. Nehrin toplam uzunluğu 380 km, il sınırı içerisindeki uzunluğu 94 km'dir. Karasu; Kahramanmaraş'tan doğar ve Afrin Çayı ile bugün kurutulmuş olan Amik Gölü yatağında birleşir. Karasu Nehri'nin uzunluğu 116 km'dir. Afrin Çayı; Gaziantep'ten doğar, Karasu ile eski Amik Gölü yatağında birleşir. 160 km'dir (2000 Yılında Hatay, 2000: 37). Bu akarsular çevresinde tarım ve hayvancılık faaliyetleri yapılmaktadır.

3. Hatay/Antakya'nın Ekonomik Yapısı

Hatay yöresini çekici kılan ve tarihin her döneminde göçlere açık olmasını sağlayan bir özellik Anadolu'yu Çukurova yoluyla Suriye-Filistin'e bağlayan yolların kavşak noktasında bulunmasıdır. Ayrıca, Mezopotamya'dan Akdeniz'e çıkmak için kullanabilecek en uygun limanlar, yine Hatay yöresindedir. Bu stratejik konum, Hatay'ın dünya üzerindeki belli başlı medeniyetlerin önemli bir bölümüne ev sahipliği yapmasını beraberinde getirmiştir. Ekonomik gelişmeyi gösteren ulaşım sistemlerinin varlığı, Hatay ilinin önemli bir güçlü yönü olarak öne çıkmaktadır. Bölge, ulusal düzeyde kuzey-güney ve doğu-batı ekseninde kesişen ekonomik ve demografik merkezleri birbirine bağlayan stratejik bir coğrafyaya sahiptir. Ulusal

yük ve yolcu taşımacılığında başat rol oynayan bu ulaşım koridorları bölge üzerinde kesişmektedir. Bölge uluslararası ulaşım için de önemli bir geçiş noktasıdır. Üç kıtanın kavşak noktası olarak uluslararası ulaşımın ve transit taşımacılığın en yoğun ve hareketli olduğu yerlerden biridir. Önemli bir uluslararası karayoluna (E-91), büyük bir limana (İskenderun), Türkiye'nin en önemli sınır kapılarından birine (Cilvegözü) ve Yayladağı giriş-çıkış kapısına sahiptir. Bölge sahip olduğu konumun getirdiği avantajlarla ulusal ölçekte ortalamanın üzerinde ulaşım altyapısına sahiptir. Özellikle ticari karayolu, denizyolu ve demiryolu taşımacılığı açısından gelişmiş durumdadır (Hatay İl Turizm Stratejisi ve Eylem Planı, 2012: 45). Hatay'ın bu stratejik ve jeopolitik konumu, uluslararası ticarete onu değerli ve önemli yapmaktadır. Hatay sınır kapılarıyla bir yandan Akdeniz'e açılmakta diğer yandan Orta Doğu'ya açılarak bu bölgelerde önemli ticari faaliyetlerde bulunmaktadır.

“Hatay ve ilçelerinin tarıma elverişli alanlar üzerinde kurulmuş olması yöre halkının tarıma dayalı geçim ve buna bağlı olarak tarıma dayalı ticaret potansiyelini oluşturmaktadır. Ayrıca Antakya ilçesinde mobilya ve ayakkabı imalat sektörü gelişme göstermiştir. İskenderun ilçesi ve çevresinde ise demir çelik, çimento sanayisi gelişmiştir. İskenderun'da ayrıca gübre, filtre ve tuğla fabrikaları bulunmakta olup burada bulunan limanın nakliyat ve transit taşımacılığına büyük katkıları vardır. İlde 2014 yılı sonunda 8.656 adet, 2015 yılı sonunda 12.116 adet, 2016 yılı sonunda 13.908 adet şirket bulunmakta iken, 2017 yılı sonu itibarıyla 14.135 adet şirket bulunmaktadır. Ayrıca ilde esnaf ve sanatkârların açmış olduğu işyeri sayısı 38.373 olup; esnaf ve sanatkârların sayısı ise 37.222 dir.” (Hatay İli Ekonomik Görünüm Raporu, 2017: 18-21).

Hatay, hem sanayi alanında hem de sebze ve meyvecilikte gelişmiş kentler arasındadır.

B. TEZ KONUSU HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1. Problem Durumu

Bu çalışmada kent kimliğini belirleyen unsurların (giyim, yemek, mimari yapı, inanışlar, demografik özellikler vb.) Antakya Uzun Çarşı'ya nasıl ve ne şekilde yansıdığı incelenmiştir. Kent kimliği, yüzyıllar içerisinde değişik faktörlere bağlı olarak sürekli değişim göstermektedir. Bu değişim, kentte yaşayan toplulukların giyim, yeme-içme, mimari yapı, inanışlar gibi kimliği oluşturan bileşenlerin etkisiyle gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, tezin anlamaya çalıştığı husus Antakya şehrindeki farklı kültürlerin oluşturduğu kent kimliğinin Uzun Çarşı'ya nasıl yansıdığıdır.

2. Amacı ve Önemi

Kent, çok farklı sınıfların ve grupların oluşturduğu bir obje olmanın ötesinde insanların bir araya gelerek oluşturdukları bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kentin yapısı, insanlar tarafından sürekli geliştirilmekte ve bu gelişim, birçok etkenin katkıda bulunmasıyla değişmektedir. Kentteki değişimi sadece o kentin binalarında, yollarında aramamak gerekir. Kenti meydana getiren unsurlar arasında birincil sırada şüphesiz kentte yaşayan insanların kültürleri, gelenekleri, görenekleri, inançları kısacası folklorik özellikleri bununla birlikte demografik özellikleri gelmektedir. Kentlerdeki sosyal ve kültürel yapıyı anlayabilmek için kent insanının ve toplumlarının yüzyıllardır oluşturduğu belleğe bakmak gerekecektir. İnsanların bellekleri olduğu gibi toplumların da hafızaları vardır. Kolektif bellek olarak adlandırabileceğimiz bu bellek, toplumların ortak bir kültür oluşturmasında etkili olmaktadır. Toplumun kültürel yapısını şekillendiren, geçmişten günümüze kadar toplumların biriktirmiş oldukları maddi ve manevi unsurlar bu bellek tarafından oluşturulmaktadır.

Antakya kenti, Prehistorik çağlardan bugüne değin yerleşim merkezi olmuştur. Kentin tarihine bakıldığında MÖ 3 binli yıllara kadar uzanan bir geçmişe sahip olduğu görülür. Antakya, bu süre zarfında birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Kent, Anadolu ile Orta Doğu arasında bir köprü görevini üstlenmiştir. Bundan dolayıdır ki Türk ve Arap kültürlerinin iç içe girdiği bir bölgede yer almıştır. Ayrıca kentte, uzun bir süre Bizans hâkimiyetinden ötürü Roma uygarlığının izleri görülmektedir. İslami fetihler sonucunda kent, Müslümanların yönetimine girmiş ve bu süreç Osmanlı hâkimiyetinden Cumhuriyet dönemine kadar uzanmıştır. Tarihi bu süreçte Hristiyanlığın ve İslamiyetin etkisiyle şehirde çok kültürlü bir yapı oluşmuştur.

Bu çalışmadaki amaç, birçok uygarlığa ev sahipliği yapan Antakya'nın, asırlar içerisinde oluşturduğu kent kimliğinin Uzun Çarşı'ya yansımalarını incelemektir. Özellikle halk bilimi alanında Antakya Uzun Çarşı ile ilgili çalışmaların az sayıda olduğu görülmüştür. Yapılan bu çalışmayla Antakya'nın kent kimliğini oluşturan unsurlar ortaya konacak ve şehrin önemli bir ticaret merkezi olan Uzun Çarşı'daki kimlik bileşenleri saha çalışmasıyla incelenerek elde edilen veriler kayda geçirilerek analiz edilecektir.

3. Yöntem

Çalışma Hatay ili merkez ilçe olan Antakya'daki Uzun Çarşı'yı kapsamaktadır. “*Sosyo-Kültürel Kent Kimliği ve Kültürel Bellek Bağlamında Antakya Uzun Çarşı*” isimli çalışmamızla ilgili olarak Türkiye’de farklı bilim dalları ve disiplinleri tarafından yapılmış kaynaklar taranarak tespit ve tedarik edilmiş, daha sonra da konuyla ilgili yurt dışında yapılmış çalışmalar tespit ve tedarik edilmiştir. Ayrıca başta İstanbul Üniversitesi olmak üzere Marmara Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Gaziantep Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Mustafa Kemal Üniversitesi, vb. birçok üniversitenin kütüphaneleri ve web üzerinden anlaşmalı oldukları veri tabanlarından konuyla ilgili yerli ve yabancı çalışmalar (makale, tez, vb.) taranarak arşivlenmiştir.

Çalışma alanımız Antakya Uzun Çarşı’dır. Sahaya çıkmadan önce yazılı kaynaklardan Uzun Çarşı ile ilgili bilgilere bakılmıştır. Fakat yazılı kaynaklarda Uzun Çarşı’yla ilgili yeterli bilgiye rastlanılmamıştır. Bundan dolayı sahadaki gözlemlerimize ve kaynak kişilerden elde edilen bilgilere göre bilgiler derlenmiştir. 84 kaynak kişi ile görüşülmüştür. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmış ve elde edilen bilgiler daha sonra yazıya aktarılmıştır. Ayrıca görüşme sonlarında fotoğraflama yapılmıştır.

Sahada bazı kaynak kişilerin bilgi vermede çekindikleri gözlemlenmiştir. Bu durumda araştırmanın amacı ayrıntılı anlatılarak kişinin, araştırmacı olarak bize güveni sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca sahada yapılan araştırmalar esnasında gözlem yapılmıştır. Çarşı esnafının ve müşterilerinin davranışları gözlemlenerek elde edilen verilerle birleştirilip sonuca gidilmiştir. Verilerin doğruluğunu teyit etmek için farklı kaynak kişilerle sık sık görüşmeler yapılmıştır. Derleme esnasında görüşülen kişiler örneklem bağlamında kaynak kişiler listesinde verilmiştir.

4. Sınırlılıklar

Çalışmamız Antakya Uzun Çarşı sınırları ile sınırlandırılmıştır. Çalışmamız 01.07.2021 ile 15.08.2022 tarihleri aralığında yapılmıştır. Bu tarih aralığında Uzun Çarşı’ya gidilerek çarşı esnafı ve misafirleriyle görüşmeler yapılmıştır.

Şekil 1.
Hatay il haritası

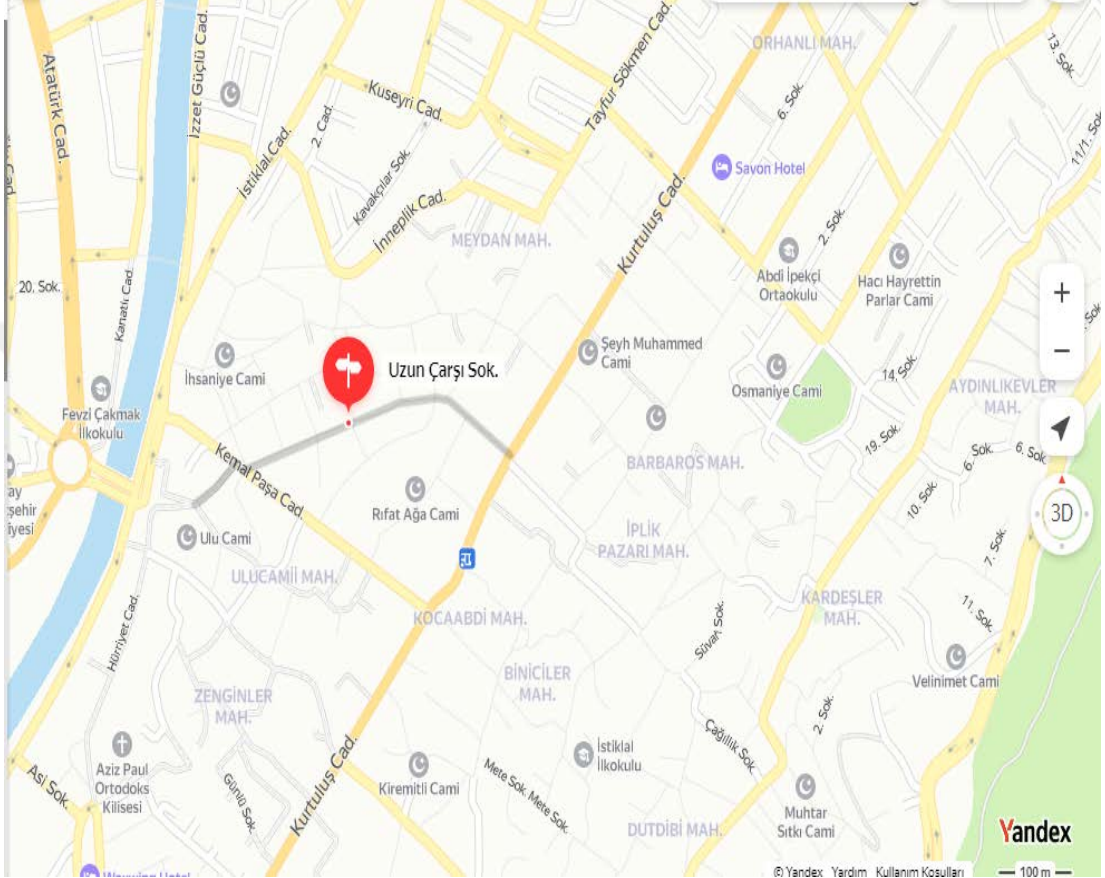


HATAY İLİ HARİTASI

R.SAYGILI 2015

Kaynak: <https://www.milliyet.com.tr/egitim/haritalar/hatay-haritasi-hatay-ilceleri-nelerdir>.

Şekil 2.
Antakya Uzun Çarşı Krokisi



Kaynak: https://yandex.com.tr/harita/101657/antakya/house/uzun_carsi_sok_14.

5. Hatay/Antakya Kent Kimliği ve Antakya Uzun Çarşı ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Antakya kent kimliği ve Uzun Çarşı ile ilgili değinilen çalışmalar halk bilimi ve mimari alanlarda olup yapılan bazı çalışmalar ele alınmıştır. Bu çalışmalar kronolojik sırayla verilmiştir.

5.1. Kitaplar

5.1.1. KALAYCIOĞLU, M. (2001). *Hatay Halk Bilimi II*. Hatay: İhsan Ofset.

Söz konusu eserde Hatay ilinin halk bilimi unsurları örnekler verilerek ayrıntılı bir biçimde verilmiştir. Hatay ili -ilçeleriyle birlikte- yemek, giyinme, törenler, gelenek-görenekler vb. folklorik açıdan incelenmiştir.

5.1.2. ERİŞ, M.; ÇORUH, H. (2015). *81 İlde Kültür ve Şehir Hatay*. İstanbul: T.C. Hatay Valiliği Yayınları.

Eserde Hatay ili zengin kültürel yapısıyla, kaybolmaya yüz tutmuş gelenek ve görenekleriyle anlatılarak verilmiştir. Söz konusu kitap, Hatay ilini tüm yönleriyle ele almaktadır.

5.1.3. DOĞRUEL, F. (2005). *İnsanîyetleri Benzer*. İstanbul: İletişim Yayınları: İstanbul.

Bu çalışmada Antakya ve çevresindeki diğer ilçelerin kültürel ve sosyolojik bakımdan incelenerek Hatay'ın kültürel özelliklerine değinilmiştir. Hatay'da yaşayan farklı grupların kendi kimlikleri ile var olduğunu, Hatay'ın bu çokkültürlü yapısının öneminden bahsedilmiştir.

Makaleler

5.2.1. TÜRK, H.; ŞAHİN, K. (2004). “Antakya Geleneksel Yemek Kültürü”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 1 (2): 115-132.

Çalışmada Antakya'nın geleneksel yemek kültürünün tarihsel süreç ve kentte yaşayan farklı kültürlerin etkileri göz önünde bulundurularak anlatılmıştır.

5.2.2. KAYPAK, Ş. (2010). “Antakya 'nın Kent Kimliği Açısından İrdelenmesi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.7, S.14, s. 373-392.

Çalışmada Antakya'nın kent kimliğinin oluşmasında etkili olan kimlik bileşenleri sosyo-kültürel açıdan ele alınmıştır.

5.2.3. ÜÇEÇAM KARAGEL, D.; KARAGEL, H. (2014). “Tarihi Bir Ticaret Merkezinin Pazarlama Coğrafyası Kapsamında Analizi: Uzunçarşı (Antakya /Türkiye)”. *European Journal of Research on Education*. 2(Special Issue), p. 166-184.

Makalede Antakya Uzun Çarşı, tarihi bir ticaret merkezi olarak ele alınmış ve Çarşı’nın bulunduğu coğrafi konum göz önüne alınarak kapsamlı bir analizi yapılmıştır.

5.2.4. GÜNDÜZ, S.; REYHANOĞLU, G. (2018). “Kadim Kentin Kimliği Antakya Uzun Çarşı”. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*. C. 6, S. 15, s. 857-871.

Makalede Antakya’nın kent kimliğinin önemli bir göstergesi olan Uzun Çarşı, içerisinde barındırdığı kimlik göstergeleri ile birlikte ele alınarak incelenmiştir.

5.3. Tezler

5.3.1. Yüksek Lisans Tezleri

5.3.1.1. BAŞEYMEZ, F. (2009). *Çokkültürlülük Açısından Hatay; Sosyolojik Bir Yaklaşım*(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Konya.

Çalışmada yüzyıllardır birçok medeniyete ev sahipliği yapan Hatay ili, sosyolojik açıdan ele alınmıştır. Çok kültürlülüğten yola çıkarak Hatay ili incelenmiştir.

5.3.1.2. GÜNGÖRDÜ, Z. (2016). *Kent Kimliğinin Değişim Sürecinin İşlevler Üzerinden İrdelenmesi Antakya Uzun Çarşı Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Bu çalışmada kent kimliği kavramı hakkında bilgi verildikten sonra Antakya kent kimliğinin nasıl oluştuğu, Antakya Uzun Çarşı’nın kent kimliğinden nasıl etkilendiği verilmiştir. Özellikle Antakya Uzun Çarşı’nın 1930’lu yıllardan günümüze kadar olan tarihi sürecinde kimlik değişimi verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE: KÜLTÜR, BELLEK, KİMLİK, İMGE

1.1. Kültür Kavramı

Kültür kelimesi Latince cultura'dır, o da kök sözcük colere'den gelir. Colere "*ikamet etmek, yetiştirmek, korumak, ibadetle onurlandırmak*" anlamlarına gelmektedir (Williams, 2018: 105). İngilizceden gelen "*kültür*" kavramı, Fransızcada kullanılan "*kültür*" kavramı ile etnologların farklı yorumlamalarından ötürü aynı değildir. Kültür, dışsal gelenekten edindiklerimizdir. Taylor'un klasik tanımına göre kültür; adetler, inançlar ve kurumların(sanat, hukuk, din ve maddi dünyayla uğraşmanın teknikleri vb.) toplamıdır, yani insanın bir topluluk üyesi olarak edindiği tüm alışkanlık ve becerilerdir (Levi-Strauss, 2020: 168). Kültür antropoloji dilinde ve eserlerinde şu temel kavramlar karşılığında kullanılan soyut bir sözcüktür:

1. Kültür, bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır.
2. Kültür, belli bir toplumun kendisidir.
3. Kültür, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesidir.
4. Kültür, bir insan ve toplum kuramıdır (Güvenç, 2020: 121). Kültür, toplumların yaşamı sürecinde ortaya çıkan bir olgudur.

Kültür kelimesinin anlamı dillere göre farklılık göstermektedir. Fransızca sözcüklerde "*insanı insan yapan bilgilerin tümü*" anlamında kullanılmaktadır. Almanca ve İngilizce eserlerde yaygın kullanım anlamı sosyal yaşayış tarzıdır. Dilimize bu kelime iki kaynaktan gelmiştir: Fransızca ve Amerikan İngilizcesinden. Fransızcada kültürün karşılığı irfan; Amerika İngilizcesinde ise medeniyettir (Meriç, 2013: 36-37). Buradan da anlaşılacağı üzere kültür kelimesinin farklı dillerde insan eylemine dönük anlamlara karşılık geldiği görülmektedir. Kültür; insanın anlama, düşünme, üretme vb. akıl eylemlerini ifade etmektedir.

Kültür, bir toplumsal yaşayıştır. Din, ahlak, hukuk, us, estetik, iktisat, dil ve fen toplumsal yaşayışlardır. Bunların toplamına kültür denir. Kültür ayrıca bir toplumda bireylerin isteğiyle oluşmaz; doğal olarak oluşur. Örneğin dil, bireylerce yöntemle yapılmış bir şey değildir. Bir sözcüğün yerine başka bir sözcük bulup

koyamayız. Dilin kendi yapısından doğan bir kuralını değiştiremeyiz. Dilin sözcükleri ve kuralları ancak kendiliğinden değişirler (Gökalp, 2018: 25-26). Kültürün toplumların yaşam biçimi olarak tanımlanması yenidir. XIX. yüzyılın sonlarından beri birçok Batılı araştırmacı kültürün tanımını yapmıştır. Örneğin Durheim kültürü kişilerin duyuş, düşünüş ve duygulanma eylemi olarak tanımlamıştır. İngiliz antropologları düşünüş ve davranış biçimi, inançları, değerler sistemi, simgeleri ve teknikleri olarak görmüşlerdir. Tylor kültür ile uygarlığı aynı anlamda ele almıştır. Tylor kültürü; insanların bilgileri, inançları, sanatı, hukuku, zevkleri, töreleri ve kişinin kabiliyetlerinin tümü olarak tanımlamıştır. Zamanımızda Fransız düşünür Duverger kültürü; toplumda kişilerin uyması gereken hareket, düşünce ve duyuş biçiminin ahenkli bir birleşimi olarak görmektedir. Günümüz Amerikalı birçok bilim insanı da kültürü bir yaşam biçimi yani bir topluluk mensuplarının doğa ve kendi aralarındaki ilişkilerin bütünü, belirli bir topluma özgü davranış biçimi, geniş ve karmaşık örgütlenmiş bir toplumun parçalarına özgü davranış biçimi olarak ele almışlardır (Soysal, 1985: 236). Bireylerin ve toplumların yaşam biçimleri kültürü meydana getirmektedir.

Kültür; belli değerlerin his ve duyuş boyutunda yaşandığı, bu değerlerin “dil” düzeyinde ifadesi olan kurallar (norm ve kurumlar) ile toplumsal ilişkilerin düzenlendiği, bu değer ve kuralların öngördüğü araçları üreterek ihtiyaçlarını karşılayan bir insan/toplum olgusu ile bir bütünlük oluşturur. Kültür, hayatta yaşanan her şeydir. Teorik, folklorik, arkeolojik, ölü bir şey değil; yaşayan ve yaşanan bir gerçekliktir (Karaman, 2004: 213). Sistem kuralları perspektifinden hareketle Bühl kültürü şöyle açıklamaktadır: “*Değişen ekolojik çevreyi diğer toplumların değişen hedef saptamalarına ve araçlarına uyum yapmada yetenekli kılan toplumca taşınılan davranış örnekleri sistemidir.*” (Ültanır, 2003: 301). Tylor, kültürü “*bilgi, imanı, sanatı, ahlakı, örf ve adetleri, ferdin bağlı olduğu cemiyetin bir uzvu olması itibariyle kazandığı itiyatlarını ve bütün diğer maharetlerini ihtiva eden iç içe girmiş bir bütün*” olarak tanımlamaktadır (Kaya, 1985: 51). Clarke (1979) kültür kavramını toplum ve sosyete sözcüklerine yaklaşılarak şu şekilde açıklamaktadır:

“Bir grup veya bir sınıfın kültürü; bir grup veya sınıfın özel ve anlaşılabilir yaşam tarzını, değerleri ve kurumlarda, toplumsal ilişkiler içerisinde, inanç sistemlerinde, gelenek ve göreneklerde objelerin kullanımında ve madde dünyasında bunların nasıl yapılandığı ile ilgili fikirleri kapsar. Kültür, yaşamın bu materyal ve toplumsal yapısının tanımlandığı özel bir biçimdir. Bir kültür; kendi parçacıkları ile ilgili hususları anlaşılabilir yapan ‘anlam haritalarını’ içerir. Bu anlam haritasını insan yalın olarak belleğinde tutamaz. Bu haritalar,

bireyi sosyal bireye dönüştüren sosyal organizasyon ve ilişkiler içerisindeki biçimlerde objektifleşmiştir. Kültür, bir grubun toplumsal ilişkilerini yapılandırma ve biçimlendirme türüdür. Aynı zamanda kültür, bu biçimlerin nasıl öğrenileceğini, anlaşılacağını ve yorumlanacağını açıklama tarzıdır.” (Ültanır, 2003: 301).

Kültürü anlayabilmek için toplumların olaylara bakış tarzını ve deneyimlerini incelemek gerekecektir.

Greverus (1982), kültürü şöyle tanımlamaktadır:

“Kültür, insanın bir organizma ve bir tür olarak hayatta kalabilmek için, değiştirecek ve biçimlendirerek dış ve iç doğaya dâhil olma potansiyelidir. İnsan, bu süreç içerisinde kendi çevresinden hareketle ve bu çevreyle ilgili olarak araçlar ve değerler yaratır. Bu araç ve değerler, değişen dünya koşullarına göre bunlardan uzaklaşmak gerekinceye kadar, kurumsallaşmalarla ve geleneklerle bağıntılıdır. Kültür, insanın icra ettiği tüm alanları kapsar. Yani, materyallerle ilgili yaşam güvencesinden hareket ederek, sosyal yaşam düzenleri üzerinden geçip, estetik ve değerlere uyumlandırılmış çevre şartlarına kadar uzanır.” (Ültanır, 2003: 296).

Kültür, belirli bir toplumun karakterini meydana getiren fikirler, bilgiler, inançlar, teknik ürünleri, davranış ve tavır tipleri sistemidir. Kültürün kazanılması ve saklanması sosyal bir süreç içerisinde geliştiğinden ötürü ona toplum mirası da denilmektedir. Kültür, sosyal bir canlıdır. Onu besleyen toplumun folklorik yapısıdır (Ülken, 1969: 188). Kültür, eskiden günümüze gelen ve devam etmekte olan toplum davranışlarının bütünüdür.

Kültürün oluşması bir süreç içinde meydana gelmektedir. Bu süreç oluşurken bireyin ve toplumun dünyayı anlamlandırma şekli, olayları yorumlama tarzı, sosyal algılar ve sosyal kabiliyetler gibi birçok husus devreye girmektedir. Bireysel ve toplumsal davranışların açıklanması kültürün anlaşılmasında etkili olmaktadır. Kültür; okuyan insanın zevkini, tenkit etme ve hükümler verme kabiliyetini inkişaf ettirmesidir. Bir milletin kültürü; onun bütün fertlerinin sahip olduğu, olayları karşılayan duyuş şekilleriyle, bütün tarihi içinde meydana getirdiği değer hükümleridir. Bu değer hükümleri; ilim, felsefe, sanat ve din tarafından yaşatılmaktadır. İnsanı evrenin merkezi yapan bütün meseleleri bunlar paylaşmışlardır ve her cemiyet, her millet bunları kendi ruh kabiliyetleri ile kendi iradesiyle yoğurmuş, birbirine kendi karakterini vermiştir. Kültür, onu yaratmış olan milletin malıdır (Topçu, 2020: 20). Eliot’a göre kültür, bir toplumun dininin vücut bulmuş şeklidir. Bir toplum geliştikçe o toplumun dini fonksiyonları da gelişmeye göre ortaya çıkar (Eliot, 1987: 20). Buradan anlaşılacağı üzere din, kültürü yansıtan

bir öge konumundadır. Toplumların dini yaşayışları, ritüelleri o toplumun kültürünü yansıtmaktadır.

Yaşanılan hayat, bir bütündür. Hayatın içerisinde maddi ve manevi yanlarıyla oluşan kültür de bu hayatın bir göstergesidir (Miyasoğlu, 1999: 8). Her kültürde insanlar beslenme, korunma, yaşamını sürdürme gibi doğuştan gelen temel ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır. Bunlar yapay veya ikinci bir çevrenin kurulmasıyla giderilebilir. Kültürün kendisinden daha fazlasını veya daha azını ifade etmeyen bu çevre, sürekli yenilenmek, korunmak ve sürdürülmek ister. Bu ise en genel anlamda yeni bir yaşam standardı ortaya çıkarır. Bu yaşam standardı topluluğun kültür düzeyine, yeteneğine göre şekillenecektir. Bu kültürel çevre diğer kuşaklara aktararak yaşam standardı devam ettirilecektir (Malinowski, 1992: 66). Toplumların kendisini oluşturan bireylere belli bir kültürü aktarma, kazandırma, toplumun istediği insanı eğitip yaratma ve onu denetim altında tutarak, kültürel birlik ve beraberliği sağlama, bu yolla da toplumsal barış ve huzuru sağlama süreci olarak “kültürleme” denir (Güvenç, 2021: 85). Kültürün oluşması ve varlığını sürdürebilmesi için temel ihtiyaçlarla birlikte insanın bu ihtiyaçlarını karşılaması ve devam ettirebilmesi ön koşulu gerekli olmaktadır.

Kültür, toplumun üyesi olarak kişilerin yaşamları boyunca eğitim süreciyle öğrendiklerinin tümü; daha geniş anlamıyla doğanın ya da Tanrı’nın yarattıklarına karşılık insan türünün yarattıklarının tümüdür. Toplumsal bir gerçeklik olan kültür, insan hayatının bütün yönlerini tarihsel bir derinlik içinde kapsayan, sonsuz özelliğe sahip sürekli bir değişimdir (Güvenç, 2021: 54). Kültürün yapılan tanımlarından özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

- a. Toplumsaldır.
- b. Kalıtsal değil; öğrenilir.
- c. Toplum tarafından olduğu gibi kabul edilir.
- d. Yer ve zamana göre değişir (Özkalp, 2018: 66-67).

Kültür; durağan değil, akıcıdır. Yere, zamana ve olayların şekline göre değişkenlik gösteren kültür, içinde olduğu topluma aittir. Toplumların uzun yıllar boyunca olaylara bakış açıları ve yaşam tarzlarıdır. Bir toplumun zaman içerisinde oluşturduğu kültürünü, o toplumun deneyimleri, toplumun olaylara verdiği tepkiler

oluşturmaktadır. Zaman içerisinde oluşan kültür, toplumun üyeleri tarafından gelecek kuşaklara aktarılır. Bu yönüyle kültür, akıcıdır, aktiftir.

1.2. Bellek Kavramı

Bellek; geçmişteki deneyimleri, tecrübe ve yaşantıları anlayabilme yetisidir. Deney ya da tecrübeleri anımsama, zihinde canlandırma, geçmişini şimdide koruma gücüdür. Anımsayan öznenin geçmiş yaşantılarına, bilinçli hallerine ya da geçmişte algılamış olduğu nesnelere ilişkin çıkarımsal olmayan bilgisidir. Özgün olaylar, olgu ve nesneler, imge ve fikirler ortada olmadığı zaman onlarla ilgili malumatı zihinde korumaktan gelen fonksiyondur. Bu fonksiyonların depolandığı yerdir (Cevizci, 1999: 111). Bellekle birlikte geçmiş hatırlanır ve gelecek anlamlandırılır. Bellek olmadan oluşan algılar düşük seviyedeki bir zihin fonksiyonu olmaktadır.

Bellek, sadece bireye ait bir özellik değildir. Toplumsal olarak belleğin var olduğu düşünceler üzerine toplumsal bellek kavramı ortaya çıkmıştır. Bellek, insanın toplum içerisinde gelişimini ve etkinliğini sağlayan en önemli yeteneklerden biri olmuştur (Özak ve Gökmen, 2009: 148). Toplum Bilimleri Sözlüğünde bellek tanımı şöyle yapılmaktadır: “*İnsanın toplumsal bir varlık olmasını sağlayan, çevresi ile etkileşmesinin sonuçlarını anlığında saklayabilmesi ve daha sonraki etkinlikleri sırasında bu sonuçları anımsayabilmesi yeteneğidir.*”(Ozankaya, 1975: 19). Bellek, insanın bir kaydetme aracıdır. Onunla istediği bilgileri kaydeder ve saklar.

Hatırlama edimi için bellek devreye girmektedir. Ancak binlerce bilgi arasından neyin, ne kadar hatırlanacağını belirleyen ya da hatırlamaya yardımcı olan şey nedir? Bunun için metaforlar kullanılmaktadır. Metafor kelimesi, Yunancada “*metapherein*” olarak kullanılmakta olup “*taşımak, aktarmak*” anlamlarına gelmektedir. Aristoteles’e göre iki nesne, olay, ilişki arasında paralel, benzeri ilişkiler anlamında kullanılan metaforun iki temel noktası vardır: yabancı isim kullanımı ve anlam iletimi (Draaisma, 2014: 28). Doğadan ve teknolojiye, organik ya da yapay süreçlerden alınmış bütün metaforlar kendi bellek perspektifini oluşturmuşlardır. Sokrates belleğin yumuşak ve cıvık bir balmumu olduğunu belirtmiş; Freud ise bellek için yüzeyde bir hatıra izi olmasa da altında silinmesi imkânsız hatıra katmanlarının olduğu bir yazboz tahtası metaforu kullanmıştır. Aquinolu Tommaso’nun yardımcısı Reginald, ustasının belleğini kutsal bir kitap gibi görüyordu. Carus belleği büyük bir labirente benzetmiştir. Bütün bu anlatılan

metaforlar, farklı bellek türleri olduğunu gösterir. Metaforlar; bir çağın, kültürün, ortamın yansımalarıdır. Kendileri de bir bellek biçimidir. Metaforu kullanan kişiler çevrelerindeki belleğe aktarılabilecek bilgilerdeki gizli süreçleri yansıtabilecek güçlü imgeler ile belleklerini muhafaza etmişlerdir (Draaisma, 2014: 20-21).

Anlaşılabileceği üzere tarihi dönem veya zaman içerisinde toplumun yaşadığı her şeyi metafor olarak tanımlanabilir. Bu metaforlar, üzerlerinde taşıdıkları, onları anlamamıza yarayan, iz bırakan güçlü simgelerle yüklüdür. İşte bu simgeler, toplumların belleklerini oluşturmaktadır.

Batı kültüründe bellek ile yazı arasında sürekli yakın bir ilişki olmuştur. Bellek; Latince’de “*memoria*” demektir ve iki anlamı vardır: bellek ve hatıra. İngilizcedeki “*memorial*” sözcüğünün de iki anlamı kullanılmaktaydı: hatıra ve yazılı kayıt. Bu iki anlamlılık, insanın anıları ile bu anılardan bağımsız olarak bilgiyi kaydetmek için keşfedilmiş araçlar arasındaki bağlantıyı vurgular. Balmumu tabletlerden bu yana, insanın hatırlayışı ve unutuşu, prostetik belleklerden türetilmiş terimlerle ifade edilmiştir (Draaisma, 2014: 47).

İnsanın sosyal hayatta karşılaştığı alanlarda edindiği her şey, belleğe kaydedilmektedir. Geçmiş, şimdiki zamanla birlikte karşımıza bellek olarak çıkmaktadır. Geçmiş; etik sorgulamalara, kültürel duyarlıklara ve şimdiki zamanın politik şartlarına incelenip yorumlandıktan sonra kolektif belleğe dönüşmektedir (Traverso, 2009: 10). Resmi tatiller, kitaplar, anıtlar vb. işaretler kolektif bellek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar verilmiş bellek biçimleri olup açıkça ve bilinçli olarak anıları korumak ve saklamak için tasarlanmış, genellikle eğitsel bir etki oluşturması amaçlanmış kültürel yapıtlardır (Schudson, 2007: 180).

Toplumsal bellek, geçmişten günümüze toplumun mekânlara yükledikleri anlamlarla kolektif belleğe bürünmektedir. Bu bellek sayesinde toplumlar, mekânlarda yaşanan olayları unutmamaktadır.

Bellek sadece bilişsel özelliğiyle değil; toplumsal bağlamıyla kültürel/kolektif bellek niteliğiyle de kavranmaktadır. Kültürel bellek her ne kadar geçmiş ile bağlantılı düşünülse de kendini hep “*şimdi*”nin içinde günceller; hatırlayış ve unutuluşla yeniden şekillenir (Depeli, 2010: 19). Geçmişin imgeleri bir araya gelince, o anda var olan toplumsal düzeni meşru gösterirler. Herhangi bir toplumsal düzene katılmış bulunanların ortak anıları olduğunu varsaymaları açık olmayan bir kuraldır. Yani günümüzle ilgili deneyimlerimizin büyük oranda geçmişle ilgili bildiklerimizin

üzerine oturduğudur. Fakat bu düşünce Connerton (2014:11-12)'a göre yeterli değildir. Onun savunduğu düşünce geçmişin imgelerinin bir şekilde uygulamalarla taşınıp sürdürülebilmesi gerçeğidir.

Bellek, geçmişten günümüze insan zihninin hatırlamak istediği bilgiler ve olayların saklanması ve bunların istenildiğinde kullanılmak üzere tekrar ortaya çıkarıldığı düşünce merkezidir.

“İmgesel olanın bellek ve hatırlama ile ilişkisi daha erken dönemlerde Bergson (2007) ve Halbwachs (1992) tarafından ifade edilmiştir. Kişi imgelerle hatırlar; deneyimlediği, temas ettiği anlardan biriktirdiği imgeleri “şimdi”nin içinde işler, farklı zamanlarda ve mekânlarda gezdirir, çeşitli duygularla ve nesnelerle buluşturur. Dolayısıyla yukarıdaki metinsel ve görsel olan arasındaki ayrımı da hatırd tutarak, şu vurguyu yinelemek önemlidir: “Şimdi içinde yinelenen bellek” olarak biyografik karşılaşma ve hatırlama, metinsel olanın değil, görsel olanın mekanizmasıyla işler. Bellek iki biçimde imgeseldir; hem imgelerle işler hem de kendisi “imgelem” oluşturur. Buna ek olarak hatırlama deneyimi, bütüncül değil parçalıdır, başı ve sonu olmak zorunda değildir. Bir noktadan başlayıp diğer bir noktada bitmez. Hatırlama, çizgisel ve nesnel olmaktan ziyade çağrışımsaldır, öznel ve özeldir; daha yerinde bir ifade ile “kişisel”dir” (Depeli, 2010: 20).

Bellek; yaşanılanları, öğrenilen konuları, bunların geçmişle ilişkisini bilinçli olarak zihinde saklama gücüdür (Büyük Türkçe Sözlük, 2019: 304). Cambridge felsefe sözlüğü; belleğin, şu andan oluştuğunu, geçmişte yaşanan bir durum veya olayın bellek için gerekliliğini ve belleğin her ikisinin de bulunduğu içsel ve nedensel ilişkileri içerdiğinden bahseder (Özak ve Gökmen, 2009: 148). Bellek bugün içindir; geçmiş bugün yaşayan bir organizmayı etkileyebilir fakat aslında mevcut koşulları belirleyen sonuçlarıyla zaten etkilemiştir. Dolayısıyla belleği biyolojik bir işlev olarak ele aldığımızda belleğin geçmiş davranışlarla değil; şimdiki ve gelecekteki davranışlarla ilişkili olduğunu söyleyebiliriz (Boyer ve Wertsch, 2021: 6). Bundan ötürü bellek içsel ve nedensel ilişkilerle bağlantılıdır.

Bellek, yapılandırıcı özelliğe sahiptir. Belleğin işleyişi basit bir depolama işlevi değildir. Bellek, bilgileri aktif bir şekilde yapılandırır, eklemeler ve çıkarmalar yapar, boşlukları uygun bir biçimde doldurur. Bu yapılandırma işlevi, içinde yaşanılan toplumun kültüründen büyük ölçüde etkilenmektedir (Boyer ve Wertsch, 2021: 16). Bellek bireysellikten kolektif belleğe dönüşebilmektedir. Araştırmacı Halbwachs, “kolektif bellek” üzerinde durmaktadır. Bu, toplumların veya diğer insan gruplarının bireyler gibi bir belleğe sahip olduğu, yani olayları belirli şekillerde kodladıkları ve bunları belirli hedeflere hizmet edecek şekilde düzenledikleri anlamına gelmektedir. Ayrıca Halbwachs, bireysel belleklerin bir araya gelerek ortak

ve tek bir bellek oluşturdıklarını belirtmektedir (Boyer ve Wertsch, 2021: 17). Bellek; bireysel ve toplumsal süreçlerin zaman içerisinde işlerlik kazanmasıyla oluşmaktadır. Toplumlar, uzun yıllar boyunca yaşadıkları olayları anlamlandırıp yorumlayarak toplumsal bir bellek oluştururlar. Böylece toplumlar, kültürel bir hafıza oluştururlar.

Bellek, var olmayan durumları temsil etmeye yarayan bir dizi çarpıcı araç olabilmektedir. Bellek gerçek olan şeylerle ilgilidir fakat bu gerçeklerin gerçeğe uygun olup olmamasının bir önemi bulunmamaktadır. Buna karşılık geçmiş momentsizdir ve bellek imgeleme şekillerinden biri olarak görülmektedir. Hobbes'a göre, imgeleme ve bellek aslında tek bir şeydir, fakat farklı değerlendirmelere göre farklı adlar alabilmektedir. Bu kavram, belleği, geçmişin imgelenmesi ve öngörünün, gelecek olayların belleği olarak sunulduğu klasik kuramların merkezindedir. Son yıllarda yapılan beyin görüntüleme çalışmalarında, gelecekteki durumları hayal etme ve geçmiş olayları hatırlama sırasında aynı kortikal ağların aktif olması da bu görüşü desteklemektedir (Boyer ve Wertsch, 2021: 25). Yani belleği oluşturan imgeleri geçmişten bağımsız düşünmemek gerekir. Bugün yaşanan şeylerin geçmişle bağlantıları vardır ve bu da hafıza da yer edinmektedir.

Birey, bugünkü kimliğiyle geçmişe bakar ve kendisine sorun çıkarmayacak deneyimlerin arayışı içinde olur. Belleğinde bunun tersine rastlarsa şimdiki zamandaki gerçeğe uydurabilmek için bazı değişiklikler yapabilir. İnsanlar değiştikçe dünyaya bakışları da değişebilmektedir. Bu da ancak geçmişe bakış açısının değişikliğe uğramasıyla mümkün olabilir. Phillips bu durumu şöyle ifade etmektedir: *“Hatırlama; bir yeniden tanımlama sürecidir, geçmiş yeniden yapılır; bellek geçmişi icat etmenin bir yoludur”* (Akt. Göle, 2007: 27).

Sarlo (2012:43), *“Geçmiş Zaman”* adlı eserinde şimdiki zamanı ifade ederken şunları söylemektedir:

“Sözcelemenin şimdiki zamanı ‘söylemin temel zamanı’dır, çünkü anlatmaya başlanılan an bugündür ve bu an anlatıda kayda geçer. Böylece anlatıcı hikâyesinin parçası olur ve hikâyesi bir ikna retoriği olarak kayda geçer (söylem di’li geçmiş kipiyledir diyor Ricoeur). Bu anlamda tanıklık anlatıları birer ‘söylem’ dir, çünkü koşul olarak anlatıcı olaylara karışmış birisidir, sözceleme sırasında dışsal bir hakikatin peşinde değildir. Geçmiş anlatma ediminde bugünün damgası kaçınılmazdır, çünkü söylemin üzerinde sözlü geçmiş zaman kipleri sözcelemenin şimdiki zamanının ‘fenomonolojik deneyiminden’ azade değildirler. ‘Bugün, geçmişi, orkestra şefinin müzisyenleri yönettiği gibi yönetir,’ diyordu Italo Svevo.”

Bellekte saklanan bilgiler veya olaylar, bireylerin yaşadıkları o an'a göre, bireyin isteğine göre şekillenebilir. Bireyin hatırlamayı istediği bilgiler hatırlanabilir, hatırlanmasını istemediği şeyler geri çekilebilir veya bellekten zamanla silinebilir. Bazen de bireyin isteği doğrultusunda bilgiler, öyküleştirilerek bellekte kalıcı olarak yer edinebilir.

Bağlamsallık, belleğin başka bir özelliğidir. Geçmiş bir olayın hatırlama biçimi, kişinin, mensubu olunan grubun ya da konjonktürün durumuna göre değişiklik gösterebilir. Örneğin Enzo Traverso, Auschwitz'te kalmış bir Yahudi ve komünist birisinin anlatısının, partisinden ayrılmadan önce mi sonra mı olduğuna göre değişiklik gösterebilir der. *“Kopmadan önce, 1950’li yıllarda, kendi politik kimliğini ön plana çıkartarak kendini antifaşist bir kampçı olarak gösterir. Sonra, 1980’li yıllarda kendini öncelikle bir Yahudi sürgün olarak kabul eder, Yahudi olduğu için zulüm görmüştür ve Avrupa’daki Yahudilerin yok edilmesinin tanığıdır.”* Bu bağlamsallık aynı zamanda, yukarıda da değinilen doğruluk konusunu da tekrar hatırlatır. Bir kişinin farklı dönemlerde farklı tanıklıkları anlatması onun doğruluğuyla ilgili kuşku duyulmasını gerektirmez. Çünkü değişen kimliksel duruma bağlı olarak, tanıklığın ya da mağduriyetin sebebiyeti de değişebilir. Traverso’ya göre bir kişi bilinçli bir yalancı değilse, onun geçmiş anlatısı her zaman onun hakikatidir, *“yani onun içinde yer etmiş olan geçmiş imgesidir”*. Buradan hareketle denilebilir ki kimliğin bağlamsallığı, belleğin bağlamsallığını tetikler (Akt. Münüsoğlu, 2017: 29-30). İnsanların kimlikleri, inançları vb. durumlar onların olayları yorumlamalarını farklılaştırabilir. Bu farklılık da insanların belleklerinde kodladıkları bilgileri değiştirebilir.

Mekânda kalıcı bellek *“Yaşam boyunca mekânla ilgili duyumların, algılamaların, öğrenmenin, deneyimlerin ve anıların yalnızca kendi bileşenleri ile değil; içinde geçen fenomenlerle, ortam özellikleriyle ve yaşamla birlikte belleğe kaydedilmesi, ilişkilendirilmesi olarak tanımlanabilir.”* (Özak ve Gökmen, 2009:150). Bundan dolayıdır ki Halbwachs, belleğin sosyal koşullara bağlı olduğunu belirtmektedir. Bireysel bir belleğin oluşması ve korunması için sosyal ortamlar gereklidir. *“Bu çerçevenin dışında toplumda yaşayan insanların hatıralarını sabitleştirecekleri ve yeniden bulabilecekleri bir başka bellek olamaz.”* diyerek bu gerçeği işaret etmektedir (Assmann, 1997: 44).

Kalıcı bellek üç aşamada zihinde kodlanmaktadır: Mekânın duyum aşaması, mekânın algılanması, mekânın bellekte kodlanması. Mekânın kalıcı bellekte yer edinmesinin ilk basamağı olan duyum aşamasında fiziksel uyaranlar; renkleri, sesleri, görüntüleri ile insanın duyu organları aracılığıyla zihinde yer alır. Mekâna ait olan bileşenler bireyin kendi algılama durumuna göre bireyin zihni ile etkileşime geçerek bilişsel ve zihinsel süreç başlamış olur. Mekânda yer alan sesler ve bu seslerin çeşitliliği, düzeyi; renk, biçim, koku vb. duyularla birleşir ve birey bunları algılamaya başlar. Mekânın algılanmasında bireysel farklılıklar önem kazanmaktadır. Algılanan mekân ise uzun süreli bellekte saklanır. Bellekte saklanan bu veriler; ilişkilendirme, eşleştirme, karşılaştırma, yönelme gibi işlemlerle belleğe kodlanır (Özak ve Gökmen, 2009: 150). Mekânda duyulan ve görülen her şey bellekte yer edinmekte ve saklanmaktadır.

Bireylerin yaşadıkları zamana ait mimari, politik ve ekonomik durumun bireyin mekân hatırlamalarına etkisi önemli olmaktadır. Mimari yapıların biçimlenişini yönlendiren ana etkenlerin başında sosyo-politik ve sosyo-ekonomik yapı gelmektedir. Gelenek ve göreneklerin, kültürel çevrenin mekânların hatırlanmasında bir ölçüt olduğu görülmektedir (Özak ve Gökmen, 2009: 153). Bireyler yaşadıkları mekânları kendi zihin işleyişlerinin durumuna göre algılamakta ve bu mekânları zihinlerinde kendi hatırlama biçimlerine göre kodlamaktadırlar. Bireyler kodladıkları bu mekânları, istediklerinde zihinlerinde geri çağırmaktadırlar. Zihinde kodlanan mekânlar, kişilerin inanç tarzlarına, yaşama biçimlerine, toplumsal tecrübelerine, politik duruşlarına göre bir anlam kazanmaktadır.

1.3. Kültür ile Bellek İlişkisi

Kişilerin bellekleri bireysel olarak değil; toplumun diğer üyeleriyle girdiği ilişkiler sonucunda oluşmaktadır. Toplumla yaşanan sosyal ilişki sarmalında bireyler kendi hafızalarını oluşturmaktadırlar. Bireyin fizyolojik yapısından ziyade, belleklerinin oluşumunda günlük yaşamda kullandığı eşyalardan ibadet ettikleri mekânlara kadar uzanan sosyal bir süreç etkili olmaktadır.

Kültürel bellek ve iletişimsel bellek arasındaki fark gündelik ve törensel (dünyevi ve kutsal), geçici ve kalıcı, kısmi ve genelle ilişki ve bu farklılığın kendine özgü bir tarihi olmasıdır. Kültürel bellek, gündelik olmayan olayları hatırlama organıdır. İletişimsel bellekten ayrıldığı en önemli nokta biçimlendirilmiş olması ve

törenselliğidir (Assmann, 2015: 67). Toplumlar neyi, nasıl hatırlamaları gerektiğini zaman içerisinde oluşturdıkları toplumsal bellekte kodlarlar. Toplumların geçmişten günümüze uzanan gelenekleri, görenekleri, öyküleri, anıları vb. edebi ve kültürel durumları kültürel hafızalarının oluşmasını sağlamaktadır.

Sözlü kültürü temsil eden unsurlar, yazılı kültürü oluşturan unsurlara oranla toplumlar tarafından daha fazla kabul görürler. Toplumların kültürel belleğini oluşturan ortak kabuller geniş ölçüde sözlü kültür içinde var olurlar. Bir halkın kültürel belleği içerisinde yer almış her ortak kabul, kendisini yaşatan bir gelenek oluşturur/yaratır (Güneyli, 2019: 13). Halkın kabul ettiği ve yaşattığı gelenekler, görenekler vs. normlar o toplumun kültürel belleğini oluşturmaktadır. Yazının icadı ile birlikte tarihi süreç içerisinde toplumların ortak kültüründen beslenen edebiyat oluşmuştur. Yazınsal ürünler ile toplumlar bireysel belleğin dışında toplumsal bir bellek oluşturmuşlardır.

Gerek bireyler gerekse toplumlar anılarını, kimliklerini, tarihlerini, gelenek-göreneklerini vb. folklorik yapılarını saklamak ve geleceğe aktarmak arzusunda olmuşlardır. Bunu yaparken destan, efsane, mit, şiir vb. edebi ürünlerden faydalanmışlardır. Böylece yüzyıllar boyunca kültürlerini içine alan toplumsal/kültürel bellek oluşturmuşlardır.

1.4. Kent Kavramı

Kent; coğrafya, demografi, kültürel, sosyal, ekonomik, politik yapıların bir bütünlük içinde bulunduğu yerdir (Can, 1999: 12). Kavramsal olarak bakıldığında kent; şehir, site anlamlarına gelmektedir (Büyük Türkçe Sözlük, 2019: 1391). Keleş (2016: 109), *kent* ile *şehir* sözcüklerinin farklı kavramlarmış gibi gösterildiğini, bunun yanlış bir yaklaşım olduğunu; şehir kent kelimesinin eski karşılığı, kent de şehir kelimesinin öz Türkçesi olduğunu belirtmektedir.

Kent, Batı dillerine Latince yurttaşlık anlamında olan (*civitas*) kavramından gelmektedir. Bookchin'e (1999) göre; uygarlık (*civilisation*) teriminin de aynı kökten gelmesi, kent ve uygarlık arasında kurulan doğrusal ilişkiyi göstermesi bakımından dikkate değerdir. Batı dünyasında "*civitas*" kültürel inceliğe de vurgu yapar ve özünde kentli olmayı içerir (Bayazıt, 2018: 5). Bu tanımın yanı sıra sosyo-ekonomik gelişmelere bağlı olarak kent tanımlamaları da değişmiştir. Örneğin eski dönemlerde kent yerine "*kale*" veya "*sur*" kelimeleri kullanılmıştır. Orta Çağ'ın en yaygın kent

tanımı Marver'in “*Duvarlarla çevrili insan yerleşimleri*” olmuştur. Oysa bugün kent tanımı için istihdam yapısı, ekonomik, kültürel, sosyal yapı vb. kriterler kullanılmaktadır. Özellikle sanayi devrimi ile birlikte kentsel mekânların biçim ve işlevlerinin değişmesi kent kavramının içeriğini bütünüyle değiştirmiş; coğrafya, sosyoloji, tarih ve ekoloji gibi bilim dallarının inceleme alanına girmesiyle kentin tanımlanmasında farklılıklar yaşanmıştır (Topal, 2004: 277). Çöl (1998: 3); oluşumunda fiziksel, sosyo-ekonomik, politik ve işlevsel etkenlerin etkili olduğu kentleri, klasik kent olarak tanımlamanın doğru olacağını belirtmektedir. Çağdaş kentlerin özelliklerini ise şöyle sıralamaktadır:

- a. Büyük sanayi kuruluşları çevresinde oluşmuşlardır.
- b. Çağımızdaki nüfus patlamasıyla doğru orantılı gelişmişleridir.
- c. Kalkınma ile birlikte gelişmişlerdir.
- d. Liberal ekonomik bir düzen içinde gelişmişlerdir.
- e. Form kaygısı yoktur.

Şekil 3.

Kenti Oluşturan Ögeler (Çöl, 1998: 3; Özbey, 2020: 12).

Doğal Yapı	Toplumsal Yapı	Yönlendiriciler	Biçimlendiriciler
Topoğrafya	Sosyal yapı	Sit karakteristikleri	Sokak dokusu biçimi
Oryantasyon	Yönetim sistemleri	Yapılanma	Mekansal biçimlenme
Rüzgar	Nüfus karakteristikleri	Boşluklar (yoğunluk)	Kent biçiminde kabuller
	Ekonomik yapı	Organik ve geometrik biçimlenme	Tek yapı üzerine biçimlenme
	Gelenekler		

Kent, yönetsel örgüt birimleri, nüfus, ekonomik ve toplumsal ölçütlere göre de tanımlanabilmektedir. Bu tanımlarda belirleyici ölçüt olarak nüfusa vurgu yapılmaktadır. Bu yüzden bir yerin kent olarak tanımlanması için öncelikle o bölgenin nüfus yoğunluğuna bakılmaktadır. Bununla birlikte kent-köy ayırımında kentsel özyapı kazanmasına rağmen nüfus yoğunluğu fazla olmayan bölgeleri kent saymamak da yanlış olabileceğinden- nüfus ölçütünün yanında diğer ölçütler de kullanılmaktadır. Bunlar ekonomik ve toplum bilimsel ölçütlere dayanılarak yapılan kent tanımlarıdır. Nüfusun büyük bölümünün tarım dışı kesimlerde çalışması kenti belirleyen ekonomik etmenlerdendir. Toplumbilim ölçütüne göre yapılan kent

tanımları ise farklılık gösterebilmektedir. Yine de bu tanımlarda da “*belli bir nüfus çokluğu, yoğunluk, işbölümü, uzmanlaşma ve türdeş olmama gibi kavramlar ortak özelliklerdendir*” (İlgar, 2008: 4). Kent; çok çeşitli sınıf ve karakterlere sahip milyonlarca insan tarafından algılanabilen ve hatta zevk alınan bir nesne olmanın ötesinde, yapısını kendilerince sebeplere göre sürekli geliştiren pek çok yaratıcının ürünüdür (Lynch, 2015: 2). Kentleri oluşturan insanlardır. İnsanlar kentleri, kendi anlayışlarına göre oluşturmaktadırlar ve kendilerince sürekli geliştirmektedirler.

Şehir/kent; bilginin, tekniğin ve yapıtların (sanat eserleri, anıtlar) biriktiği toplumsal ve politik yaşam merkezleridir (Lefebvre, 2015: 22). Gerçekte kent; karmaşık toplum yapısının, bireysel düzeyde çözülmeyecek sorunların üstesinden gelmesine olanak sağladığı ve kendine özgü özellikleri bulunan bir yerleşim sistemidir (Huot ve vd., 2000: 33). Bazı kent tanımlamalarında nüfus ölçütüne dayanılmakta, belli bir nüfus düzeyini aşmış olan yerleşmelere kent, diğerlerine köy adı verilmektedir. Her ne kadar TÜİK yayınlarında yönetsel örgüt sınırları kent köy ayrımında bir ölçüt olarak kullanılmaktaysa da Köy Yasası nüfus ilkesine göre bir ayrım yapılmaktadır. Nüfusu 2000’den aşağı olan yerleşmelere köy; nüfusu 2000 ile 20.000 arasında olanlara kasaba; nüfusu 20.000’den yukarı olanlara kent/şehir denilmektedir. Kent ve köy ayrımında salt nüfus ölçütünü benimsemekle birlikte kent yapısını kazanmış yerleşmeleri kent saymamak sonucu doğurabilir. Bu sebeple başka ölçütlere de bakmak gerekir. Bu ölçütler ekonomik ve toplum bilimsel ölçütlerdir. Kenti ekonomik ölçütlere göre ele aldığımızda bir yerin kent olabilmesi için nüfusun tarım dışı kesimlerde çalışmasına bağlıdır. Bir yerin tarımda çalışan nüfusuna bakarak o yerleşmenin kent ya da köy tanımlaması yapılabilir. Toplum bilimsel açıdan ele alındığında kent, toplumsal açıdan benzerlik göstermeyen bireylerin oluşturduğu, göreceli olarak geniş, yoğun nüfuslu ve mekânda sürekliliği olan yerleşmedir (Keleş, 2016: 110-111). Buradaki kent tanımlamasında kentlerin nüfus yoğunlukları ölçüt olarak alınmıştır. Bir yerleşim yerindeki tarımla uğraşan nüfus oranı ve tarım dışı sektörlerde çalışan nüfus oranı kent tanımlamasında belirleyici olmaktadır.

Kent üzerine farklı bir tanım da kentlerin bir kitap olmasıdır. Her yazı nasıl doğduysa mimarlık da öyle doğmuştur. Halk mimarisinde duvarların genel güzellikleri çeşitlilik, ilerleme, özgünlük, zenginlik ve sürekli devinimdir. Bunlar kendi güzellikleri üzerine düşünecek, onu özenle koruyacak ve heykel ya da arabesk

süslerini kesintisiz düzelterek şekilde dinden ayrılmıştır. Buradan simgesel olarak her ruha, zevke dokunacak bir şekilde birleşerek her kesimin anlayacağı mimari yapılara dönüşmektedirler (Akt. Hugo, 1996: 65).

Bir yerleşim yerinde tarımsal faaliyetlerin yapılıp yapılmadığı o yerin kent olarak tanımlanmasında önemli bir ölçüt olmaktadır. Bunun yanında nüfus yoğunluğunun fazla olması, o bölgede yaşayan bireylerin bir birlerinden farklılık göstermesi, mimari anlamda içindeki yapılara anlamlar verilmesi bir yerin kent olarak tanımlanmasında etkili olmaktadır.

Hajek (1993) kenti ilişkiler bağlamında tanımlamıştır. Kent; biçimlerden, renklerden, ışıklardan, sudan ve yeşil alanlardan oluşan bir sanat alanıdır. Burada insanlar birbiriyle karşılaşır, buluşmakta ve birlikte olmaktadır. Kent, her sınıftan insana toplumsal olarak birbirleriyle iletişim kurma fırsatı vermektedir. Kent önceden kararlaştırılmış veya rastlantısal buluşmaların yeridir. Kent, her dönem ve kültürde, insanların her konuda fikir yürüttükleri bir mekân olmuştur. Kentler, insanlar için vazgeçilmez önem taşıyan felsefe, din ve sanatların vücut bulduğu, var olduğu, yaratıldığı yerlerdir. Daha da önemlisi, düşüncelerin, felsefelerin ve yaşantıların tartışıldığı, bunların alış verişinin yapıldığı bir forum; etrafında dolaşılacak, orada ikamet edilecek; tartışma, kutlama, yeme-içme, oyun, dans gibi etkinliklerin yapılabileceği; düşünmeye ve gözleme dayanan, sonuç olarak da insanların bir araya gelip, kendi kimliklerini buldukları bir alan olarak algılanmalıdır (Öztürk, 2007: 5).

Bütün bu tanımlardan kenti sadece bir yönüyle tanımlamanın mümkün olmadığıdır. Kent kavramı değişik zaman dilimlerinde farklı açılardan ele alınmış, bilimlerden de hareketle araştırmacılar değişik tanımlamalar yapmışlardır.

1.5. Kimlik Kavramı

Kimlik, toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünüdür. Kimlik, herhangi bir nesneyi belirlemeye yarayan özelliklerin bütünüdür (Büyük Türkçe Sözlük, 2019: 1442). Kimlik (identity) terimi, aynılığı ve sürekliliği ifade eden Latince “*idem*” kökünden türemiştir. Türkçede ise kimlik, “*kim*” soru kökünden türetilmiş olup aynı şekilde zorunlu bir mensubiyeti (aidiyeti), aynı olmayı, tek olmayı, hangi kişi olmayı ifade

eder (Aydoğdu, 2004: 117). G. H. Mead, L. Krappman, J. Habermas, M. Jansen, E. Gofman gibi araştırmacılar kimlik oluşumundaki gerekli koşulları; kişisel kimlik, sosyal kimlik ve ben-kimlik olarak tanımlamışlardır. Kimliği, kişiliğin oluşum süreci içinde oluşturulan, geliştirilen bir üretim olarak, yaşam süreci içinde doğal gelişiminin yanı sıra kalıtsal yeteneklerin etkileri, bireyin kişiliğinin oluşurken grup kimliği, davranış çevresi ve bu çevredeki roller, kentin ve kent parçalarının kimliğini, ortak kimliğin kent bütünü içinde karşılıklı olarak etkilediğini belirtmişlerdir (Akt. Can, 1999: 24). Anlaşılacağı üzere kimlik, bireyin doğuştan gelen genetik özelliklerinin yanı sıra sosyal hayatın içerisinde insanlar arası etkileşimler sonucunda ortaya çıkan kişiye has özelliklerdir.

Tekeli (1991: 58), kimlik kavramını anlamak için iki yolun olduğunu söylemektedir. Tekeli'ye göre bunlardan biri kimlik ve kişilik terimlerinin özünde insanı birey yapan özellikler olgusundan hareketle açıklamaktır. Önce bu kavramların psikoloji ve antropoloji gibi insan bilimleri ya da insanın varlığını araştıran felsefe alanlarında kullanışlarına açıklık kazandırmak sonra bunları kentte taşımaktır. İkinci yol ise bu kavramların insan bilimlerindeki kullanışlarına bakmadan bu kavramlar üzerindeki çözümlemeleri doğrudan kente taşımaktır.

Kimlik; doğadaki herhangi bir canlıyı veya objeyi başka canlı ve objelerden ayıran, öncelikle onu görsel, işitsel vb. diğer duyularla algılanan, kendine özgü olma durumudur (Ertürk, 1996: 11). Toplumda her birey kendi kimliğini oluşturmakta; bireyler arasındaki farklılaşma ile değişkenlik ortaya çıkmakta ve bu değişkenliğin insanın yaşadığı çevrede ortaya çıkmaktadır (Kır, 2009: 19). Kimlik, insanın kendini tanımlama ve tanımlar sistemi içerisinde yine kendisini gördüğü yerin kavramsallaştırılmış adı, yani bireyin sosyal dünyada nasıl var olduğunu ve nasıl konumlandığını yansıtır; tüm varlığı ile nereden geldiği ve nereye gittiği ve sistem içerisindeki duruşuna yani dış ortama yansıttığı algılanma biçimine ilişkin bir cevaptır (Demirsoy, 2006: 38). Bir nesneyi diğerlerinden ayıran ve varlık olarak kabul edilmesini gerektiren özelliklerin o nesnenin kimliğini ortaya koymaktadır (Lynch, 2015: 8). Kimlik, insanın kendini nasıl tanımladığını ortaya koyan kişisel, sosyal ve psikolojik özelliklerinin bütünüdür. Bireyi diğerlerinden ayıran ve toplumda nasıl algılandığını gösteren vasıflardır.

Bir insanın diğer insanlardan farklılıkları, zevk anlayışı, çeşitliliği, davranışlarının tutarlı ve uyumlu olması kimlikli bir kişiliği olmasının temel öğeleridir. Kimlikle birlikte tutarlılık, istikrar kavramlarından da bahsedilebilir. Kimlik; sonradan edinilen veya yapay olarak ortaya çıkabilecek bir vasıf değildir. Fakat geçmişe dönük bir denemenin yapıldığı güne gelinceye kadar içinden geçilen sürecin, ne verdiği, nasıl bir kültüre sahip olduğu, ne kadar doymuş olduğuyla ilişkili bir dönemim sonucunda ortaya çıkan bir yapıdır. Tıpkı insanın kimliğinde olduğu gibi mimarlıkta da kimlik kavramı, geriye dönüp bakıldığında içinden geçilen sürecin nasıl bir kültür içerdiğiyle birebir paralel olarak gelişmektedir (Erenoğlu, 1998: 21-22). Kimlik birileri tarafından bize atfedilen, kendimizle özdeş tuttuğumuz, bizi bir “isimli” yapan ve aynı zamanda da bir dizi iktidarın boyunduruğu altına sokan çağırma mekanizmasıdır. Farklı insanlar, nesneler, şehirler vb.ler arasındaki eşitliği gösteren kimlikler durağan değil ve değişebilen mekanizmalardır ve kimlikler ancak özgür bir ortamda oluşup gelişebileceklerdir (Çoruk, 2009: 12). Özgür bir ortamda kendini bulan kimlik, bulunduğu şartlara ve yaşanan olaylara göre kendini sürekli yenilemektedir.

Kimlik; öncelikle tanımlayıcı bir ilkedir. Bir varlığı tanımlamaya, tanıtmaya ve çevresindeki benzerlerinden ayrılmasını sağlayan; farklılaşma, özgün özelliklerini ortaya koymayı amaçlayan bir kavram olarak nitelendirilebilir. Canlı veya cansız bir varlığı onu kendi yapan tüm özelliklerini tanımlayıp, kim veya ne olduğunu tanıttıktan sonra diğerlerinden farklılığı, tekilliği ve bireyselliği ile ayrılan unsurları kimliği açıklamaktadır (Bayazıt, 2018: 7). Kimliğin iki temel bileşeni vardır. Bunlardan ilki tanımlama ve tanınma, ikincisi ise aidiyettir. Kendini tanımlama ve toplum içinde bir sıfatla, toplumsal olarak tanınma insani bir gereksinimdir ve insana özgüdür (Sancak, 2009: 7). Kimliğin oluşması için belli şartların sürekliliği gerekir. Birincisi kimliğin köken sorunudur. Geçmişten gelen, kaynağı belli olan kültürel miras adı verilen bir köken vardır. İkinci olarak kimliği oluşturan unsurlardan birisi toplumsal ihtiyaçların niteliği ve karakteridir. Üçüncüsü coğrafyadan, topografyadan, iklimden, doğadan gelen faktörler birer kimlik kaynağıdır. Dördüncüsü teknolojidir. Kendi ürettiğimiz veya kendimize mal ettiğimiz teknoloji, kimliğin kaynağıdır. Beşinci olarak da tümünü kapsayan değişen şartlara uyum sağlayabilme yeteneğidir (Bingöl, 2004: 21). Kimlik, “biz” i daima “onlar” la ilişkili olarak yaşanan tecrübeyi kurumsallaşmış tecrübeyle ilişkili olarak konumlandırma isteği ile şimdiyi tarihle

ilişkili konumlandırır (Schlinger, 1991: 259). Kimliğin oluşmasında doğuştan gelen özelliklerin yanında bireyin içinde yaşadığı coğrafyanın özellikleri, toplumsal ihtiyaçların varlığı ve tarihten gelen vasıflar etkili olmaktadır.

Kimlik; birbiriyle bağlantılı, uyumlu, çok sayıda birimlerden oluşan, ayırt edici özelliğe sahip, zaman ve mekân süreci içerisinde oluşan tutarlı yapılaşmış bir sistemdir (Karaman, 2004: 213). Kimliği; bireysel kimlik, kolektif kimlik ve kurumsal kimlik olarak üç gruba ayırmak mümkündür. Bireysel kimlik, her insanın kendine has kimliğidir. Kimilerinde bu kimlik daha belirgindir, kimilerinde daha çekiniktir. Kimlik; bireyin kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri belirli bir ölçüde tutarlık gösteren, kendi kendine sadık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapıdır. Kolektif kimlik; belirli bir alanda kök salmış birtakım grupların diğer gruplardan farklarını ortaya koymasısıdır (Okay, 2018: 23-24). Kurum kimliği kavramı bireysel kimlikten farklı olarak, ancak kolektif kimliğe benzer bir biçimde kuruluşun, işletmenin, organizasyonun kimliğini ifade eder. Bu kimlik; kuruluştaki çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurlarından oluşur (Okay, 2018: 25). Kolektif kimlik, toplum içerisinde yaşayan grupların diğerlerinden farklılık gösteren özelliklerdir. Kurumsal kimlik ise grupların ortak duygu ve davranışlarıdır.

Karaman (2004: 214), kimliği bireysel ve toplumsal kimlik olmak üzere iki şekilde ele alır. Ona göre birey, kalbi ve gönlü ile aklı ve bilgisi ile davranışları arasında tutarlılığı sağladığı oranda, bireysel kimliğini; bireysel istek ve arzuları ile toplumsal kurallar arasındaki denge ve tutarlılığı kurabildiği oranda, toplumsal kimliğini oluşturur. Sosyolojide kimlik, kültür kavramı ile eşdeğer anlam ifade etmektedir. Her insan grubu ihtiyaçlarını karşılamak için, tarihsel süreç içinde oluşturduğu, kendisini diğer toplumlardan ayırt eden, farklı kılan davranış kuralları ile tutarlı bir kültür yaratmak suretiyle toplum olur. Sosyolojik açıdan toplum, matematiksel bir insan yığını değil, sahip olduğu kültürü ile inceleme konusudur. Kendine has bir kültürü olmayan insan grubu toplum değil, sosyolojik açıdan anlamsız bir yığındır. İnsan yığını toplum yapan nüfus değil, sahip olduğu kültürdür. Kültürü olmayan kitleler ne kadar kalabalık da olsalar, toplum olamazlar. Toplum, demografik bir birim değil, kültürel bir bütündür.

Bütün kimlikler, bir toplumsal ilişkiler sistemi içinde oluşur ve birbirlerini karşılıklı tanımları gerekir. Kimlik; bir “şey/nesne” olarak değil; “bir simgeler bütünü ve ilişkiler sistemi” olarak düşünülmelidir. Kimlik kavramı eylemlerle bağlantılıdır. Bir failin kimliğini koruması; kendi kendiyile özdeşlik ve farklılığın onaylanması gibi iki oluşturuıcı boyutun sürekli birbirleriyle iç içe geçtiği, sürekli yenilenme süreci olarak görülür (Schlinger, 1991: 262). Toplumların kültürel yapılarını anlamak için toplumu kültürel açıdan bir bütün olarak ele almak gerekir. Toplumlar çevresel, kültürel, ekonomik ve psikolojik yapılarıyla tarihten günümüze kadar bir zaman içerisinde var olmuşlardır. Bu unsurlarla birlikte toplumların kimlikleri inşa olmaktadır. Oluşan bu kimlik, bireylerin ve toplumların deneyimlerine ve yaşadığı zamanın özelliklerine göre değişmekte ve gelişmektedir.

1.6. Kent Kimliği

Kimlik, doğadaki herhangi bir canlıyı veya objeyi başka canlı veya objelerden ayıran, öncelikle onu görsel, işitsel vb. diğer duylularla algılanan kendine özgü olma durumudur (Es, 2007: 47). “Kent kimliği ne demektir?, Bir kentin kimliği var mıdır?”. Aslında kent kimliği kavramı çok boyutludur. Bu sorulara verilecek cevaplar mekâna, sürece, insan ilişkilerine vs. göre değişiklik gösterebilir. Kent kimliği; kent imajını etkileyen, her kentte farklı ölçek ve yorumlamalarla farklı nitelikler taşıyan, fiziksel, kültürel, ekonomik, tarihsel ve biçimsel faktörlerle şekillenen; kentliler ve onların yaşam tarzlarını oluşturan ve sürekli gelişen, sürdürülebilir kent kavramını içine alan ve yaşatan, geçmişten geleceğe doğru uzanan sürecin ortaya çıkarttığı bir anlam bütünlüğüdür (Kaypak, 2010: 374-375). Kimlik, eski ile yeninin uyumu ile oluşmaktadır. Sadece eskiyi korumakla kimlik oluşmamaktadır. İnsanların zamanla dönüşmesi, kentlerinde insanlarla birlikte dönüşmesine yol açmaktadır. Gerçek kimliğe ancak doğru bir dönüşümle geçecektir. Kentlerdeki kimlik arayışını, sadece yapılarda aramamak gerekir. Bunu eski ile yeninin, var olanla eklenenin, bir arada var oluş biçiminin doğrudan geliştirilmesinde aramak gerekir (Can,1999:24). Şimdi olanı anlamak için, eskide olanı hatırlamak gerekmektedir. Kent kimliği, zaman içerisinde değişerek, yenilenerek oluşan bir kimlik türüdür.

Oktay (2011: 10), yerin kimliği kavramına yapılan ilk vurgunun Relph (1976) tarafından yapıldığını ifade etmektedir. Oktay’ın açıklamasına göre; Relph, insanın

özgün yerlerle bütünleşmeye olan ihtiyacı göz ardı edildiğinde, gelecekte “yer” özelliklerinin önemslenmediği bir çevre ile kuşatılma riskine dikkat çekmiştir. Yerin kimliği ile ilgili çalışmalar, genellikle biçime odaklanmış ve biçimle ilgili belirleyiciler, genellikle kentin görsel özellikleriyle ilişkilendirilerek açıklanmıştır. Bu görsel etki, kısmen kentin doğal çevresinin (topoğrafya, iklim, bitki örtüsü, coğrafi konumuyla olan ilişki), kısmen de yapıli çevrenin (konut dokusu, sokaklar, yapılar, açık alanlar vb.) yansımasıdır. Kentsel kimlik sadece ayrımsanabilir biçimsel özellikleriyle değil; bireylerin o kentteki mekânlara yüklediği anlamlarla oluşur. Çok uzun bir sürecin sonucunda gerçekleşen yer ile bütünleşme olgusunun, yerin fiziksel boyutları kadar onu kuşatan sosyal çevre ile bileşenlerine bağılı olduğu kuşkusuzdur.

İnsan, belirli bir mekân parçasında, sadece bir yerde bulunma ve bir alan kaplamanın ötesinde, bir yaşam alanı inşa eder. Mekânda yer alış tarzı, aktif bir tarzdır ve bu tarz esas olarak mekânı kendisinin kılmaya, kendisi için görmeye dayanır. Her insan için, ben’in, benlik imgesinin ve kimliğin tanımı, zorunlu olarak yer ve mekân boyutlarını da kapsar ve bu boyutların bütünü “*yer kimliği*”ni oluşturur (Bilgin, 2011: 28). Bir yerin kimliksel olarak isimlendirilmesi için o yerdeki simgelere bakmak gerekmektedir. Kentte yaşayan insanların, grupların eşyalara, şekillere yükledikleri anlamlar yer kimliğini oluşturmaktadır.

Kenti var eden mekânlar; sokaklar, köprüler, anıtlar, yollar yahut kent yaşantısını imleyen zaferler, türküler, sıkıntılar, yenilgiler bazen düz bazen de değişmeceli anlamlarıyla bir kentin hafızasını sürekli canlı ve diri tutacak olan hatırlatıcılar olarak işlev görmektedir. Böylelikle kentler, canlı ve sürekli diri kalabilecek bir hafızaya kavuşarak, kendilerine özgü bir kent kimliğini, kişiliğini, benliğini ve karakterini sergileme olanağını bulmuş olurlar (Alver, 2012: 9). Noppen ve Morisset’in (2005) kimlik tartışmalarında yer verdiği ifadesiyle kent, “*kimliğin mekânsallaşması*”nın en yüksek yeridir. Kenti bir temsil veya imaj yapan süreç, tek yönlü değildir. Kent temsilleri, temsiller de kenti etkiler. Her imaj, temsil ettiği şey üstünde belirli bir güce sahiptir; belirli bir eksen etrafında dönerek, düşünce ile kentin maddesini, kolektif kimlik ile inşa edilen peyzajı birbirine bağlar. Bir kentin kimliği her şeyden önce, insanların bu kente yükledikleri bir kimliktir. Zira bir kentin “*benlik/kimlik kavramı*”, ancak ve ancak bu kentle ilgili insanların ürettikleri veya taşıdıkları bir zihinsel yapı olarak düşünülebilir (Bilgin, 2011: 39). Kent kimliği, eski kentlerde asırlar boyu bulunduğu coğrafyadaki kültürel birikimler, tarihsel olaylar,

doğal oluşumlar ve insan faktörüne bağlı olumlu ya da olumsuz dokunuşlar ile oluşmaktadır (Türkmen, 2018: 6). İnsanoğlu yıllarca edindikleri tecrübelerle ve birikimlerle yaşadıkları yerleri güzelleştirebilmekte aynı zamanda tahrip de edebilmektedir.

Kentin kimliği uzun bir süreç içinde oluşur ve şekillenir. Kentin coğrafi içeriği, kültürel düzeyi, mimarisi, yerel gelenekleri, yaşam biçimi kenti biçimlendirir. Bu nedenle kente kimlik kazandıran alanlar tek tek değil, bir bütün olarak ele alınır (İlgar, 2008: 9).

Bir kentin ne olduğunu ya da nasıl tanımlandığını anlamak için o kentteki yaşayan insanların, yaşadıkları yeri nasıl inşa ettiklerine bakmak gerekecektir. Bir kent yapılar yığını olmaktan ziyade, kent insanının yaşam biçimlerine göre kentteki nesnelere verdikleri/yükledikleri anlamlar bütünüdür. Sosyal bir varlık olan insan, yaşam içerisinde çok önemli olan yaşadığı yeri sosyalleşme içerisinde var edecektir. Bu anlamda kentler, sosyal ilişkiler ürünüdür denilebilir.

Kent imgesi, hareket edebilen veya edemeyen her şeyin ortak ifadesidir, canlı ve cansız tüm varlıklara, eşyaya bir anlam verir. Bir kenti, farklılaştıran, ayırıcı özelliklerini oluşturan her şey onun kimliğidir. Doğası, yapıları ve insanlarıyla birlikte kentler de farklıdır. Kıyı kentleri farklıdır, dağ, orman veya ova kentleri farklıdır. Önemli dünya kentlerini izlediğimizde, her birinin belli bir kimliğinin olduğunu görürüz; bilim, sanat, din, doğa varlıklı kentler, tarih ve kültür kentleri gibi. Yani kimlik bir tanıtım kartı olmaktadır. Örneğin, Kaş ve Kuşadası doğal güzellikleriyle tanınır, Bodrum eğlence mekânı olarak bilinir (Kaypak, 2010: 374-375). Bu örnekleri çoğaltmamız mümkündür. Hemen her kenti, diğer yerlerden ayıran, onu öne çıkaran ayırt edici özellikleri bulunmaktadır.

Çevre ve içindeki yaşama biçimi ile bir bütün oluşturarak toplumsal olarak yeniden üretilen, sürekli değişen ve gelişim halinde olan toplumsal ilişkiler kent kimliğinin yeniden tanımlanmasına sebep olmaktadır. Toplumsal deneyimler, görüşler, inançlar, davranışlar toplumun sosyo-kültürel yapısını oluşturur. Kişinin toplumsal davranışlarını yönlendiren bu öğeler kentsel kimliğin oluşmasında da etkin rol oynar. Kimliğin oluşumunu toplum kadar tasarımcı da etkiler. Bu nedenle, tamamen yeni veya geçmiş öğelerin yeniden yorumlandığı kültürel bir olgu olarak da tanımlanabilir. Kenti geçmişten geleceğe bir süreklilik içinde algılamak ve kavramak

gerekir (Önem ve Kılınçaslan, 2005: 116). Kente şekil veren ve kentin nasıl bir kimlikle anılmasını sağlayan tasarımcı, kentte yaşayan bireylerdir.

Kentler, onları birbirlerinden ayıran farklı niteliklerle tanımlanmışlardır. “*Bronz Çağı kenti, Roma kenti, Ortaçağ kenti*” gibi dönemlerin özellikleriyle tanımlanan kentler olmuştur. Kimi zaman “*Osmanlı kenti, Yunan kenti, Türk kenti, Arap kenti*” gibi ait olduğu kültüre veya ulusa göndermede bulunulmuş, kimi zaman da “*İslam kenti*” gibi uzun süre egemen olan inanca gönderme veya “*Akdeniz kenti*” gibi bulunduğu coğrafyaya göndermede bulunularak yapılmıştır. Kentleri birbirinden ayıran ve kendi tanımlamasını sağlayan birçok özellik bulunmaktadır. Bu özellikler kentin kimliğini oluşturur. Kentin kimliğini oluşturan, onu diğerlerinden farklılaştıran doğal, sosyal ve yapısal çevredeki etkileşimleridir. Kent kimliğini doğal çevre koşulları ve sosyal çevreden temel alan yapısal ve kültürel çevre üretir. Yapısal çevreye dayalı kimlik ise biçim, bulunduğu konum, kullanım türü ve anlamları ile bir bütün oluşturan mekânsal yapı ile şekillenir (Ünlü, 2017: 76-77). Bir kentin kimliğinin oluşumunda bu yapıları birbirinden ayırmak pek mümkün değildir. Çünkü kent kimliği bu yapıların birlikte ürettikleri bir olgudur.

Bir kentin kimliğini sadece o kentin mimari yapılarında ya da doğal çevrede aramak yeterli olmayabilir. Bu olumlu özellikler ancak içinde geçirilen yaşam deneyi ile tamamlanır, bir anlam kazanır. Yaşanılan çevre, bir kentte yaşayan insanlar için sadece bazı etkinliklerin yapıldığı yer ise yani o kentte yaşayanlar için bu tür araçsal niteliklerin dışında bir anlamı yoksa aslında o kentin kimliğinden ziyade kimliksizliğinden söz etmek gerekir. İnsanlar yaşadıkları bu yere daha farklı anlam katabilirler ise o yerin kimliğinden söz etmek mümkündür (Tekeli, 1990: 60). Kentin tarihsel süreç içerisinde katmanlaşarak oluşturduğu kimliğinin, her katmandaki kesitinde farklı bir özelliği vardır. Her farklı özelliğin birbirleriyle etkileşimi kent kimliğini oluşturur. Kentin kimliğini oluşturan özellikleri, kente ilk defa gidildiğinde algılanan ya da zamanla bellekte oluşan izlerdir. Kentin kimliğinin ortaya çıkmasında coğrafi konumu, iklimi, bitki örtüsü, jeolojik ve topoğrafik yapısı ve tüm bu sıralanan öğelerin şekillendirdiği fiziksel yapısı önemli bir rol oynar. Ancak kimliğin biçimlenmesinde sadece fiziki yapısal özellikleri değil, aynı zamanda sosyo – ekonomik ve sosyo - kültürel faktörler de önemlidir (Güngördü, 2016: 9). Kentin kimliğini oluşturan öğeler birbiri ile ilişkili birden fazla öğeden oluşmaktadır.

Kent kimliğini oluşturan özellikler coğrafi, iklimsel, anıt yapılar, kent meydanı ve sokakları, folklorik ve sosyo-kültürel yapıyı içine alan özellikler olarak belirlenmiştir. İçerisinde kentlerin kültürel mirasını barındıran bu özellikler bir kenti diğerinden ayıran, o kentin kendine özgü karakteristik yapısını oluşturan ve orada yaşayan kitlesel grupların yaşamsal döngü içinde aidiyet hissini güçlendiren unsurlardır (Adaş, 2019: 7). Kentlerin kimliklerinin oluşmasında kentlerin mimari yapı özelliklerinin yanında kentin jeopolitik, sosyolojik, ekonomik ve kültürel özelliklerinin etkisi vardır. Kent insanının o kente yükledikleri anlam ile doğal çevreden kaynaklanan özellikler kent kimliğini oluşturmaktadır.

Her memleket kendine özgü bir ruhla var olmakta ve o memleketin havası-suyu, iklimi, yaşam şekli, hissiyatı farklı olmaktadır. Kimlik de böyle bir husustur; oranın özgünlüğünü ve biricikliğini ifade eder. Kentlerin belli kimlikler etrafında değerlendirilmesi, her kente özgü bir kimlik yapısının belirlenmesi bir ölçüde imaj kavramıyla da ilgilidir. Kent imajı kültürel kodlar etrafında belirlenmektedir. İstanbul, Ankara, Adana, İzmir, Bursa, Kastamonu, Van, Erzurum gibi kentlerin her birinin daha adları anılır anılmaz bir imajla, bir kimlikler karşılık bulmalarını biraz da kendi kültürel kodlarıyla anlamak gerekir (Alver, 2017: 22). Kentlerin kimliklerini, o kentte yaşayan toplumların kültür anlayışları ortaya koymaktadır.

Tanpınar (2012: 122-124), İstanbul’u anlatırken İstanbul’un semtleri arasındaki farklara işaret eder. Beyoğlu, Boğaziçi, Üsküdar, Erenköy tarafları, Çekmeceler, Bentler, Adalar bir şehrin adeta başka başka coğrafyalar gibi kendi güzellikleriyle bizde ayrı duygular uyandırır. Biri diğerine benzemez. Her semtte ayrı bir kimlik söz konusudur. *“Bu değişiklikler hep birden düşünülünce muhayyilemizde tıpkı bir gül gibi yaprak yaprak açılan bir İstanbul doğar. Şüphesiz her büyük şehir az çok böyledir.”* Diğer şehirleri de buna benzer düşünebiliriz.

Her kentin bir imajı vardır. Bu imajın oluşmasında kentlere yüklenen işlevlerin etkisi büyüktür. Kent insanı, yaşadıkları yerleri nasıl görmek veya nasıl anmak istiyorsa kent, kendisine yüklenen anlamlarla anılmaktadır.

1.7. Kent Kimliğini Oluşturan Ögeler

Kent kimliği Doxiadis’e (Altınçekiç, 2000: 3) göre doğal, beşeri ve insan eliyle yapılmış çevreden kaynaklanan kimlik ögeleri olarak üçe ayrılmaktadır:

a. Doğal Çevreden Kaynaklanan: Bir kentin bulunduğu konum, topografik durumu, iklimi, su ögesi, bitki örtüsü vb. öğeleri kente kimlik verir.

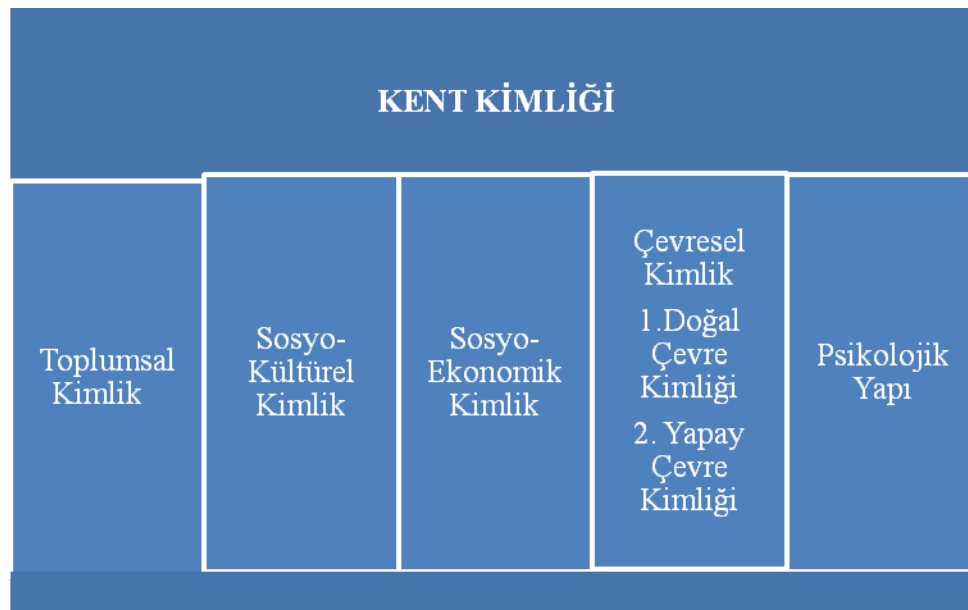
b. Beşeri Çevreden Kaynaklanan: Beşeri çevrenin öğeleri birey ve toplumdur. Bireyin kimliği öncelikle içinde yaşadığı çevrenin bilinmesiyle oluşur. Bireysel kimlik, grup ve toplumun kimliğini oluşturur.

c. İnsan Eliyle Oluşmuş Çevreden Kaynaklanan: Yapay çevre elemanlarının kent dokusu içinde kimlik elemanları olarak değerlendirilmesinde şu faktörler etkili olmuştur: *Görüntü faktörü*; objenin formu, strüktürü, oranları, dokusu açısından oluşturduğu özgün görsel etki. *Konum Faktörü*; objenin doğal çevre elemanlarıyla, kent eylem alanlarıyla ve diğer yapay çevre elemanlarıyla ilişkisi açısından bulunduğu özgün yer ve konumunu oluşturduğu etki. *Anlam Faktörü*; objenin işlevsel önemi veya kentin tarihi gelişme sürecinde kazandığı anlamın, özgün, sembolik değer oluşturduğu etkidir (Altınçekiç, 2000: 3). Kent kimliğinin oluşurken bir kenti diğerlerin ayıran, o kente özgü birtakım nitelikler vardır. Kente özgü bu nitelikleri belirlemek için doğal ve yapay çevredeki kimlik öğelerini tanımlamak gerekmektedir. Toplamların hayata bakışları, değerleri, kültürel özellikleri vb. unsurlar farklı olduğundan kimlik öğelerini ayrı ayrı değerlendirmek gerekir.

Çevresel kimlik doğal çevreden ve yapay çevreden kaynaklanan özelliklerden dolayı ikiye ayrılmaktadır (Göncü, 2007: 82).

Şekil 4.

Kentsel Kimlik (Göncü, 2007: 83'ten esinlenilmiştir).



Her dönemde toplumun oluşturduğu kimlikler geçmişten ögeleri, geçmişteki bu ögelerin tekrardan yorumlanmalarını ve tamamen yeni ögeleri içermektedir. Bu açıdan kimliğin durağan değil; dinamik bir yapıda olduğunu söylemek mümkündür. Toplum ilişkileri, teknolojik ve bilimsel gelişmeler doğrultusunda kent kimliği sürekli olarak tanımlanmakta ve yenilenmektedir (Yargıç, 2009: 22). Kent kimliği, toplumların yaşamlarına ve deneyimlerine göre varlığını yenilemektedir.

Kent kimliği faktörleri beş başlıkta incelenebilir:

şekil 5.

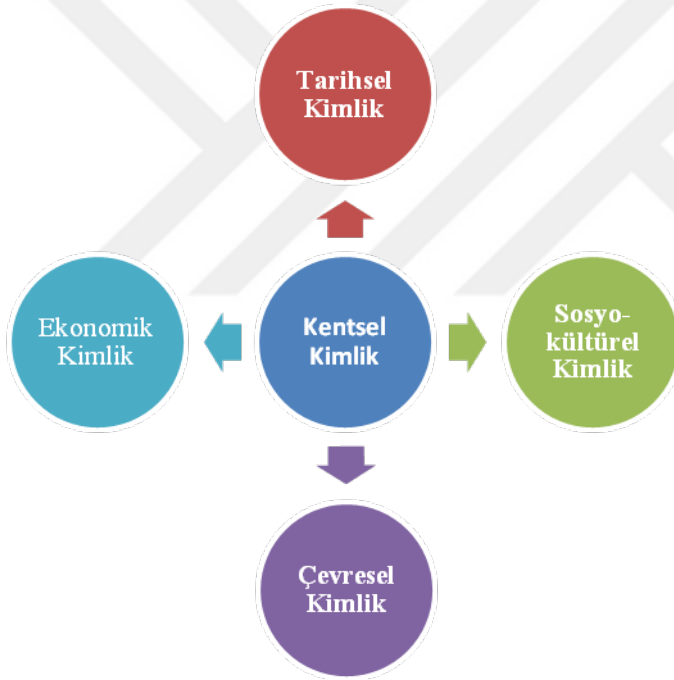
Kent kimliği ögeleri (şahin, 2010: 10'dan esinlenilmiştir).



şahin (2010: 10), çalışmasında kentlerin kimliklerini sadece fiziksel çevrenin değil; o kentte yaşayan insanların çevreye yükledikleri anlamlarla bir bütün halinde oluşturduğunu belirtir. Kentte yaşayanların inançları, değerleri, yaşam biçimleri vb. olguların kimliğin oluşmasında etkili olduğunu vurgular. İlgar (2008: 11), kent kimliğini irdelediği tez çalışmasında, kent kimliğini belirleyen faktörleri dört başlıkta

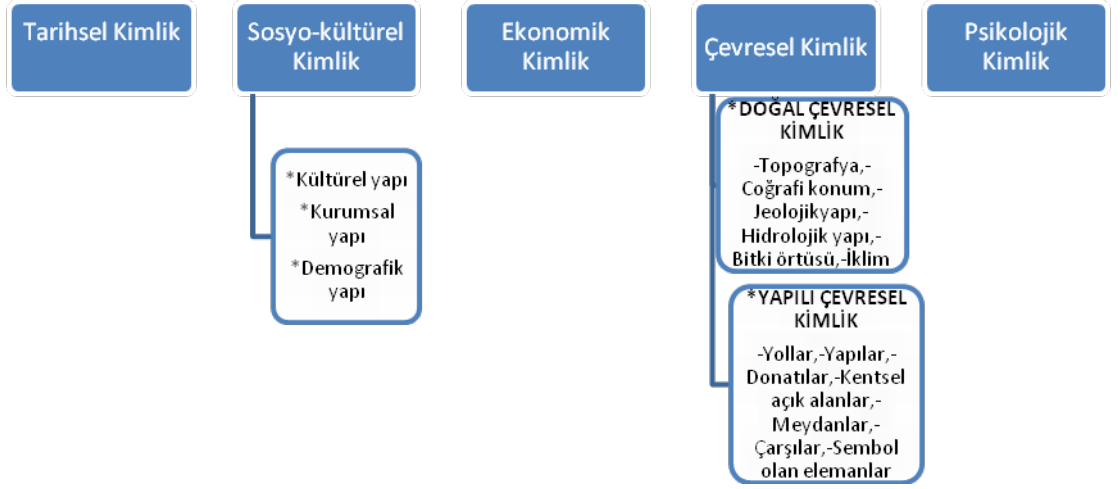
incelemiştir: sosyo-kültürel yapı, ekonomik yapı, fiziki çevre ve imaj ögeleri. Çevre, doğal ve insan eliyle yapılanların etkileşimi sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Bir yerin ihtiyaçları, insanların doğal ihtiyaçlarının sonucunda ortaya çıkmaktadır. Oluşan çevre, doğal şartlara ve insan davranışlarına göre şekillendiğinden her yerde farklı bir özellik gösterecektir. Bu farklılık o çevrenin sahip olduğu karakter ile açıklanır. Karakter aynı zamanda çevrenin kimliğini oluşturur. Güngördü (2016: 14), kent kimliğinin değişim sürecini incelediği çalışmasında kimlik elemanlarını tarihsel kimlik, sosyo-kültürel kimlik, ekonomik ve çevresel kimlik olmak üzere dört başlık olarak belirlemiştir.

Şekil 6.
Kent kimliği ögeleri (Güngördü, 2016: 14'den esinlenilmiştir).



Yapılan tez çalışmalarını inceleme sonucunda kent kimliği faktörlerini tarihsel kimlik, sosyo-kültürel kimlik, ekonomik kimlik, çevresel kimlik ve psikolojik kimlik olmak üzere beş başlık altında incelenecektir.

Şekil 7.
Kent ögeleri



1.7.1. Tarihsel Kimlik

Tarihsel kimlik, kentlerin kuruluşundan günümüze kadar yaşadığı tarihsel süreçle; bu sürecin toplumsal hareketlerle birlikte kent imgesine yansımalarıdır. Kentlerin;

- a. Kuruluş nedenleri,
- b. Günümüze kadar geçirdiği idari, sosyal, kültürel, ekonomik, politik, kültürel ve dini faaliyetleri,
- c. Kentleşme oranları,

tarihsel sürecini yansıtır. Bu süreci etkileyen unsurlara bağlı olarak da kişilerin ve toplumların davranışlarında birtakım değişimler olacaktır. Bu değişimler de kentlerin kimliklerini etkileyecektir (Çöl, 1998: 29). Tarihsel kimliğin oluşmasında geçmişten günümüze kalan tarihi kent dokusu ve mimari ögeler gibi somut imgesel değerlerle birlikte bu değerlere geçmişte yaşamış uygarlıkların yükledikleri anlamların da katkısı vardır. Tarihsel kimlik, uygarlıkların birçok özelliklerini içinde yoğun olarak barındıran somut ve soyut kent kimliği belirleyicisidir (Şahin, 2010: 11). Kent kimliği, tıpkı bir insanın doğup gelişmesi, olgunlaşması gibi gelişir ve sürekli yenilenir (Çoruk, 2009: 13). Bundan dolayı kentlerin kimliklerinin tarihsel süreç içerisinde değişim göstermektedir.

Sanayi devrimi ile birlikte kentlerin yapısında bazı değişiklikler gerçekleşmiştir. Gelişen bir ticaret yaşamı ile sanayi öncesi bir dönemin izlerini taşıyan zanaatlar bütünleşebilmiştir. Bununla birlikte, Sanayi Devrimi ile makineleşme sistemli ve düzenli bir biçimde dönemin önce ekonomik yapısını, daha sonra da geleneksel kentlerin yapısını değiştirmiştir. Fabrikaların yakınında işçi kentleri doğmuştur (Keleş, 2002: 23-24). Zaman içerisinde bu gibi büyük tarihi olaylar kentlerin kimliklerinin değişmesine neden olmuştur.

Türkiye'nin yakın tarihine bakıldığında özellikle Cumhuriyet'ten sonra oluşturulmak istenen yeni kimlik, kent imgeleri üzerinde üretilmeye çalışılmıştır. Gerek kamu binalarının yapısı gerekse kamusal alanda sergilenen diğer kent imgeleri (anıt, park, meydan vb.) ve bu imgelerin adlandırılmasında bu durumu görmek mümkündür. Özellikle devrimlerden sonra ulus inşa dönemleri kimliğin yeniden kurgulandığı dönemler olarak karşımıza çıkmıştır (Tayanç, 2021: 90-91).

Özetle kentlerin kimliklerinin oluşumunda tarihsel süreçlerinin izleri var olmaktadır. Kentler, zaman içerisinde gelişen ve değişen olaylar ile bu olayların kent toplumunda bıraktığı izlerle birleşerek bir kimlik oluşturmaktadır.

1.7.2. Sosyo-Kültürel Kimlik

Kültür, maddi varlıkların, teknolojilerin, sanatların, insan davranışlarının, fikirlerin, inançların sembolleştiği soyut bir kavramdır. Kültür, sürekli gelişmekte ve değişmektedir. Teknolojik, sosyolojik ve ideolojik unsurları kapsayan kültür, diğer öğeleri de etkileyerek zaman içerisinde mekâna da yayılmaktadır (Can, 1999: 72). Kültürel sistemin öğrettikleri toplumsaldır. Yani bu öğretiler, örgütlenmiş gruplarda, birliklerde veya toplumlarda yaşayan insanlarca oluşturulur ve ortaklaşa paylaşılır. Bir grubun üyeleri tarafından paylaşılan alışkanlıklar, kabul edilen tutum ve değerler o topluluğun kültürünü oluşturur (Güvenç, 2002: 102). Kent kimliğini sadece kentin yapılarında değil; o kentte yaşayanların sosyo-kültürel özelliklerinde de aramak gerekir. Çevresel kimlikle birlikte sosyo-kültürel kimlik birbirleriyle etkileşim kurarak kent kimliğini oluşturur. Sosyo-kültürel kimlik, tarihsel süreç içerisinde olaylara ve durumlara bağlı olarak değişim halindedir (Şahin, 2010: 29). Kentsel kimlik açısından kültürün insan çevre ilişkilerinin hareket noktası olan eylemlere kaynak oluşturduğu bilinmektedir. Aynı zamanda kültür, bireyin çevreyi algılamasında da temel filtre görevini görür (Göncü, 2007: 75).

Toplumlar uzun yıllar boyunca yaşadıkları olaylara ve durumlara bağılı olarak tarihten de gelen geleneklere, inanç şekillerine, hayatı yaşama biçimlerine göre bir kültür oluştururlar. Oluşan bu kültür, kentlerin kimlik oluşumunda etkili olmaktadır. Toplumsal algıya göre kentler değer ve anlam kazanmaktadır.

Kent kimliğini tanımlama eylemi, bireylerin çevrelerini algılama, yorumlama ve onlara bir anlam verme ile başlamaktadır. Ancak kent gibi büyük bir yapıdan söz edildiğinde, kent kimliğinin tanımlanmasında bireylerin tek tek algısından çok, kentte yaşayan insanların ortak toplumsal ve kültürel yapısını incelemek gerekmektedir (Uçkaç, 2006: 30). Toplumların kültürel ve sosyal yapıları, kent kimliğinin tanımlanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Tekeli (1990: 254), bir kentin kimliğini kentte yaşayan toplumun oluşturduğunu, yaşadıkları çevre ile birlikte bir bütün halinde olduğunu söyler. Sosyo-kültürel kimlik, insanın bireysel kimlik arayışındayken onun dolaylı yoldan şekillendiren ve mekânsal açıdan bütünleşmesini sağlayan bir kolektif kimliktir. Bu kimlik, yazılı bulunmayan fakat toplumların zihninde, kültürel belleklerdeki birikimleri ile kent kimliğine etki etmektedir.

Kent toplumunun üyesi olma isteği ile büyükşehirlere farklı şehirlerden göç etmiş insanların, içinde doğup büyüdüğü şehirlerin kültürlerini devam ettirme amaçlı hemşehri dernekleri kurmaları; yaşadıkları mekânın ekonomisinin, geleneklerinin, sanayisinin dışında bir tutum sergilemeleri kültürel kodlarının birer izleridir. Bu durum özellikle göç alan büyükşehirlerin kimliklerinin değişimine neden olmaktadır (Adaş, 2019: 8). Kentlerdeki dernekler, sosyal lokaller gibi bir araya gelerek oluşturulan küçük gruplar aslında insanların kendi kimliklerini devam ettirme dürtülerinin birer göstergesidir.

İnsan eliyle yapılmış çevreden kaynaklanan kimlik elemanları yapma çevre elemanları, şehirlerde süregelen insan gereksinimlerinden kaynaklanan eylem alanları ve bu eylem alanlarının karşılıklı ilişkileri ile biçimlenen, insan eliyle yapılmış objelerden oluşur. Yapma çevre elemanlarının kent dokusu içinde kimlik elemanları olarak değerlendirilmesinde görüntü, konum ve anlam faktörü etken olur. Nesnenin formu, strüktürü, oranları, dokusu, simgesel durumu, kullanılan malzeme gibi açılardan oluşturduğu özgün görsel etki görüntü faktörünü meydana getirir (Önem ve Kılıçaslan, 2005: 115-125). Her uygarlık, kentlerini toplumsal ve kültürel

örgütlenmesinin gereklerine göre meydana getirmiştir. Eski Yunan kent yapısı, Bizans Orta Çağı'nda devam etmemiştir. Avrupa Rönesansı'nın kurduğu kentler Osmanlı ülkelerinde görülmez. Kentin gittikçe daha geniş bir biçimlendirme istemine uyacak fiziksel düzeyde bir bütünlük meydana getirmesi, toplumun sosyal örgütlenmesi sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş sınırları içinde Anadolu kentleri, sosyo-politik ve kültürel birlikteliklerindeki ayrıcalığı dokularında da gösterir. Örneğin, kentlerin bir meydanı yoktur. Avrupa kentlerindeki gibi bir belediye binası yoktur. Fakat insanların toplandığı ve birbirleriyle kaynaştıkları yer cami olmuştur (Kuban, 2010: 69). Uygarlıklardaki bu farklılaşmayı o kentlerde yaşayan insanların sosyo-kültürel yapılarındaki farklılıktan kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Kent kimliğinin değişime uğramasında sadece kentte yaşayan toplulukların kültürel birikimleri değil; küresel gelişmelerden kaynaklanan değişimler de etkili olmaktadır. Aytaç (2017: 2-5), bu durumu şöyle ifade eder:

“Modern kentler, 20.yüzyıl ile birlikte yoğun nüfus, göç, finans, bürokrasi, siyaset ve kültürel sermayenin akış alanları haline gelirken büyük bir evrim geçirdiler. Büyük kentler yerlerini büyük şehirlere ve metropolitan alanlara bıraktılar. Metropol, devasa mimari alanları, büyük sermaye potansiyeli, kültürel çeşitlilik, yoğun ve akışkan nüfus, bürokratik ya da siyasal merkez vs. olmanın ötesinde, insani ve sosyal yaşam döngüsünün hızla aktığı, hızın ve teknolojinin hayatın motorize gücü haline geldiği, küresel rüzgârların etkisinin en hızlı şekilde kendisini gösterdiği yerleşim bölgeleri haline geldiler.”

Küreselleşmenin gelecekte kente yönelik dönüşümlerini tam olarak kestirmek mümkün değildir. Fakat küreselleşme ile birlikte tek tip yaşam düzeni oluşturulmakta, bunun sonucunda hem sosyal hem de ekonomik yaşantımızı olduğu kadar; yerleşim birimlerimizi, kentlerimizin kimliklerini ve kentsel imgeleri de hızla tüketmektedir (Ulu ve Karakoç, 2004: 65). Küreselleşmenin yıkıcı etkisiyle birlikte kentlerdeki kültürel kimliklerde değişikliklere sebep olmaktadır. Nesiller arasında kimliksel farklılıklar ortaya çıkmakta, kentlerin eski kimlikleri hızlıca değişmektedir.

1.7.2.1. Kültürel Yapı

Kültür, bir toplumun üyesi olarak insanoğlunun öğrendiği bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür (Güvenç, 2002: 101). Kültür bir grubun yaşam tarzıdır. Grubun, çevre ile

ilişkilenme biçimidir. Bir semboller ve anlamlar sistemidir. Nesillerden nesillere aktarılır. Yani kültür, bir grubun özgün durumudur ve o grubu tanımlar, gruba kimlik verir. Kentsel kimlik elemanı olarak ise kültür; insan çevre ilişkilerinin hareket noktası olan eylemlere kaynak oluşturur (İlgar, 2008: 14). Kültür, bilinçli olarak gelecek kuşaklara aktarılacağı gibi istemsiz bir şekilde günlük hayatta yaşanan durumlara karşı takınılan davranış şekilleriyle de aktarılabilmektedir. Kültür, yaşam biçimini ve yaşamı anlamlaştıran bir bütündür. Kültürün kaynağını; insanın öğrenme ve öğrendiklerini simgesel biçimlerde örgütleme, bu öğrendiklerini toplumun diğer bireylerine bilgi olarak aktarma ve öğrendiklerini davranışlar olarak sergileyebilme gücü oluşturur (Tatlídil, 1992: 30). Toplumlar, yaşadıkları olaylar karşısındaki tutumlarını, deneyimlerini, gelenek ve göreneklerini kuşaktan kuşağa aktararak bir kültür oluşturmaktadırlar.

Kent, toplumsal ve kültürel bir öze sahiptir. Kenti var eden aslında bu toplumsal ve kültürel özdür. Kentten söz etmek doğrudan belli bir kültür kalıbından, kültürel hayattan söz etmek demektir. Kent ile kültür iç içedir (Alver, 2017: 18). Kenti neyin oluşturduğuna verilen cevaplar çoğu zaman mekân ve demografik ölçütlerine dayanır; kente, birbirine sıkı bir şekilde bağlı, büyük nüfuslu insan topluluğunun işgal ettiği bir alan gözüyle bakılır. Kent, bazı önemli toplumsal potansiyellerin, bunların gelişim evrelerinin, geleneklerin, kültürün ve yerleşik bir insan topluluğuna ait özelliklerin diyalektiğini içerir (Bookchin, 2014: 19-20). Kentlerin kimliklerinden bahsetmek gerektiğinde öncelikle sosyo-kültürel kimlikten söz etmek gerekecektir. Bir kentin kimliği, kent insanının asırlar boyunca meydana getirmiş olduğu gelenekten beslenmektedir. Tarihsel ve kültürel kimliği anlamak, kent kimliğini anlamak için öncelikli olmaktadır.

1.7.2.2. Kurumsal Yapı

Kurumsal yapı, bir kentin ve kentin yer aldığı ülkenin;

- a. Politik, yönetsel ve hukuksal yapısı,
- b. Dini yapısı,
- c. Ekonomik yapı ve teknolojik düzeyi,

d. Eğitim, sağlık, sosyal hizmetler yapısı ve bu yapıyı oluşturan kurumsal ilişkileri ile şekillenir (Şahin, 2010: 32). Bir şehrin yapısı o şehirdeki insanların yaşam tarzı ile ilgilidir. Bu yaşam tarzına göre şehirlerin kimlikleri oluşmaktadır.

1.7.2.3. Demografik Yapı

Demografi; nüfusun yapısını, durumunu, dinamik özelliklerini inceleyen bir bilim dalı olup nüfusun coğrafyası olarak tanımlanabilir. Demografik yapı ise demografi biliminin araştırdığı konu başlıklarının tümünü oluşturmaktadır (Güngördü, 2016: 18). Birey ve toplum öğelerinin demografik yapı elemanlarını; nüfusun büyüklüğü, nüfus yoğunluğu, artış oranı; yaş gruplarının dağılımı, toplam nüfus içindeki oranları; çalışan nüfus oranı, niteliği; doğum-ölüm oranı; belirgin, ortak fizyolojik özellikler vb. karakteristikler oluşturmaktadır (İlgar, 2008: 13). Nüfus hareketleri bir toplumun ekonomik ve toplumsal yapısındaki değişimlerden doğar. Teknolojinin gelişmesiyle insanlar dış etkenlerden daha çok korunabildiği için ölüm oranı azalmakta; sanayi devrimi ile birlikte gelişen sanayiden ötürü ise kent dışında bulunan fabrika ve sanayi bölgeleri kentle bütünleştiğinden kentlerin nüfus oranları hızla artmaktadır. Bu iki faktör, artan nüfus oranına bağlı olarak kentlerin kimliklerinde değişikliklere sebep olmaktadır (Çöl, 1998: 21). Kentlerin nüfus oranındaki azalma veya artışlar kent kimliklerinin oluşmasında etkili olmaktadır.

Kentlerin hiyerarşik sınıflamasında temel ölçüt, onların nüfus büyüklüklerine göre sıralanmasıdır. Bu sıralamada nüfus büyüklüğü arttığı oranda kentlerin kentleşme niteliklerinde işlevsel açıdan o ölçüde değişiklikler meydana gelmektedir (Yüceşahin ve Özgür, 2008: 115-139).

Kentlerin nüfus yoğunluğu kentleşme ile doğru orantılı olmaktadır. Kentleşme arttıkça kentlerin demografik yapılarında değişiklik gözlemlenmektedir. Kentlerin kimliklerinde nüfus hareketlerinin, iş sahalarının, endüstrileşmenin etkisi olmaktadır.

1.7.2.4. Ekonomik Kimlik

Kentler için çok farklı açıklamalar yapıldığını daha önce de belirtmiştik. Kentler, içinde yaşayan toplulukların uzmanlaştıkları alanlara göre kimliklerini ön plana çıkarmışlardır.

Ekonomik faaliyet ölçütü olarak kent; nüfusun daha çok tarım dışı faaliyetle uğraştığı mal ve hizmetlerin üretim, dağıtım ve tüketim süreci içerisinde toplumsal ihtiyaçların sürekli karşılandığı yerleşim mekânlarıdır. Bundan dolayı her kentin kendine özgü nitelikleri vardır. Örneğin Gdeon Sjoberg, kentleri sanayi öncesi, sanayileşen ve sanayi sonrası kentler diye üçe ayırmaktadır. Karl Marks, ekonomiyi belirleyici bir etmen olarak kullanıp toplumları ilkel, köleci, feodal, kapitalist ve sosyalist şeklinde beşe ayırmıştır. Pirenne ise kenti tüccar sınıfının formasyonu, burjuvazinin doğuşu gibi iktisadi süreçlerle açıklamıştır. Weber, kenti; kent için vazgeçilmez unsurlar olarak belirlediği pazar ve kale kavramları olarak tanımlamıştır (Akt. Hayta, 2016: 2566-2567). Bu tanımlardan anlaşılacağı üzere kentin tanımlanmasındaki temel ölçüt kentlerdeki ekonomik yapı ve gelişmeler olmaktadır.

Değişen ekonomik yapı ve teknolojik gelişmelerden en çok etkilenen alan kent olmaktadır. Söz konusu gelişmeler kentte görünürlük kazanmaktadır. Dolayısıyla kentteki her değişim, kent kimliklerini de değişime uğratmaktadır (Tayanç, 2021: 89). Şehirlerdeki siyasi ve sosyal gelişmeler, kent kimliğinin değişimini etkilemektedir.

Değişen sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik gelişmeler dünya toplumlarını etkileyerek kentleri ve kent parçalarını farklı niteliklerle biçimlendirmekte; geçmiş dönemlerdeki doğal çevreyle uyumlu ve kültürel yapıya bağlı olarak gelişen kentsel dokunun yerini ekonomik ve teknolojik değişimle şekillenen günümüz kentlerine bırakmaktadır (Topçu, 2011: 1050). Günümüzde kent mekânı yalnızca üretim, dolaşım ve tüketim ilişkilerinin örgütlendiği yer olmanın ötesinde mekânın kendisi de üretim, dolaşım ve tüketim ilişkilerine konu olan bir meta haline gelmiştir. Paranın, üretimin ve tüketimin küreselleşmesi, bilginin hızlı dolaşımı, mal ve hizmet üretimi için kullanılan yöntem ve tekniklerin yanı sıra tüketici davranışlarını, kültürel ve sosyal değerleri, teknolojileri dünya toplumlarındakilerle benzer hale getirmektedir (Koyuncu, 2013: 160). Bu gelişmelerin sonucunda ortak kent kültürleri oluşabilmektedir.

Kentlerin tarihsel gelişimleri incelendiğinde kentlerin farklı dönemlerde farklı işlevler üstlendiği görülmektedir. Ekonomik anlamda kentin kalkınabilmesi için mekânda farklı işlevlerin farklı alanlarda yer seçtiği görülmektedir. Sanayi, kentleşmenin ilk dönemlerinde kent merkezlerinde kendine alan seçerken; zamanla kent dışına taşınarak o bölgelerde kendine yer edinmiştir. Sanayileşme ile birlikte

sanayide çalışan insanların barınma, hayatını sürdürme gibi ihtiyaçları doğmuş, bu ihtiyaçların karşılanabilmesi için konut ve teknoloji bir araya gelmiştir (Can, 1999: 91). Zaman içerisinde kentlerde gerçekleşen bu değişim, sadece konut ve teknoloji alanlarında değil; tarım, üretim, sağlık, eğlence vb. diğer alanlarda da kendini göstermektedir. Bu değişimlere bağlı olarak kentlerin kimlik yapılarında farklı alanlarda değişimler gerçekleşmektedir.

Ticaretin ön plana çıktığı bir merkezde ulaşımın ön plana çıkması ya da diğer kentlerle olan ilişkisi kenti ticaret merkezi olmaya sürüklemektedir. Böylece tarım kentlerinde üreticilerin yoğun olduğu bir toplumla karşılaşıldığı gibi genelde kent çevresinde küçük üretim yerleşmelerinin oluşması da doğal karşılanmakta; sanayi kentlerinde ise üretim ve madencilik olarak farklı alanlarda gelişebilmektedir (İlgar, 2008: 15).

Özetle her kentin bulunduğu coğrafi yer ve sosyal-kültürel yapısının farklılığından ötürü farklı ekonomik yapıları oluşmaktadır. Bu ekonomik farklılıklar, kentlerin kimliklerinin farklı şekillerde kimikleştiğini söylememiz mümkündür.

1.8. Çevresel Kimlik

Çevre, insanı ve yaşam tarzını ve bunun yanı sıra her türlü eylemlerini dışarıdan etkileyen koşul ve faktörlerin tümüdür. Fiziksel çevre ise insanın içinde yaşadığı varlığını, özelliğini ve niteliğini fiziksel olarak algıladığı ortamdır. Fiziksel çevresel kimlik ise birçok faktörün birbirleriyle etkileşimiyle oluşan bir ağıdır ve insan eylemleri, birbirinden kesin çizgilerle ayrılmayan doğal ve yapay ortamlar üzerinde gerçekleşir (Güngördü, 2016: 19). Bir kentin kimlik kazanmasında en etkili öğelerden birinin fiziksel imge/çevre koşullarının olduğu gerçeğidir. Kentin sağladığı ya da desteklediği yaşam biçimleri, imkân verdiği sosyal etkileşim türlerinin yanı sıra imgesel karakteri ile kentin fiziksel çevresi kimliğin tanımında önemli rol oynamaktadır (Tayanç, 2021: 86).

Her kentin doğal ve yapay bileşenleri birbirinden farklı olmaktadır. Bu bileşenlerin birbirleriyle etkileşimi sonucunda kentlerin kimlikleri de değişim göstermektedir. Çevresel kimlik, doğal ve yapay çevresel kimlik olmak üzere iki başlıkta incelenebilir:

1.8.1. Doğal Çevresel Kimlik

Doğal çevre kent kimliğini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Doğal çevre, doğanın bir parçasıdır ve oluşumunda insan faktörünün etkisi yoktur. İçinde yaşayan canlıların yaşam ve gelişimini etkileyen dış koşulların tümüdür. Doğal çevreden kaynaklanan kimlik öğeleri kentin doğal çevre verileri ile ilgilidir. Bu veriler şu şekilde sıralanabilir: coğrafi konum, iklim, jeolojik yapı, topografya, doğal bitki örtüsü. Kentlerin kimliklerinin farklılaşmasında bu faktörlerin etkisi vardır (Şahin, 2010: 15). Doğal çevreyi oluşturan bu faktörler arasında karşılıklı ilişkiler de görülmekte ve bunlar yapay elemanların oluşumunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu öğeler hem kentlerin kurulduğu yerlerin yer seçiminde, hem de kentlerin biçimlenmesinde etkili olmaktadır. Kentlerin çok belirgin olan doğal özellikleri onların doğal nitelikleri ile adlandırılmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda bazı kentler dağ kenti, ova kenti, kanal kenti gibi özelliklere sahip olmakta ve kentin dokusu da bu şekli almaktadır (Öztürk, 2007: 15). Doğal çevre, oluşumunda insan faktörünün etkili olmadığı çevredir. İnsan faktörü etkili olmasa bile, insanın doğayla karşılıklı bir etkileşimi vardır ve sürekli doğayı kontrol altında tutma gibi bir eğilimi vardır. İnsan eliyle yapılandırılmamış olmasına rağmen, kentte doğal çevre yaratmak adına yapılan bazı fiziksel durumlar insanın doğayı kontrol altına alma ve kendi istediği gibi şekillendirme duygusuna yönelik çalışmalardır. Kentin kimliğine etki eden doğal öğeler aynı zamanda kentin atmosferi diyebileceğimiz bir olguyu da ortaya çıkartır. Örneğin bir kentin içinde akan bir akarsu o kenti daha romantik gösterirken bazı kentler daha canlı, hareketli gelir veya kış mevsiminin daha uzun yaşandığı bir yer bize farklı gelirken yaz mevsiminin daha uzun yaşandığı yer bize farklı gelebilir (İlgar, 2008: 16). Doğal çevrenin kent kimliği üzerindeki etkisinde insan faktörünün doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır.

Doğal çevreden kaynaklanan kimlik elemanları doğal kimlik verileri ile ilgili olmaktadır. Doğal çevre verileri, kentlerin topografik durumunu, bitki örtüsünü, su ögesini, jeopolitik ve genel konumunu oluşturmakta; bu öğelerin farklılığı kentlerin kimliklerinin farklılaşmasında rol oynamaktadır (Önem ve Kılınçaslan, 2005: 116). Bu nedenden dolayı doğal etkiler, bir kentin nasıl tanımlandığı ve nasıl görüldüğü konusunda bize bilgi veren, kente kimlik kazandıran öğelerdir.

1.8.1.1. Coğrafi Konum

Coğrafi konum, kentlerin kimliklerinin belirlenmesinde önemli bir doğal ögedir. Kentlerin kimlikleri, bulundukları coğrafi konumlara göre şekillenmektedir.

Coğrafi konum, doğal bileşenler arasında belki de kimliği etkileyen en belirleyici etkenlerden biridir. Kimliği etkileyen birçok doğal bileşen, coğrafi konuma bağlı olarak farklı özelliklere sahip olmaktadır (İlgar, 2008: 18-19). Göl, akarsu, vadi, deniz gibi coğrafi oluşumlar da kent kimliği üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Coğrafi oluşumlar hem kentin kurulacağı alanın belirlenmesi hem de arazi kullanımının şekillenmesi noktasında yönlendirici sınırlayıcıdır (Göncü, 2007: 93).

Bütün kentler dünya üzerinde farklı bir coğrafi konuma sahiptir. Farklı kıtalarda, farklı ülke sınırları içerisinde yer almakla birlikte kendilerine ait bir konumları vardır. Her yerleşim yeri güneş ışığından farklı şekillerde etkilenmektedir. İklim koşulları aynı zamanda kentin gelişimini de etkiler. Kentin stratejik konumu da kenti etkileyen önemli bir durumdur. Yine aynı şekilde kentin, çevresindeki diğer kentlerle etkileşimi ve ilişkileri kentin sahip olduğu özellikleri de etkileyebilmekte ve dolayısıyla da kent kimliğinde de etkili olmaktadır.

1.8.1.2. İklim

İklim şartları bir kentin kimliğinin şekillenmesinde etkili olan doğal öğelerdendir. İklim özellikleri, kentte yaşayan insanların karakterlerinde de önemli bir etkiye sahiptir.

İklim koşullarından doğan ısı, ışık, nem ve yağışlar, rüzgârlar bölgeye hâkim olan iklime bağlı olarak diğer doğal çevresel kimlik öğeleriyle birleşerek kentsel dokuların görünüşlerindeki farklılıklara sebep olmaktadır. Bu farklılıklar; sıcak ve soğuk iklim bölgelerinde kentsel mekân içine kapalı, yoğun bir organizasyon gösterirken; ılımlı ve normal iklim bölgelerinde ise kentsel mekân seyrek, daha az yoğun bir yapılaşma oluşturmaktadır (Can, 1999: 45). İklim, bir kentin bütün olarak algılanmasında etkili olabilir. Örneğin İngiltere ya da Londra denildiğinde çoğu kişinin aklına yağmurlu ya da sisli bir yer akla gelmektedir. Kentlerdeki yapıların dokuları da iklim koşullarına uygun olarak tasarlanabilmektedir. Örneğin çok yağış

alan bölgelerde eğimli çatılar yapılırken az yağış alan bölgelerde az eğimli çatılar yapılmaktadır (Göncü, 2007: 93-94). Ülkemizden örnek verecek olursak Antalya, Bodrum, Marmaris gibi ülkemizin güneyinde bulunan yazları çok sıcak olan kentler “tatil kentleri” olarak algılanmakta; ülkemizin kuzey ve doğu kesimlerinde bulunan Erzurum, Erzincan, Van gibi kentler de “kış kentleri/kar şehirleri” gibi isimlerle algılanmaktadır.

1.8.1.3. Jeolojik Yapı

Kentsel yerleşimler, bulundukları coğrafi konum itibariyle farklı jeolojik özelliklerin yer aldığı bölgelerde konumlandıkları durumlarda da farklı bir yerleşim yapısı göstermektedirler. Bu tür bir bölgede farklı imar yönetmelikleri uygulanarak kentin dokusuna birtakım sınırlamalar getirilebilir. Bu yüzden jeolojik yapı, kentte genel olarak kullanılan yapı malzemesini ve yapı boyutlarını da etkilemektedir. Yapı boyutlarını farklılaşması kentin genel görünümünü etkileyerek o kente ait bir görünüm oluşmasına neden olmakta, kentin dokusal karakterini ve görünümünü kimliğin bir parçası haline getirmektedir (İlgar, 2008: 18). Kentlerin jeolojik yapısı, kimliklerinin ve karakterlerinin oluşumunda önemli bir etkiye sahiptir. Jeolojik yapının; depremler, yer kaymaları, seller, volkanik hareketler gibi olumsuz etkileri vardır. Bundan dolayıdır ki tarih boyunca birçok kent veya uygarlık, yok olmuş yahut büyük hasar görmüştür (Can, 1999: 47). Değişmez gibi görünen kent kimliği zaman içerisinde özgünlüğünü kaybetmekte veya yaşanan toplumsal kırılmalar(deprem, savaş, iklim değişikliği, yerleşim yerlerinin kaydırılması gibi) ile birlikte özelliğini kaybedebilmektedir. Örneğin Batman ili sınırları içerisinde yer alan Hasankeyf bölgesinin baraj dolayısıyla taşınmaya başlaması, içinde bulunduğu birçok tarihi unsuru kaybetmesine sebep olmuştur. Bu durum Batman kentinin kimliğinin değişimini de beraberinde getirecektir (Tayanç, 2021: 90). New York’un Manhattan yarımadası, çok sağlam olan kaya zemin üzerine yapılan gökdelenlerle bir görünüm kazanmış ve bu görünüm kentin kimliği ve prestiji olmuştur. Pamukkale’nin travertenlerle, Kapadokya’nın peri bacalarıyla anılması da jeolojik yapının kent kimliğine etkisidir (Şahin, 2010: 17). Kent kimliğinin meydana gelmesinde jeolojik yapının etkisinin olduğu görülmektedir.

1.8.1.4. Topografya

Bütün kentler bir arazi üzerine bina edilmişlerdir. Bu arazinin formu ve özellikleri, kent formu oluşum kriterlerinde belirleyici rol oynar. Bu arazi formunu “*topografya*” diye tanımlamaktayız. Kent tasarımcılarının tanımladığı ve formu oluşturan; bitki örtüsü, arazi eğimi, tepeler ve dağlar, mimarlık ve kentler arasında ilişki kurar (Çöl, 1998: 43). Kentler topoğrafik özelliklerine göre kimlik kazanarak yerleşmenin arazi özelliklerini ve coğrafi oluşumlarını meydana getiren bir bileşendir. Kentlerin oluştuğu ve gelişme gösterdiği karakter özellikleri, gerek yerleşim ölçeğinde gerekse de konut ölçeğinde kimliği etkilemektedir. Yerleşimlerin bulunduğu arazinin durumuna göre yerleşim biçimleri farklılık göstermektedir. Topoğrafik özelliklerin dışında, birtakım coğrafi oluşumlar da kent kimliği oluşumunda etkilidir. Örneğin, bir göl, akarsu, vadi veya bir iç deniz olabilir (Acarlı, 2017: 18). Topoğrafik yapı, yaşam alanlarında yapıların nasıl, ne şekilde gruplanabileceğini, yapıların konumunu ve yapı tipini belirleyen önemli bir öğedir. Topografyaya göre biçimlenen kentler düz alanlar, eğimli araziler, tepeler, vadiler, semerler ve su kenarları olmak üzere altı grupta toplanmıştır. Konya, Manisa gibi kentler ovada; Amasya, Tokat gibi bazı kentler vadilerde; Mardin, Trabzon, Harput, Van, Kahramanmaraş, Antakya gibi bazı kentler kaleden aşağı dağ eteklerinde; İzmir, Antalya, İstanbul gibi bir kısım kentler ise sahil kenarlarında kurulmuşlardır (Can, 1999: 44). Anlaşılabacağı üzere, kentlerin bulunduğu arazi yapısı, su kenarları vb. yeryüzü şekilleri kent kimliğinin oluşumunu etkilemektedir.

Göncü (2007: 93), kentin kurulduğu ve yayıldığı alanın yer dokusunun özelliklerinin o yerin hem yerleşim hem de yapı bazında kimliği etkilediğini belirtmektedir. Düz bir ovada oluşan yerleşimin, tepeler üzerinde kurulan bir yerleşim ile aynı karaktere sahip olmayacağını, çünkü farklı yer dokusu özelliklerinin farklı kent kimliği meydana getireceğini belirtir. Kentler, büyük ölçüde üzerinde bulundukları toprak parçasının topoğrafik özelliklerden etkilenerek biçimlenmektedir. Karadeniz bölgesindeki kentler sahillerde; Muğla ve Mardin gibi kentler yamaçlarda kurulmuştur. Topoğrafik özellikler kentlerin kimliğinin oluşumunda etkili olmaktadır (İlgar, 2008: 17). Topoğrafik farklılıklar kentlerin kimliklerinin farklılaşmasına sebep olmaktadır. Kimlik oluşumunda bu farklılık, kent insanının kentlere yükledikleri anlamlarda da farklılıklar oluşturmaktadır.

1.8.1.5. Doğal Bitki Örtüsü

Çevresel kimlik öğelerinden bir diğeri de kentlerin sahip oldukları doğal bitki örtüsüdür. İklimlerdeki değişikliklere göre bölgelerin bitki örtüleri de değişmektedir. Yağışın çok olduğu bölgeler daha fazla yeşil alana sahiptir, buna karşın yağışın az olduğu bölgelerde bitki örtüsü seyrelirken aynı zamanda bitki türü de değişmektedir (İlgar, 2018: 17). Bitki örtüsü; yapı, boyut, çeşitlilik, gruplaşma, renk ve mevsimlik ile çevresine kimlik kazandırmaktadır (Şahin, 2010: 21). Bitki örtüsü bir kentin kimlik yapısını ele veren etmenlerden biridir. İstanbul çoğu zaman erguvan rengi ile anılır. Batum’da okaliptüs çiçekleri kente damga vurmuştur. Akdeniz bölgesi denildiğinde akla palmyeler; Bursa denildiğinde akla serviler gelir. Bitkilerin mevsimsel değişimleri, canlı ve cansız kent bileşenleri ile oluşturdukları bütünlük, kullanım amaçları kent kimliğini değiştirmektedir (Turgut, vd., 2012: 173). Ayrıca, kentsel mekânlarda, bitki örtüsünün kullanım yoğunluğu da kent kimliğini etkilemektedir. Bursa’nın “*Yeşil Bursa*” olarak anılması ve Bursa denince insanların aklına ilk gelenin yeşil bir kent imgesi olması buna örnek teşkil etmektedir (Uçkaç, 2006: 23). Bitki örtüsü yapı ölçeğinde malzeme olarak kullanımı ile kentin kimliğini etkileyebilmektedir. Örneğin ormanlık bir bölgede, bölgeye özgün ahşap malzemenin kentte yapı malzemesi olarak kullanımı kentin kimliğini doğrudan etkileyebilir. Afrika’da bulunan uzun otlar yapı malzemesi olarak kullanılıp o coğrafyaya özgü konut üretilmiştir. Bu durum doğa ile iç içe yaşayan yerli halkın, kendi coğrafyasının ona sunduklarını kültürü çerçevesinde yorumlayıp yapılanmış çevre ögesine dönüştürmesi bakımından çarpıcı bir örnektir (Göncü, 2007: 95). Bitki örtüsünün farklılaşması ile birlikte kentlerin kimlik yapılarında da değişimler görülmektedir. Farklılaşan bitki örtüsü, kentlerin farklı sıfatlarla anılmasına sebep olmuştur.

1.8.2. Yapay Çevresel Kimlik

Yapay çevre bileşenleri, bir kent mekânında yaşayan bireylerin ihtiyaçlarına ve karşılıklı etkileşimlerine göre şekillenen, faaliyet alanları oluşturan, insan eliyle meydana gelen çevre elemanlarıdır (Özbey, 2020: 23). Yapay çevre elemanları, şehirlerde yaşayan insanların ihtiyaçlarından doğan eylem alanları ve bu eylem alanlarının karşılıklı ilişkileriyle şekillenen, insan eliyle yapılmış objelerden oluşur.

Yapay çevre öğelerinin kentin kimlik elemanları olarak değerlendirilmesinde görüntü, konum ve anlam faktörleri etkili olmaktadır (Ertürk, 1996: 17). Fiziksel unsurlardan yola çıkılarak oluşturulan yapay çevre öğelerini beş farklı başlıkta toplamak mümkündür. Bunlar; yollar, sınırlar/kenarlar, bölgeler, düğüm/odak noktaları ve işaret öğeleridir. Bu öğeler kenti tanımlamamıza ve anlamlandırmamıza yardımcı olan öğelerdir (Lynch, 2015: 51). Yapay çevre elemanları kentlerin kimlik oluşumunda etkili olmaktadır. Kentlerdeki yollardan mimari yapılara kadar birçok öge, kentlerin kimlik oluşumunda etkilidir.

Yapay çevre bileşenleri pozitif ve negatif öğeler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yapılar pozitif öğeleri; dış mekânlar ise negatif öğeleri tanımlamaktadır. Bunlar arasındaki uyum ve ilişkiler, kent kimliğini oluşturmaktadır. Negatif öğeler dolaşım alanları ve açık alanlardır. Dolaşım sistemleri yollar ve meydanlardır. Açık alanlar ise avlu, yan bahçe, ön bahçe gibi nefes alma alanları ile yeşil alanlardır (Can, 1999: 48). Kenti oluşturan bu çevre bileşenleri arasında bir ilişki vardır ve bu durum, kent kimliğini oluşturmaktadır.

Güngördü (2016: 20), insanların yaşamlarını sürdürürken doğaya yaptığı müdahalelerin tamamını yapılaşmış çevre faktörleri arasında saymaktadır. Bu bağlamda yapay çevre bileşenleri olarak;

- a. Yollar
- b. Yapılar
- c. Donatılar
- d. Kentsel açık alanlar
- e. Meydanlar
- f. Sembol olmuş elemanlar

faktörlerini sıralamaktadır.

Yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlardan hareketle yapay çevre bileşenlerini yollar, yapılar/binalar, açık alanlar, meydanlar ve sembol olmuş elemanlar olarak ele alınacaktır.

a. Yollar

Yollar, insanların alışkanlık ve olanaklara bağlı olarak ara sıra kullandıkları alanlardır. Bunlar; sokaklar, yaya yolları, toplu taşıma alanları, kanallar ve

demiryolları olabilir. İnsanlar hareket halindeyken kenti gözlemler ve bu yollar üzerinde diğer çevresel öğeleri algılayabilir ve kentin bütünüyle ilişki kurabilir (Lynch, 2015: 52). Yollar, kent içinde parça parça oluşarak bir bütünü tamamlayan öğelerdir. Ana akslar ve bu aksları destekleyen yan yollar ile kentsel mekânları birbirine bağlayan sistemdir. Böylece kentin kimliğinin okunmasını sağlamaktadırlar (Özdemir, 2016: 31). Bununla birlikte, kent kimliğinin belirlenmesinde etkili olan yollar, kentin ulaşılabilirliğini sağlayarak sosyal yaşantının en işlek alanlarını oluşturmaktadır. Çünkü bireyler ve toplumlar yollar kanalıyla bir araya gelerek çeşitli faaliyet alanları yaratmaktadırlar (Özbey, 2020: 24). Yol ögesi, kentlerde sosyal hayatın sürekliliğini sağlamaktadır.

Yollar, sadece hareketlerin yer aldığı fiziksel alanlar değil; sosyal yaşamın da gerçekleştiği kamusal mekânlardır. Örneğin; korunma amacıyla şekillenmiş Ortaçağ kenti dar çıkmaz sokaklarıyla, gizemli yaşantısıyla ifade bulan İslam kenti organik yol ağıyla, güçlü araç teknolojisine teslim olmuş Kuzey Amerika caddeleri sürat yollarıyla hatırlanmaktadır (Özdemir, 2016: 32). Kent kimliğinde etkili olan öğelerin başında insan unsuru gelmektedir. İnsan, sosyal bir varlık olduğundan kentteki sosyal hayat kentin kimliğinde etkili olmaktadır. Yollar, bu sosyal hayatın gerçekleşmesindeki ana öğelerdendir.

b. Yapılar/Binalar

Yapı grupları ve yerleşimlerin görsel karakterleri, bu yapıların bir araya geliş modeli ve mekânsal ilişkilere bağlıdır. Bir araya geliş ve mekânsal ilişkiler, toplum yapısını yansıtması bakımından önemlidir. Bu durumda yapısal yoğunluk, yapılar arasındaki boş alanların oranı, yapı büyüklüğü ve sayısı dikkate alınır. Bir araya geliş modeli serbest ya da belirli bir düzene göre olabilir. Bundan dolayı mekânsal ilişkiler de farklılaşır (Erton, 1995: 15). Yapılar, içinde bulundukları toplumun çeşitli gereksinimlerine cevap verme amaçlı, yapıldığı dönemin inşaat tekniğine dayalı malzemelerle bir fiziksel mekânın etrafını çeviren kütlelerdir. İçinde yaşayan, onları kullanan insanların dünya görüşünü, yaşam şekillerini, estetik tercihlerini; kısacası,

kültürel kimliklerini ifade edebilmektedir (İlgar, 2008: 19). Mimari yapılar, toplumların tarihsel ve kültürel kodlarını içermektedir.

Çok eski çağlardan günümüze kadar yaşamını sürdüren insanlar yaşamın zorluklarına karşı hep bir mekân arayışı içinde olmuşlardır. Göçebe hayat tarzı sürerken korunma ve barınma amacıyla mağaralarda, ağaç içlerinde ve çadırlarda kendilerine bir yaşam alanı meydana getirmişlerdir. Yerleşik hayata geçilmesiyle birlikte insanoğlu, kendine yeni mekânlar aramaya başlamıştır. Sanayinin gelişmesiyle büyük kentler kurmuşlardır. Burada insanlar çok farklı yapılar inşa etmişlerdir. Zaman içinde bu yapılar kent insanının zihnine yerleşerek o kentlerin kültürü/kimliği haline gelmiştir. Yapılar/binalar kentleri oluşturan ana öğeler olarak kent belleğinde ve kent kullanıcılarının imgesinde, özellikle tarihi ve estetik değerleri üstlenmektedirler (Özbey, 2020: 24). Bazı kentlerdeki yapılar insanların hayatlarını yönlendirmiş, daha sıcak ilişkiler meydana getirmiştir. Antakya kentindeki eski yerleşim yeri olan “*Eski Antakya*” diye adlandırılan bölgedeki evlere bakıldığında bir birine yaslanmış oldukları görülmektedir. Bundan dolayıdır ki bu bölgede yaşayan insanlar arasındaki komşuluk ve arkadaşlık ilişkileri daha canlı ve samimidir. “*Antakya insanı sıcakkanlıdır.*” cümlesi ile Antakya’ya yüklenen bir kimlik özelliği oluşmuştur.

Kentin görsel yapısını yansıtan diğer bir unsur da yapıların boyutlarıdır. Toplumun kültürel gelişimine bağlı olarak belirli tipolojilerde yapılar daha farklı oluşurlar. Bu tür yapılar kazandıkları yeni ve güçlü etki ile çevreye belirgin bir karakter verebilirler (Erton, 1995: 15). Kentlerde, özellikle binlerce yıllık geçmişe sahip Anadolu kentlerinde, kentin kültür mirasını oluşturan ve kentlere kimlik kazandıran tek yapı öğeleri, anıtsal yapılar ve sivil mimarlık örnekleri olmak üzere iki grupta incelenebilir. Anıtsal yapılar bir kentte antik çağlardan bu yana inşa edilmiş, büyük ölçekli ve genellikle sosyo - kültürel ve dini nitelik taşıyan yapılardır. Ülkemizde bu yapılar; tapınaklar, tiyatrolar, stadyumlar, odeonlar, agoralar, kiliseler, vb. antik çağ yapıları; hanlar, hamamlar, bedestenler, camiler, külliyeler, imarethaneler, arastalar, kapalı çarşılar vb. Selçuklu ve Osmanlı dönemi yapıları; okul, hükümet binası, gar binası, belediye binası vb. kamu yapıları ile çeşitli kamu yatırımları (sağlık, kültürel, mali, idari yapılar) gibi Cumhuriyet dönemi yapıları olabilmektedir. Sivil mimarlık örnekleri ise, Anadolu kentlerinde kent kimliğini oluşturan, kentlerde korunması ve geliştirilmesi gerekli dokuları oluşturan geleneksel

mimarlık örnekleridir (Uçkaç, 2006: 27). Burada görülen dönemlere hâkim olan toplumsal anlayış, kentlerin mimari yapılarında farklılıklar oluşturmuştur.

Mekân, hem fiziksel hem de toplumsal açıdan bir insan ürünüdür. Bu yüzden mekânlar insanların izlerini üzerlerinde taşırlar. Önce fiziksel olarak kurgulanan, imar edilen mekânlar, insanlar tarafından onlara yüklenen anlamlarla inşa edilirler. İlk olarak fiziksel ihtiyaçları karşılamak amacıyla başlayan mekân ve insan arasındaki bu ilişkide ilk etkileyen, inşa sürecine ilk tuğlayı koyan insan olmuştur. Daha sonra insan eliyle inşa edilen bu mekânlar kimi zaman eşit, kimi zaman egemen, kimi zaman da zayıf rollerle insanoğlunun yaşamının vazgeçilmez parçaları olarak hem bireysel hem de toplumsal kimliklerin inşa sürecinde rol almaktadır (Güleç, 2017: 35).

Binalar/yapılar, görünüşleri ile

- a. Ait olduğu çağı -Ortaçağ, Rönesans gibi-
- b. Dünya görüşünü/yaşam biçimini -İslam kültürü, Hint kültürü gibi-
- c. Yönetim şeklini/siyasi rejimi -totaliter düzen, demokratik düzen gibi-
- d. Ait oldukları toplumları -Osmanlı mimarisi, Japon mimarisi gibi-
- e. Sembolleri -Eiffel Kulesi (Paris), Sydney Opera Binası (Sydney) gibi-
- f. Tasarım ideolojisini/mimari akımı -Brütalist, Post Modernist gibi-
- g. Yaratıcılarının üsluplarını -Frank Owen Gehry, Tadao Ando gibi-
- h. Niteliği -özgün-sıradan, basit-abartılı gibi-
- ı. Duruş ifadesini -statik, dinamik gibi-
- i. Kullanım amacını -konut, müze gibi-
- j. Kişileri/olayları -Mısır piramitleri (firavunlar için), Bağdat Köşkü (IV. Murat'ın Bağdat seferi için) yansıtır (Şahin, 2010: 24).

İnsanoğlu tarihin ilk zamanlarından itibaren kendisine yaşamsal mekânlar oluşturmaya başlamıştır. Bugün yapılan arkeolojik kazılardan elde edilen bulgularla bu durum kanıtlanmıştır. Sadece bir mekân oluşturmakla kalmayıp bulunduğu alanı düzenleme ve geliştirme süreçlerini de yaşamıştır. İnsanın inşa ettiği bu yapılar onların yaşadıkları dünyayı nasıl anlamlandırdıklarını da bize göstermektedir. Doğal olarak insan yaşadığı çevreyle etkileşim halindedir ve bu etkileşim çevrede oluşturduğu mimari unsurlarda kendini göstermiştir.

c. Kentsel Açık Alanlar

Kent içinde meydanlar, yeşil alanlar, avlular, yaya bölgeleri vb. açık alanları oluşturmaktadır. Açık alanlar, kentin yaşandığı, kentin insanlarla iletişime en açık olduğu mekânlardır. Gerek mekânın genel kurgulanış biçimi gerekse bu mekânlarda kullanılan ögeler çeşitli mesajlarla kentlilere ulaşmakta ve kent kimliğini etkilemektedir (Kır, 2009: 24). Açık alanlar, insanlar arası ilişki ve bilgi alış-verişinin olduğu ve kent kültürünün gelişme gösterdiği alanlar olarak tanımlanabilir. Yeşil alanlar, özel bahçeler ve meydanlar açık alanları oluşturur. Kentler, topluma açık ve kişilere özel, yarı açık ve açık alanlardan oluşmaktadır (Can, 1999: 49). Kentte yaşayan insanlar, kültürlerini ve kimliksel özelliklerini kentteki sosyal hayatın tarzına göre biçimlendirmektedir.

Açık alanlar, değişik ağırlıklarda kullanılan mimari elemanlar ile peyzaj elemanlarının (her türlü yeşil ve su) kaynaştığı biçimsel yorumlardan oluşur ve bu yorumu oluşturan tüm elemanlar her kent için farklılık gösterir. Dolayısıyla bu farklılık kentin kimliğini etkileyen yapay çevre kimliği öğelerindendir (Şahin, 2010: 26). Açık alanlar, kent içinde bina kütleleriyle form kazanan yerlerdir. Çizgilerle çevresi sınırlandırılmış koridorlar şeklinde olacağı gibi(caddeler, sokaklar gibi); binalarla kuşatılmış, meydan şeklinde alanlar da vardır(alış-veriş merkezi alanları, üniversite meydanları gibi). Kent içindeki açık alanlar ise geniş amaçlı kullanıma sahiptir. Açık alanların görünüşleri binalardan daha çok yeşil alanlara karakterize edilmektedir (Çöl, 1998: 47).

Açık alanlar, içindeki diğer kullanım öğeleri olan yaya yolları, parklar, bahçeler vb. ile kentte yaşayan insanların birbirleriyle etkileşime geçtikleri mekânlardır. Bu mekânlardaki kullanılan gerek yapı malzemeleri gerekse alanların kurgulanış biçimi kent kimliğini etkileyen faktörlerdendir.

d. Meydanlar

Kent kimliğini önemli ölçüde etkileyen diğer bir öge kent meydanlarıdır. Meydanlar sadece fiziki yapılarıyla değil; işlevleri bakımından da kültürel ve politik anlamda da kent kimliğini etkilemektedir (Uçkaç, 2006: 26). Bir yerin mekân sayılabilmesi için sadece açık bir alan olmasının yeterli olmayacaktır. Onu çevreleyen yapılarla bir bütün oluşturması gerekir. Bu yüzden meydanlar insanların

kullandıkları, geçip gittikleri yerler olmaktan ziyade kentlilerin özel günlerde kültürel, politik, ticari faaliyetler için birlikte olabilecekleri kentsel odak noktaları olarak karşımıza çıkmalıdır (Can, 1999: 55). Kentte yaşayan insanların kültürel, dini, politik vb. sebeplerle bir alanda toplanma ihtiyaçları tarihin her döneminde var olmuştur. Meydanların şekillenmesinde fiziksel özelliklerinin dışında o şehirde yaşayanların sosyal ve kültürel özellikleri de etkilidir. Bu sebeple meydanlar, kent ve kent insanıyla bütünleşmiştir (Şahin, 2010: 27). Kentlerin meydanlarını, kentte yaşayan insanların kültür özelliklerinden ayrı düşünmemek gerekir.

Yapay çevre elemanlarından olan odak noktaları, insanları etkileme yönüyle ön plana çıkmaktadır. Bulunduğu kent mekânı içinde kent öğelerinden boyut, şekil, malzeme ve detay bakımından farklılık göstermektedir. Özellikle meydanlar, odak noktalarına verilecek en güzel örneklerden birisidir. Meydanlar zaman içinde insanlar için yer-yön bulma fonksiyonundan çok bir toplanma noktası durumuna gelerek sembolleşmişlerdir. Meydanların fiziksel yapıları ve fonksiyonları itibarıyla kent kimliğine katkıları ve etrafına yayılan etkileri açıkça görülmektedir (Özbey, 2020: 25). Bazı kentler, oluşturdukları meydanlarla bütünleşmiş, adeta onlarla anılır hale gelmiştir.

Özkan (2014: 22), kentteki odak noktalarının fiziksel olarak belirli bir forma bağlı olarak gelişme göstermediklerini; bir nokta eğer yoğun olarak kullanılıyorsa kent kimliği ve tarihi ile bütünleşebiliyorsa o odak noktasının kentin kimliğini etkilediğini belirtmektedir. Örneğin İstanbul'daki Taksim Meydanı, Ankara'daki Kızılay Meydanı artık kentin tarihi ve kimliği ile bütünleşmiştir.

Kentliler tarafından zaman içinde sezgilere dayanarak gelişmiş ve biçimlenmiş eski meydanlar, zengin bir toplumsal yaşamın varlığını kanıtlar. Alışveriş yapılan, kültürel faaliyetlerin izlendiği bu alanlar, kentlilerin yaşamlarını zenginleştirirken, ortak bir kimliği de oluşturmuştur (Soici ve Kılınçaslan, 2005: 98). Büyükşehirlerdeki meydanlara bakıldığında sosyal ve ticari hayatın canlılığı görülmektedir. Kentteki birçok sosyal ve kültürel etkinlikler bu meydanlarda ve meydan çevresinde gerçekleşmektedir. Kentlerin kimliğinin oluşumunda bu faktörler etkili olmaktadır.

Kentsel yerleşimlerin en dikkat çekici öğelerinden olan meydanlar, Paul Zucker'a (1959) göre kentsel peyzajda psikolojik duraklama mekânlarıdır. Meydanlar, yollar ile benzer formal özelliklerle tanımlanmakta olup, aralarındaki

fark yapıların meydanlar çevresinde süreklilik oluşturmalarıdır. Meydanların geniş yüzeylerini yapısal öğelerle parçalamak yerine, kentin fiziksel ve psikolojik odak noktası olan ana bina ya da binalarının ön plana çıkartacak gerekli perspektifin sağlanması gerekmektedir (Altuğ Turan, 2010: 13). Meydanlar, kentlerin ekonomik ve kültürel merkezi yerlerindendir. Kent kimliğini anlamak için, bu merkezlerdeki kültürel, sosyal ve ekonomik faaliyetlere bakmak yerinde olacaktır.

e. Sembol Olmuş Elemanlar

Sembol olmuş elemanlar; görsel olarak kolay fark edilen, gözlemciye kolay hatırlanabilmesi için bazı ipuçları veren, referans noktaları “*landmark*” (nirengi noktası) dır (Deniz, 2004: 36). Bir kenti veya bir bölgeyi simgeleyen, çevreden ayrıcalıklı bir duruma getiren işaretlerdir. Sembolik önemine rağmen, yapılış dönemi, boyutları onu iyi kimliklendirilmiş bir imaj haline getirebilir. Sembol olmuş elemanlar birçok bakış açısından görülebilir. Genellikle kesişim noktalarında yer alırlar. Yön ve mesafeleri göstermek için hareket noktası olarak alınabilirler. Eyfel Kulesi, Özgürlük Anıtı örnek olarak verilebilir (Kır, 2009: 25). Yapay çevre özelinde sembol olmuş elemanların birey üzerindeki etkisi; form üstünlüğüne bağlı tek olma özelliğinden ve tarihselliğinden kaynaklanmaktadır (Özdemir, 2016: 34). Bu elemanların taşıdıkları anlam ve özellikleri bakımından kent kimliği üzerinde etkisi vardır fakat yine de tek başlarına kentin kimliğini temsil etmezler (Şahin, 2010: 28). Sembolleşmiş elemanlar, tek başlarına ait oldukları kentin kimliğini oluşturmada yetersiz kalsalar da, akılda kalıcı ve dikkat çekici oluşları ile zaman içinde kentle uyumlarını sağlamaktadırlar. İzmir’de Saat Kulesi, İtalya’da Pisa Kulesi, Mısır’da Piramitler bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir (Özbey, 2020: 25). Uzun yıllar boyunca kentlerin, kendilerine yüklenen sembolleşmiş elemanlarla ifade edilmesi, kentlerin bu isimlerle anılmasına sebep olmuştur.

Lynch (2015:87), sembolleşmiş elemanların (işaret öğelerinin) kullanımını anlatırken fiziksel karakteristik olarak kolayca hatırlanan ve tek bir öğe olması üzerinde durmaktadır. Bu ögenin belirgin bir formu varsa, bu öğeler kolaylıkla tanımlanacak, daha çok akılda kalacak ve unutulmayacaktır.

Bir kentin kimliğinin tanımlanmasında etkili olan öğelerden olan sembolleşmiş elemanlar, kentlerin kimliklerinin nasıl tanımlanacağını bize

göstermektedir. Bu elemanların akılda kalıcı olması için herkes tarafından dikkat çekici özellikleri olan ögeler olmak zorundadır.

1.8.3. Psikolojik Kimlik

Toplum içindeki bireyin kimlik oluşumu ve gelişimi sadece bu toplum içindeki diğer bireylerle kurulan ilişkiler sonucu oluşan bir kimlik değildir. Aynı zamanda bireyin çevresinde bulunan nesnelerle, mekânlarla ve çevresiyle kurduğu ilişkilerin de bir sonucudur. Bireyin yaşadığı ve sahip olduğu bilinçli-bilinçsiz tüm algıları, bilgileri, deneyim ve birikimleri, düşünceleri, davranışları, gelecekle ilgili kaygıları ve beklentileri, ihtiyaçları ve isteklerinin yanında içinde bulunduğu toplumun inanç, gelenek, örf-adetleri ve toplumun beklentileri de bu kimlik oluşumunun içinde düşünülmelidir (İlgar, 2008: 13). Toplumdaki insanların birbirleri ile olan ilişkileri kent kimliğinin oluşumunda etkili olmaktadır.

İnsan, yaşadığı çevreyle sürekli bir etkileşim içerisinde. Çevre, tamamen onu etkisi altına almaz; fakat önemli ölçüde onu etkiler. İnsan, çevreyi seçici olarak kullanır ve kendi amaçları doğrultusunda değişiklik yapabilir. Başarılı bir kentsel çevre insanın psikolojisi üzerinde çok etkilidir. Bunun sonucunda çevre, insanın davranışlarını da olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedir. İyi bir çevre, sağlıklı bireylerin ve toplumların yetişmesini sağlar (Göncü, 2007: 91-92). Çevre ve insan ilişkileri başta sosyal psikoloji olmak üzere, sosyoloji, psikoloji, felsefe, mimarlık ve coğrafya gibi pek çok disiplin içinde çevre-davranış çalışmaları, insan-çevre ilişkileri, çevre psikolojisi, çevresel tasarım araştırmaları gibi pek çok başlık altında ele alınmaktadır. Toplumsal ilişki ağlarının, düşünsel ve kültürel imgelerin sahnesi olan kent, aynı zamanda yaşanan toplumsal süreçlerin de temel unsurlarından biridir. Bu yüzden, insanlığın tarihi veya dünya tarihi genellikle kentlerin ve kentsel yaşamın tarihi olarak kabul edilmekte ve çevre-insan ilişkileri kent ve kentsel mekânlar üzerinden incelenmektedir (Güleç Solak, 2017: 14).

Kentlerin tarihini, sosyolojisini, coğrafi yapısını, folklorik vb. özelliklerini incelemek için kentte yaşayan bireylerin ve toplumların sosyal ilişkilerini incelemek gerekli olmaktadır. Kentleri inşa eden insandır. Kent kimliklerini meydana getiren, insanların yaşama şekilleri, dünyayı anlamlandırma çabaları, çevreleri ile olan ilişkileridir.

1.9. Kent Kimliğini Belirleyen Kent İmgesi

1.9.1. Kent İmgesi Kavramı

Kent, çok çeşitli sınıf ve karaktere sahip milyonlarca insan tarafından algılanabilen bir nesne olmanın ötesinde, içinde yaşayan bireyler ve toplumlarca yapısı sürekli değişen ve gelişen bir yapı olarak var olmuştur. Genel hatlarıyla aynı kalsa da ayrıntıları sürekli değişim gösterir. Sanattan mimariye, müzikten edebiyata kadar birçok alanda değişim olmaktadır (Lynch, 2015: 2). İşte bu sabit kalan ana hatlar ve kentin değişen unsurları kentin imgesini oluşturmaktadır.

İmge, “*Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan hayali, benzeri*”dir (Büyük Türkçe Sözlük, 2019: 1182). İnsanlar, kentin içindeki sembolleri, yapıları kendilerince algılama yoluyla zihinlerinde tasarlarlar ve kodlarlar. Bu tasarlama algılama yoluyla olabileceği gibi “*Bir algıyı düşünmek, çağrıştırmak, bir şeyi imgelemde kurmak yoluyla da olabilir.*” (Cevizci, 1999: 462). Kent, çeşitli imgelerin sergilendiği, sunulduğu bir pazar olarak karşılık bulmaktadır. Aslında kentte yaşamak, imgenin kendisinde yaşamak ile aynı anlama gelmektedir (Tayanç, 2021: 21). Kent, “*akseden toplumsal/kültürel dünyanın, kendiliklerin/kişisel olana dair imgelerin/işaretlerin dünyası ve imgesel bir gösteri alanı*”dır (Aytaç, 2013: 147). Bundan ötürü kent, imgelerin toplanıldığı ve insanlara sunulduğu mekânlardır.

İnsanların çevre ile etkileşimi sonucunda imge ortaya çıkmaktadır. Çevrede olanları insan, algılama sonucunda seçer, bir araya getirir ve kontrol eder. Bu ilişkinin sonunda insan, duyu organlarıyla algıladığı nesneleri belleğinde imgelemektedir (Can, 1999: 33). Bu açıdan bakıldığında insan zihninin algıladıkları nesnelerin bellekte yer edinmesiyle imgeler ortaya çıkmaktadır.

Kent, “*içinde barındırdığı her türlü insan ve sunduğu dopdolu hayatla, romantik bir yerdir, sembolik ayrıntılarla doludur.*” (Lynch, 2015: 132). Bu sembolik ayrıntılar kentlerdeki caddeler, sokaklar, yollar, bölgeler, düğüm/odak noktaları ve işaret öğeleridir (Lynch, 2015: 51). İmge zihinde bir süreç içinde gelişen olgudur. İmgeleme olayı ise insanın beş duyusu ile gerçekleşir. İmgeleme, insanın yaratıcı gücünün yanında değişik etkileşimlerle olmaktadır. Zihinsel kalıtım yolu ile

elde edilen imgede; psikolojik, kültürel, sosyo-ekonomik etmenlerle beş duyu ile algılanan bilgi birikiminin, deneyimin kişinin belleğinde bıraktığı izlerdir. Kent imgesi ise kentin gözlemci üzerinde bıraktığı izlenimlerdir. Bu izlenimlerin bütünü kent imgesini ortaya çıkarmaktadır (Can, 1999: 33-34). Kentin içerisindeki imge bileşenleri bireyin üzerinde oluşturduğu etkilerle kent imgesini meydana getirmektedir.

Kentin içerisindeki mekânlar, kentte yaşayan bireylerin ortak bir şekilde oluşturduğu geleneklerden ve kültürden etkilenmektedir. Her kültürel uzantı, kentteki mekânları algılamamıza, anlamamıza yardımcı olmaktadır. Mekân kullanımında fiziksel çevre, içinde yaşayanların değerlerini, yargılarını, hayat görüşlerini ileten bir ortamdır. İçinde barındırdığı anlamları kapsayan simgeleri kullanan mimari dil, gücünü gelenek ve kültürden alır (Erdönmez ve Akı, 2005: 69). Toplumun uzun bir süreçte oluşturmuş olduğu kültürel yapı, kentin mimarisinin biçimlenmesinde etkili olmaktadır.

Kentsel mekândaki sembolik işaretlerin, göstergelerin kullanılması, tüm kentin oluşum sistemini bir sembol üzerine oturtmak ve kentsel mekândaki bazı öğelerin kendiliğinden veya bilinçli bir biçimde tasarlanarak dikkat çeken öge konumuna getirilmesiyle iki şekilde gerçekleşmektedir (Özalp, 2008: 41). Herkes tarafından dikkat çeken öğelerin varlığıyla kentler, yapısal kimliklerini oluşturmaktadır.

İmgenin yapı, kimlik ve anlam olmak üzere üç ayrı bileşeni vardır. Bu bileşenler ayrı ele alınsa da aslında bir arada bulunurlar. İşlenebilir imge öncelikle bir nesnenin tanımlanmasını, böylelikle diğer şeylerden ayrıştırılmasını ve bir varlık olarak kabul edilmesini gerektirir. Bu da kimliğini ortaya koyar. Başka bir şeyle eşdeğer olması anlamında değildir bu, tekliğini veya tekilliğini ifade eder. Başka bir açıdan imge, nesnenin gözlemciyle ve diğer nesnelerle uzamsal veya dokusal ilişkisini içermelidir. Son olarak da gözlemci için uygulama açısından veya duygusal olarak bir anlam içermelidir (Lynch, 2015: 8-9). Kentteki nesnelerin var olması, tanımlanması ve anlamlandırılması kent kimliğini ortaya koymaktadır.

İmgeye gözlemciye hayal ettirdiği, hissettirdiği anlamının dışında fiziki bir açıdan bakıldığında tek başına mimari bir yapı veya nesne olmanın dışında pek bir şey ifade etmediği ortadadır. Bu noktada imge sessizdir. Fakat imgeyi icat eden, adlandıran, yorumlayan, açıklayan kısaca imgeye bakanlar yani kentliler/kente

uğrayanlardır. İmgenin sesi olanlar, kentte yaşayanlardır. Yani imgeyi icat eden kentlilerdir. Kentli olmadığı takdirde imge, tek başına mimari bir yapı veya tarihi bir nesne olmaktadır. Bu açıdan imgeye; hislerin, düşüncelerin ya da toplumsal olguların nesneleşmiş hali olarak bakmak mümkün olacaktır (Tayanç, 2021: 24). Bu durumda imgeye anlam yükleyenler kentliler/kentte yaşayanlar sayesinde olmaktadır. Kentte yaşayan toplumların bakış açılarını, o kentin tarihi süreç içerisinde geçirdiği olaylar ve kentlilerin olayları yorumlama biçimleri oluşturmaktadır.

Kent imgesini veren diğer bir uyaran mekânların fiziksel özelliklerinin yanı sıra içindeki bölgeler ve simgesellikleridir. Bu durum, ilahi veya dünyevi simgelerle sağlanabilir. Simgelerin bazıları toplumsal anlamlar taşıırken bazıları da bireysel veya bireyler arası ilişkileri ifade edebilir. Çünkü mekânların, bir simgesel dili vardır (Erdönmez ve Akı, 2005: 76). Kentteki simgelere yüklenen anlamlar, kent imgesini oluşturmaktadır. Kentteki işaretler, sembolik anlam taşıyabilir. Bu anlam kimi zaman manevi kimi zaman ise günümüz dünyasına ait simgeler olabilir. Önemli olan kentlilerin bu simgelere hangi anlamları yükledikleri olmaktadır.

Bazı semboller/simgeler anlaşılır ve geneldir. Bu semboller dünyada yaygındır ve kültürler arasında ortak duygulara hitap eder. Bunlar, insanlığın ortak deneyimlerini vurgulayarak paylaşım için adeta onları davet ederler. Bazı semboller ise anlaşılmazdır ve anlaşılması için bazı kültürel ipuçlarına ihtiyaç vardır. Şehrin ortasında yükselen bir kule sadece görsel bir yapı ifade ederken onun tarihini bilmek birey için farklı anlamlar içerebilir (Başkaya, 2001: 67). Örnek verilecek olursa Anadolu'nun birçok kentindeki Selçuklulardan kalma kubbe mimarisi Anadolu insanı için uhrevi anlamlar taşıırken yurt dışından gelen misafirler için farklı anlamlar taşıyabilir.

Kentlerdeki logolar veya amblemler, kentin kültürel ve tarihi imgelerini yansıtma bakımından önemlidir. Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında kentlerdeki üniversitelerin amblemleri ile kentin imgeleri arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. Örneğin Batman'daki üniversite için hazırlanan logo, şehrin kimliğini yansıtmadığı düşünülerek Batmanlılar tarafından tepki ile karşılanmıştır. Bir başka örnek Akdeniz Üniversitesinin logosunun oluşturulması amacıyla “*Akdeniz Üniversitesi Yeni Kurumsal Logosunu Arıyor.*” başlıklı bir yazı yayımlanmış, kentin logosunun kenti simgelemesi gerektiği ve kentin bir sanayi merkezi olduğunun da logoda sembolize edilmesinin gerekliliği üzerinde durulmuştur (Çakır, 2013: 54). Bu

araştırmadan hareketle kentin kimliğinin sembollere yansıdığını görmek mümkündür.

Kevin Lynch, imgenin özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

a. Grup iletişimini olanaklı kılan kolektif hafıza ve semboller için ham malzemeler sağlamalıdır.

b. İyi bir çevresel imge aynı zamanda duygusal olarak güven de sağlamalıdır.

c. İmgeler, yön bulmaya yardımcı olan göstergelerdir.

d. Toplumu bir araya getirmeli ve birbiriyle iletişim kurmalarını sağlamalıdır.

e. İmgeler, yeterli olmalı, bir doğruyu içermeli ve bireyin çevresiyle ilişki kurmasını sağlamalıdır.

f. Toplumsal ve bireysel belleğe hizmet etmeli, hatıraları ve idealleri saklamalıdır (Akt. Tayanç, 2021: 25). İmgeler, topluma yansıttığı mesajlar itibarıyla genel olmalıdır. Yani o imgenin ne anlam ifade ettiğini toplumun çoğunluğu anlamalıdır. Toplumsal hafızada yer eden kent imgeleri, kalıcı olmakta ve kültürel faaliyetlerle kentin genç kuşaklarına aktarılmaktadır.

İmge, kentin ana yapılarını içermektedir. Kentsel mekân denildiğinde akla ilk gelen kahvehaneler, yollar, sokaklar, caddeler, alışveriş merkezleri, sinemalar, tiyatrolar, konser salonları, sosyal kulüpler, kafeler, restoranlar, oteller, üniversiteler vb. yerler olmaktadır. Bu mekânlar, kentin kültürel parçalarının olmazsa olmazlarıdır. Bu mekânlar;

“kentin soluklandığı, nefes aldığı, insanların buluştukları/toplaştıkları, ortak yaşamışlıklar, hatıralar ve izler bıraktıkları yerler olarak, aynı zamanda kentlilerin mekân üzerindeki bireyselliklerine, kendilik yüklü özel tarihlerinin inşasına kültürel bir arka plan oluştururlar. Taşıdıkları fiziki ve sosyal özellikleri itibarıyla de, kentlerin tarihleri, silüetleri ve kimliklerinin inşasına önemli girdiler sağlarlar.” (Aytaç, 2013: 139).

Her kentin sembollerinde farklı imgeler oluşmaktadır. Bu farklılık, kent insanının deneyimleri, inançları, gelenekleri, yaşam tarzları vb. özelliklerle ilişkilidir. Bundan dolayı kentin ve içindeki sembollerin tarihini, kentlilerin o sembollere hangi imgeleri yüklediklerini bilmek gerekmektedir.

1.9.2. Kent İmgesinin Birey ve Toplum Üzerindeki Etkisi

Her kent imgesi, kentliler tarafından belli amaç doğrultusunda meydana getirilmişlerdir. Kente yeni bir imaj kazandırmakta ya da var olan düşüncenin

devamını sağlamaktadır. Althusser, bir devletin sahip olduğu ideolojiyi topluma kabul ettirmek için kendine göre bir yol oluşturduğunu dile getirmektedir. İmgeler, devletin ideolojik aygıtlarından birisidir. Bu durum şöyle açıklanabilir: Siyasal aygıt, bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurmak için mücadele ederken seçim, propaganda, vaat gibi yolları kullanarak bunu yapmaya çalışır. Kültürel ideolojik aygıt ise topluma bunu, imge üzerinden yapmaya çalışır. Kent imgesi, devletin egemen ideolojik aygıtı rolünü üstlenmektedir ve kentteki bireyleri ve toplumu devletin ideolojisine göre şekillendirmektedir. Kentsel imge insan davranışları üzerinde etkili olmaktadır (Akt. Tayanç, 2021: 69-70). Devletler kültürel ideoloji ile resmi bir kent imgesi oluşturabilir. Yani devletler, toplumları yönetirken kullanacağı bir yöntem de kent imgeleri aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Kent imgeleri, uzun zaman aralığında kentte yaşayan insanların duygularını, fikirlerini, düşüncelerini etkilemektedir. Bundan dolayı kent imgelerinin, toplum üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Her kentin kendine özgü bir mimari yapısı vardır. Bu yapı şehrin ana hatlarını oluşturan caddelerinden, sokaklarından vs. resmi yapılarına kadar görmek mümkündür. Bu yapılar, aynı zamanda şehirde yaşayan insanların davranışlarına da yansımaktadır (Beyazıt ve Güneş, 2017: 327). Bir kentte yaşayan insanlar, o kentteki yerleşim yerlerinde ve sokaklarda, caddelerde, parklarda ya da sosyal hayatın paylaşıldığı sinemalarda, tiyatrolarda, konser alanlarında vd. mekânlarda birbirleriyle etkileşime geçmektedir. Bu alanlarda iki unsur ortaya çıkmaktadır: İlk olarak sanatsal tasarılar diğeri ise bu tasarıların bireyler tarafından algılanış biçimidir. Bu bakımdan bu mekânlara yüklenecek sanatsal anlamlar toplumda bireyler arasındaki iletişimin en önemli unsurları olmaktadır (Yalçın, 2012: 1). Kentteki imgelerin ortaya çıkması, ancak sosyal hayat içerisinde gerçekleşmektedir. Bazı kentler, sanatsal yönleriyle ön plana çıkmakta ve bireylerin/toplumların hafızalarında öne çıkan sanatsal imgelerle yer edinmektedir.

İnsanların normal günlük gerçekleştirdiği rutinlerinde ya da dönemsel şenliklerinde (festival, bayram gibi) fonksiyonel ve törensel aktivitelerini gerçekleştirdikleri, toplumsal etkileşime geçtikleri yerler, kentin kamusal alanlarıdır. Kamusal alan; şehrin sokaklarından meydanlara, caddelerinden parklarına kadar uzanır. Buralarda toplumun üyeleri olan bireyler iletişime geçerek sosyal ortamlar

oluştururlar (Erdönmez ve Akı, 2005: 71). Kentlerdeki mimari unsurlar, kentin kimliğini; bu kimlik de kentteki insanların davranışlarını etkilemektedir.

Kendi ölçeğinde kentli insanlar için işlevsel bir geniş görüşlülük üzerinden varlığını kurumsallaştıran her kentsel mekân, kentli insanların katıldıkları/göründükleri ilişki ve etkileşim ağlarına yaslanır. Fiziki mimarileri, taşıdıkları kültür ve kimlik öğeleri, karşıladıkları sosyal/kişisel tatmin olanakları itibariyle kente derinlik katarlar, kentin ve kentliliğin mekânsal yeniden üretiminin aracı formları olarak fonksiyon icra ederler. Kamusal alanlar, kent yaşamını kolaylaştırmaları, kentlilere konaklama, yeme-içme, eğlenme, vakit geçirme, statü/itibar sunma gibi çoklu imkânlar sunmalarından dolayı, geniş kitlelerin yoğun ilgisini çekerler (Aytaç, 2017: 10). Kent mimarisi sadece kentin imgesi/imajı üzerinde etkili olmayıp bireylerin davranışları ve kentin fiziksel çevresinin oluşmasında da etkili olmaktadır. Kentliler için, kentteki mimari yapılar taşıdıkları anlamlarla ayrı bir değer ifade etmektedir.

Kent imgelerinin bireyler üzerindeki bir diğer etkisi de kentte yaşayan bireylerin hayata bağlanmalarını sağlamasıdır. Kentteki mekânlar sayesinde kentli insan, kent mekânlarıyla aidiyet, bağlılık gibi ilişkiler kurar. Gittiği bir kafe, bir kuaför salonu, yemek-içmek için müdavimi olduğu restoranlar, dolaşmak, hava almak için bulunduğu parklar/çay bahçeleri, alışveriş yapmak/eğlenmek için gittiği alışveriş merkezleri, oyunları/filmleri izlemek için bulunduğu sinemalar/tiyatrolar vs. kentli yaşamdan bir kesiti, kent insanının gündelik alışkanlıklarını oluşturur. Bu mekânlar yoluyla kentli insanlar, hayata tutunur, aidiyet, bağlanma, kimlik, özdeşlik ilişkisi kurarlar. Kimi zaman zevk almak, eğlenmek, sosyal aidiyet kurmak için kimi zamanda yaşamsal zorluklardan kaçmak adına bu mekânlarda bulunurlar (Aytaç, 2007: 203). Sosyal hayatın içerisinde etkinliklerle, törenlerle ya da gündelik alışkanlıklarla kendini ifade eden kent insanı, kentteki gittiği mekânlarla dinlenir, eğlenir. Böylece anlam yüklü kent mekânları, kent insanları için farklı değerler taşır.

Toplumsal tecrübeler için ortak bir birliktelik sunmanın yanında mekân, taşıdığı kültürel derinlik, ahlaki sınır, toplumsal cinsiyetçi hadler, sosyo-ekonomik bağlam, politik iklim vs. itibariyle de içinde yaşayan insanları yeniden kurar, onlara yeni bakma biçimleri ve yorumlama perspektifi kazandırır. Mekânsal hava üzerinden politik duruş netleşir, ortak eylemlilik, yersel yargılar, önyargılar ya da söylem/dil

inşa olur (Aytaç, 2013: 140-141). Kent mekânları ve insanların bu mekânlarla kurduğu ilişkiler, toplumsal bir kültür ve bu kültür anlayışı da kent kimliğini oluşturmaktadır.

Kent insanı için farklı anlamlar taşıyan kent mekânları, eski dönemlerden günümüze kadar geçirdiği olaylar ve durumlar ile imge yüklüdürler. Kültürel aktarımla birlikte imge yüklü bu mekânlar, taşıdıkları anlamları gelecek kuşaklara aktarmışlardır. Tarihten gelen bu birikim, her dönem o kentte yaşayanlar için bir değer ifade etmektedir.

Kent imgeleri, bireylerin toplumsallaşma sürecinde önemli rol oynarlar. Bu imgelerin üzerinde düşünülmeden kabul edilen varlığı, az çok istikrarlı bir günlük ilişki ağı içinde, öğrenilen toplumsal norm ve rollerin devamını sağlar (Mai, 2010: 107). Kentli, yaşadığı kenti kendi algılamasına göre idrak eder, yorumlar ve imgelere bir anlam verir. Böylece kentli, kenti istediği şekilde görür ve kentte geçirdiği süre artar. Kentlilerin, kentsel açık mekânlarda geçirdikleri süre ne kadar çok olursa, diğer kentlilerle karşılaşma olasılığı o kadar artacaktır. Bu durumda kutlamalar, eylemler, konserler, gösteriler ve pasif iletişim denilen hareketlerle gerçekleşecektir. Bu ortamlarda vakit geçirdikçe diğer insanları izlemek, onlardan etkilenmek insanları olumlu yönde daha fazla etkileyecektir. Böylece bir kentli kimliği oluşacaktır (Özdemir, 2009: 145). Kentli insan, sosyal hayatın içerisinde bulunduğu sürede kent mekânlarıyla kendisi arasında bir ilişki kuracak, imge yüklü kentsel mekânlarla bütünleşecek ve ortaya bir kent kimliği çıkacaktır.

Kentsel mekânların birey ve toplum üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu varsayan araştırmacılar da bulunmaktadır. Fakat bir bütün olarak bakıldığında kent imgelerinin birey ve toplum üzerinde olumlu etkiler oluşturduğunu söylemek mümkündür. Kent kimliğinin oluşumunda kent imgelerinin önemli rolü vardır.

1.9.3. Kent İmgesi ve Kentsel Hafıza

Bireylerin veya toplumların hafızaları olduğu gibi kentlerin de hafızaları vardır. Kentler de hafızalarında yaşanmışlıklarını/tecrübelerini saklı tutmaktadır. Yani yaşanan savaşlar, kahramanlıklar, doğal afetler her zaman kentin ve kentlinin hafızasında saklı bulunmaktadır (Tayanç, 2021: 93). Kentteki her bireyin kentin bazı kısımlarıyla uzun bir münasebeti olmuştur ve ona ilişkin kendi imgesi hatıra ve

anlamlarla yüklüdür (Lynch, 2015: 1). Kentteki yaşanmışlıklar, kent imgeleriyle bütünleşmiş ve kentli için görünür hale gelmiştir.

Kent içerisinde akıp giden ilişkilerin yere ve zamana aidiyetle sonuçlanan kültürel izleri ve işaretleri, kentlerin bellek ve hafızalarının oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Kent mekânlarının tarihsel ve toplumsal arkeolojisi, bu mekânların farklı yüzlerinin, renklerinin, görünümünün ve derinliklerinin olduğunu göstermektedir. Kentlerdeki her ögenin birbirinden farklı bir öyküsü vardır. Bu mekânlardaki ilişkilerin niteliği, tonu, hayatın nasıl yaşandığını ifade etmektedir (Aytaç, 2013: 139-140). Kentte yaşayan toplumların tarihi süreçte yaşadıkları olayları bilmek günümüzde yaşayan kent insanının oluşturduğu kent imgesini anlamda bir ipucu vermektedir.

Kentlerin şekillenmesinde kentsel hafızadan önce bireysel hafızadan yararlanılmaktadır. Çünkü bireysel hafızada yer alan kentsel ögeler/yaşanmışlıklar kentsel hafızayı daha net gösterebilmektedir (Tayanç, 2021: 94). Bir kentteki görünen tarihsel mimari yapılar toplum gözünde bir değer ifade etmektedir. Bu yapıları değerli kılan kent insanının onlara yüklediği anlamlardır. Bu durum, kentli ile kent yapıları arasında bir bağ oluştuğunu bize göstermektedir.

Kent imgesinin ortaya çıkışında toplumsal hafızanın önemli bir rolü vardır. Kent belleğinden hareketle birçok kent imgesi oluşturularak otobüslerin unvan ve görsellerinde (logo, vd.) etkili bir şekilde kullanılabilir. Böylelikle “*gezgin imgelere*” dönüştürülen yöresel değerlere ulusal ve kültürel ölçekte görünürlük ve farkındalık kazandırılmaktadır (Özdemir, 2011: 51). Kentler, öncelikle belleğinde yer alan kavramları tanımlamak zorundadır. Kentler benimsemiş olduğu vatanseverlik, kahramanlık, zafer, bağımsızlık, adalet, barış gibi kavramların açıklanması ve bu kavramların kentte yaşayan toplum için ne ifade ettiği üzerinde durulmalıdır. Kamusal alanda ifadesini bularak toplum yaşamında varlığını devam ettirmesi istenen bu kavramlar, öncelikle toplumun benimseyeceği, aitlik hissedeceği imgelere dönüştürülerek algılanabilir ve fark edilebilir hale gelmektedir. Daha sonra mimari ya da mekânsal pratikler yoluyla somutlaştırılan bu imgeler, kamusal alanda kendine yer bulabilmekte ve yoğunlaşabilmektedir (bayrak, tören, anıt, festival vs. gibi) (Tayanç, 2021: 95). Kent imgelerini hatırlatıcı görevi olan bu simgeler aracılığıyla kent insanı, kent mekânlarını algılayabilmektedir.

Kentsel mekânlar, bireylerin ve toplumların onlara yükledikleri anlamlarla birer kent imgesine dönüşebilmektedir. Bu dönüşümü sağlayacak olan etmenler bellek, anlamlandırma ve hatırlamadır. Bunlar sayesinde mekânlar; imgeye dönüşmektedir ve toplumlar imgeleştirdikleri nesneleri yaşamlarında yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar.



İKİNCİ BÖLÜM

YAPILI ÇEVRESEL KİMLİK OLARAK GELENEKSEL ÇARŞILAR

2.1. Çarşı Kelimesinin Kökeni

Çarşı kelimesinin kökeni, Farsça “*cahar*” ve “*su*” (taraf, sokak) sözcükleridir. “*Dört sokak*” anlamında kullanılmış olan çarşı, alışveriş yapılan dükkânların olduğu yer demektir (Küçükkömürcü, 2005: 11). Çarşı, Türkçe Sözlükte “*Dükkânların bulunduğu alışveriş yeri*” olarak kullanılmaktadır (Türkçe Sözlük, 2019: 500-501). M. Cezar, çarşı kelimesinin Türkçe olduğunu ve hiçbir dilden geçme olmadığını ve ticaret yerini ifade etmek için kullanıldığını söylemektedir. Cezar’a göre bu kelimenin aslı, Farsçalaştırılan “*Çar-su*” kelimesi değil aksine aslı Türkçe olan “*çarşu*”dan gelmektedir. Çarşu kelimesi dört taraf anlamına gelmektedir (Torun, 2020: 30). Farsçada üstü kapalı alışveriş yerlerine “*bazar*” denildiği ve bu ifadenin Batı dillerine bu şekilde geçtiği, daha sonra ise bu kelimenin yerini çarşı kelimesine bıraktığı bilinmektedir (Tokol, 1996: 24). Pazar sözcüğü, anlam genişlemesiyle şehrin bir plana göre düzenlenmiş geleneksel iş bölgesini veya caddesini/sokağını yahut bunun belli meslek erbabınca işletilen dükkânlar kümesinin oluşturduğu kesimini ifade eder. Haftanın alışveriş maksadıyla toplanılması âdet olan gününe de pazar adı verilir. Fakat pazar ile çarşı kelimelerinin ifade ettikleri anlam farklıdır. Pazarlar; haftanın belirli günlerinde farklı semtlerde veya bölgelerde kurulan alışveriş yerleridir. Çarşı ise alışveriş eyleminin sürekli yapıldığı yerdir (Kallek, 2007: 194). Çarşı yerleri sabit olup genellikle şehrin merkezi konumundaki ulu camiye yakın yerde konuşlanmaktadır. Bu yönüyle pazarlar çarşı yerine kullanılan bir kelime değil, var olan dükkânlar dışında kullanılan bir ticaret alanını ifade etmektedir (Torun, 2020: 31). Çarşı kelimesinin kökeni konusunda araştırmacılar arasında bir ayrılık söz konusudur. Ayrıca pazar kelimesi, bir dönem çarşı yerine kullanılmıştır. Fakat çarşı ile pazar kelimeleri belli bir dönem bir birinin yerine kullanılmasına rağmen aynı anlamları ifade etmemektedir.

Arasta kelimesinin çarşı kelimesinin yerine kullanıldığı zamanlar olmuştur (Eyice, 1992: 303). Arasten kelimesi “*tanzim etmek, sıraya koymak, çekidüzen vermek*” anlamlarına gelmektedir (Çam, 1991: 335). Arastalar, üstü kapalı veya açık olarak genelde tek seferde inşa edilen ticaret yapılarıdır (Topçu, 2011: 61). Çarşılar, arasta aracılığıyla bir bütün oluşturmaktadır. Arastalar ana ve ara yol olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Ara arastalar genel ve günlük kullanılan malların satıldığı, ana arastalar ise belirli grup mallarının satıldığı bölümleri içermektedir. Arastalar genelde tuğla, ahşap ve taş malzemelerinden yapılmıştır (Dehkhoda, 2011: 14). XIII. yüzyılın ilk yarısından sonra iç kale çevresinde surların dışında “*at pazarı, saman pazarı*” gibi pazar yerlerinin olduğu bilinmektedir. Çarşılar ise kentlerde genelde tek olmaktadır (Kejanlı, 2010: 290). Bugün de kentlerdeki mimari unsurlara baktığımızda genelde çarşıların tek, pazar yerlerinin farklı isimlerle ve farklı semtlerde kurulduğu görülmektedir.

2.2. Çarşının Tarihsel Gelişimi

Yapılan arkeolojik çalışmalar, eski çağlarda Mısır, Mezopotamya ve İndus vadilerinde bir tarım topluluğundan kent toplumuna geçildiğini göstermektedir (Huot, vd., 2000: 38). Mezopotamya bölgesindeki Susa ve Uruk kentleri, MÖ 4 bin yılının başlarından beri yerleşim yeri olma özelliği taşımaktadır. Bu kentler, ticari ve idari faaliyetlerin merkezi olmaktaydılar (Huot, vd., 2000: 43). Mısır topraklarında kentlerdeki ilk alışveriş etkinliklerinin tapınakların çevresindeki açık mekânlarda yapılmaktadır. Alışveriş sokağı görüntüsü de yine bu dönemde oluşmaktadır. İlk planlı alışveriş etkinlikleri, alışverişin bir mimari biçim olarak kentin ayrılmaz bir parçası haline gelmesi ise, Antik Yunan-Helenistik dönem ve Roma dönemlerine rastlamaktadır. Antik Yunan-Helenistik dönemde ticaret, kent merkezinde yer alan ve toplum yaşamının çekirdeğini oluşturan “*Agora*”lar (pazar meydanları) içinde yürütülmektedir. Başlangıçta ev ve dükkânlarla tanımlı olan Agora, MÖ III. yy’dan itibaren mallarını satan zanaatkârlara barınaklık yapan, bir kenarı sütun dizileriyle oluşmuş uzun pazar holleri –Stoa- ile tanımlanmaktadır. Agora, çoğu zaman bir tarafından kentin ana caddelerinden birisi ile diğer üç tarafından ise stoalar ile sınırlanmaktadır (Topçu, 2011: 32-33). Agora genellikle halkın yaşadığı alanı da ifade etmektedir. Antik Yunan’da, yöneticilerin yaşadığı yüksek mevkilerdeki

korunaklı alana “Akropol” denilmiştir (Torun, 2020: 32). Antik Çağ’da şehrin aşağı kısmının merkezine agora denilmiştir (Tokol, 1996: 7). MÖ VII. yüzyılda, Yunancada “*insanların bir araya gelmelerini, toplanmalarını*” ifade etmek için kullanılan “agora” kelimesi, uygarlığın gelişmesiyle daha sonraki yüzyılda, “pazaryeri” anlamında kullanılmaya başlamıştır. Pazar alanları ve toplanma mekânları olarak önemi gittikçe artmış ve zaman içinde sosyal, ekonomik, politik ve hatta dinsel öğelerinin birbiri ile iç içe geçtiği kentsel bir mekâna dönüşerek yüzyıllar boyunca kent morfolojisi içindeki önemini korumuştur (Topçu, 2011: 33). Agoralara örnek olarak Atina, Milet, Efes, Bergama ve Asos agoraları verilebilir (Gürz, 2014: 10). Tarihi süreçte Bizans çarşı yapısında görülen agoralar, çarşı görevini üstlenen ticari mekânlar olmuştur.

Orta Çağ Avrupası’nda görülen alışveriş etkinlikleri ise, daha çok katedraller çevresinde görülen gezici panayırlar aracılığıyla plansız olarak gerçekleştirilmiştir. Süreç içinde, özellikle 1890’lı yıllardan I. Dünya Savaşı’nın başladığı 1914’e kadar Paris, Berlin, Londra, Chicago ve New York gibi şehirler ulaşım ağlarını geliştirmişler ve mekânsal olarak tüketime daha içkin hale gelmişlerdir. Yeniden tasarlanıp bir bulvarlar şehri haline gelen Paris’te bulvarlar, ışıklı ve gösterişli vitrinleriyle Parislilerin giysilerini sergileyip, buralardan alışveriş yapabilecekleri tüketim mekânları haline gelmiştir (Batı, 2007: 3). Orta Çağ Avrupası’ndaki ticari faaliyetler, düzensiz panayırlar aracılığıyla gerçekleşmiştir.

Roma Dönemi’nde Antik Yunan Agoralarıyla benzerlik gösteren formlar genellikle pazar yeri, dini konuşmaların yapıldığı, halkın bir araya geldiği ve politikacıların konuşma yaptığı bir merkez yeri olarak kullanılmıştır. MS II. yüzyılda Yunanlı Mimar Apolloderorus’un İmparator Trojan için inşa ettiği formlara bitişik alışveriş mekânları ile birlikte, çevresi kapalı çok katlı binalarla beraber inşa edilen çok sayıda dükkânlar yapılmıştır (Torun, 2020: 34). Romalılar, agoralara benzer yapıları ticari faaliyetlerin dışında kültürel ve dini etkinliklerde kullanmış olup daha sonraları bu mekânları, alışveriş faaliyetlerinde kullanmışlardır.

Batı kentleri Ortaçağını yaşarken, Anadolu ve Ortadoğu, “*Asur Ticaret kolonileri döneminden*” bu yana, ticaretin merkezinde yer almıştır. Bu dönemlerde Asya-Türk devletlerinin Doğu-Batı ticaretini organize etmeleri, kervanlarla yapılan yerleşik olmayan ticaret söz konusudur. Ticaretin yapıldığı, pazar yerlerinin bulunduğu alanlara bu dönemde “*Rabad*” denilmektedir. Kentin esasını oluşturan

Şehristana yakın konumda yer alan Rabad (pazar yeri ve çarşı kesimi), İslamiyet'in tam olarak yerleşmesiyle Şehristana (kent merkez) kaymıştır (Topçu, 2011: 37). Türk-İslam geleneğiyle Anadolu'da çarşılar, kentlerin merkezlerinde bir cami etrafında şekillenmiştir.

2.3. Türk-İslam Şehir Geleneğinde Çarşı

H. Peygamber'in Medine'ye göç etmesi ile birlikte Medine'deki hayat tamamen değişmiş ve Medine bir İslam şehir modeli olmuştur. Bu model; değişik coğrafyalarda, kültürlerde, iklimlerde belli hakikatler ve İslami idealler çerçevesinde yeniden inşa edilmesinin, yaygınlaşmasının, zamanla yenilenmesinin yolunu açmıştır. Mescid yahut cami İslam şehrinin en önemli ayırıcı vasıflarından biri haline gelmiştir. İslam şehrinin bir cami ve mescid etrafında, onu merkeze alarak belli ilişkiler kurması, toplumsal hayatı inşa etmesi ayırıcı bir nitelik olmuştur (Alver, 2015: 35). Bu bütün İslam şehirlerinde, ticaret bölgelerinin yer ve organizasyonları aynı düzende olduğun anlamına gelmez. Mesela İran ve Türkistan'da, göçebelerle yapılan ticaret, şehirlerin fiziksel biçimini etkilemiş ve çoğu İslam şehirlerinde şehrin merkezi cami ve çarşının bağlantısı planlanmış bir düzen içinde olamamıştır. Şehrin merkezine yerleşen Cuma Camisi, kendisine bağlı olan pazar yeri ile beraber, şehrin simgesi gibi kabul edilmiştir. Çarşının bir yerleşme merkezinde olması ve ibadet mekânı ile fiziksel düzen içerisinde amaçlı bir şekilde bir araya getirilmiş olması Arap ülkelerindeki şehirlerde özellikle Suriye ve Mısır'da, Roma devrinin katedral ve çarşı iç içeliğinin bir etkisi olabilir (Yaşar, 2021: 40). Çarşıların bir ibadet merkezinin çevresinde oluşması sadece İslam kentlerinde değil; birçok medeniyette var olmuş bir gelenek olarak süregelmiştir.

H. Ömer devrinde Irak ve Mısır'ın fethinden sonra yeni kurulacak Basra, Kûfe ve Fustat gibi garnizon şehirleri için seçilen bölgelerin merkezinde cami ve genellikle pazara mahsus bir yer belirlendikten sonra çevresi parsellenerek yapılaşmaya açılmıştı. Ortadaki alanın etrafı da hendekle çevrilmişti. Bu şehirlerden Basra, Utbe b. Gazvân tarafından askerî üs olarak kurulduğunda önce cami yeri belirlenmiş, ancak bir pazar alanı tahsis edilmemişti. Daha sonra Muâviye'nin Basra valisi Abdullah b. Âmir, Ümmü Abdullah Kanalı'nın kenarındaki bazı evleri satın alıp yıktırarak yeni bir pazar yeri açtırmıştı. Burası daha sonra onun adıyla (Sûku Abdillâh) anılmıştır (Kallek, 2007: 206-208). Namazın cemaatle kılınması, özellikle

Cuma ve Bayram namazlarını cemaatle kılınması cami gibi bir kurumu ve mekânı gerekli kılmaktadır. Böylece namaz, İslam şehrinin şekillenmesinde temel bir ibadet olarak karşılık bulmaktadır. Namazın kılınabilmesi için gerekli olan bazı koşullar İslam şehirlerinin yapısını büyük ölçüde etkilemiştir. Müslümanların belli vakitlerde bir araya gelmesini, karşılaşmasını, selamlaşmasını, sohbet etmesini, sosyal ilişkiler kurup geliştirmesini sağlayan mescid ve cami; dini, toplumsal ve siyasal bir alan olarak varlık kazanır (Alver, 2015: 36). İslam toplumlarında cami, sosyal hayatın devam ettiğini gösteren önemli bir kent imgesi olmuştur. İslam'ın ilk yıllarından itibaren camiler, Müslümanların sadece ibadet ettikleri bir yer olarak kalmayıp toplumsal hayatın merkezinde olan canlı bir mekân olarak yer etmiş kent yapılarındandır.

Fâtımîler döneminde Mısır, Abbasî hilâfetinin merkezi Bağdat'taki siyasî istikrarsızlık sebebiyle ticarî açıdan önem kazanmış, Irak ve Körfez bölgelerinden yapılan göçler neticesinde Fustat ve İskenderiye gibi şehirlerin nüfusu artmıştı. IV. (X.) yüzyıl sonlarında Fustat'ı ziyaret eden Makdisî, Amr b. Âs Camii etrafındaki çarşıların İslâm dünyasının hiçbir yerinde bulunmadığını kaydeder. Ondan yaklaşık yarım asır sonra Mısır'a giden ve Kahire çarşıları hakkında ayrıntılı bilgi veren Nâsır-ı Hüsrev, Amr b. Âs Camii'nin kuzeyinde yer alan çarşıda fildişi, kaplumbağa kabuğu, cam eşyalar gibi nâdir malların satıldığını, pazar esnafının dürüst olduğunu, hile yapan tüccarların bir deveye bindirilip halka teşhir edildiğini anlatır. Fâtımîler devrinde kurulan pazarlar arasında Sûkuşşemmâîn ve Sûkubeynelkasreyn gibi büyük çarşılar bulunmaktaydı (Tomar, 2007: 203-204). İran'da uzun mesafeli ticaret, toptan ve perakende satışın yanı sıra para işlemlerinin de yapıldığı alan ve binaların birleşimine “*bâzâr*” adı verilirdi. Avlulu küçük yapılar veya etrafında perakendeci dükkânlarının sıralandığı üzeri kapalı dehlizlere “*tîmçe*” denirdi (Kallek, 2007: 199).

Pazarlarda belli meslek erbabının bir yere kümelenmesinde sadece aynı mamulü üretmek veya satmak değil muhtemelen din, ırk ve hemşerilik bağı da rol oynamaktadır. Pazarın camiye en yakın kısmında sahaflar, mücellitler, attarlar, şekerlemeciler, kandilciler, mumcular, dericiler, terlikçiler, kürkçüler, mücevheratçılar, kuyumcular gibi meslek erbabı toplanmıştır. Bazı zanaat kolları ise daha uzak mesafelere inşa edilmiştir. İcra edilen, meslek, gereği kullanılan ocaklar yangınlara yol açabileceği tehlikesi ve çevreye verdikleri gürültü ve pis koku gibi rahatsızlıklardan dolayı (bakırcı, demirci, marangoz, doğramacı, debbağlık) şehrin

kenar mahallelerine yerleştirilir. Çevre köylerden gelen ürünler ise şehrin kenar semtlerindeki açık pazarlarda veya özellikle çabuk bozulan ürünleri seyyar satıcılarca sokaklarda satılmaktadır (Yaşar, 2021: 42-43). İslam şehirlerinde pazarlarda meslek dallarının dağılımı hem ırk, bağ, akrabalık vb. ilişkilere göre, hem de satılan ürünlerin türlerine göre olmaktadır.

İslam şehirlerinde kentin beş ana ögesi vardır: Kale, saray, üst kademe yöneticilerinin yönetim faaliyetlerini yerine getirdikleri merkez, ibadetlerin yerine getirildiği Cuma camisi, ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği hanlar, bedestenler ve açık pazar yerlerinin oluşturduğu kent merkezi, mahalleler ve dış mahallelerdir (Türk, 2018: 68). Görüldüğü üzere idari yapının altında cami ve çarşı yer almaktadır. Bu da şehrin idari, dini ve ticari bir yapıya büründüğünü göstermektedir.

Anadolu'nun yaklaşık yedi kat büyüklüğünde olan kuzeyde Sibiry'a, güneyde Hindikuş Dağları, batıda Hazar Denizi, doğuda ise Kingan Dağları ile çevrili Orta Asya'da yaşayan Türkler, yarı göçebe bir yaşantı içerisinde olmalarına rağmen hayvancılık ve tarım, yanında ticaret yolları üzerinde ticari faaliyetlerde de bulunmuşlardır. MÖ III. yüzyılda Hun Türklerinin Orta Asya'da devlet kurmasından sonra Türkler arasında ticaretin yaygınlaştığı bilinen bir gerçektir. Tarihi İpek Yolu'ndan elde edilen gelirlere sahip olmak Hun Türkleri ve ardından gelecek diğer Türk devletlerinin de en büyük arzularından biri olmuştur. Hunların ardından Göktürkler de tarım ve hayvancılık kadar ticaretle de uğraşmışlardır. Uygurlar döneminde kâğıt ve kumaş imalatının gelişmiş olduğu, altın, gümüş ve bakır maden işçiliğinin arttığı bilinmektedir. Türklerin Müslüman olmasıyla birlikte siyasî, içtimai ve iktisadi alanlarda yeni gelişmeler ortaya çıkmıştır. Ticaret bölgeleri ve pazarlar genişlemiş, ticaret yolları çeşitlenmiş ve ticari ürün çeşitliliği çoğalmıştır. Abbasiler döneminde Semerkant, Buhara ve Harizm gibi Türk şehirlerinde üretilen yünlü ve pamuklu kumaşlar, Buhara halıları, Semerkand madeni eşyaları, buradan İslam ülkelerine ihraç edilmeye başlanmıştır (Yaşar, 2021: 44). Türkler, tarih sahnesinde yer aldıklarından itibaren göçebe topluluk olmalarına rağmen ticaretle de uğraşmışlardır. Göktürk Devleti döneminde Türklerin, Çinlilerle ipek ve kumaş ticareti yaptıkları bilinmektedir. XIII. yüzyılda gerçekleşen Moğol istilası ile birlikte Türklerin ticari hayatları kesintiye uğramış; Orta Asya ve Anadolu'daki ticari, kültürel faaliyetler olumsuz etkilenmiştir.

Orta Asya’da şehirler iç kale, ribad ve şehristan adı verilen üç ögeden oluşmaktaydı. Bazen Birun adı verilen ribadlarda ticari faaliyetler yapıldı. Pazarlar şehrin dışında ya da Ribat/rabat içinde bulunmaktaydı (Kuban, 1968: 55-56).

Malazgirt Savaşı’ndan sonra Anadolu’ya akın eden Türkler ticarete önem vermiştir. Bu amaçla özellikle liman şehirleri fethedilmiş ve yapılan kervansaraylar vasıtasıyla bu şehirler birbirine bağlanmıştır. Bu kervansaray ve hanların birçoğu günümüze kadar ulaşmıştır. Anadolu Selçuklu döneminde Konya, Sivas, Kayseri gibi merkezler çok gelişmiş, Antalya, Sinop, Erzurum, Malatya, Akşehir, Beyşehir, Kırşehir, gibi birçok şehirlerde yeni kurulmuştur. Türkler tarafından yeni şehirler kurulduğu gibi, tamamıyla harap olan şehirleri de yeniden inşa edilmiştir (Yaşar, 2021: 45). Malazgirt Zaferi ile Anadolu şehirleri kalkınıp gelişmiştir. Anadolu’daki ticari hayatın etkisinin bu durumun gelişmesinde önemli bir rolü vardır. Anadolu’da XIII. yüzyılın başlarında Ahi Evran önderliğinde ortaya çıkan Ahilik teşkilatı, ticaretin gelişmesinde, imalathanelerin artmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Özellikle Çin’in Şian kentinden başlayıp Doğu Türkistan, Moğolistan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan, İran ve Anadolu’dan geçen İpek Yolu Anadolu’nun ticaretinin gelişmesini sağlamıştır (Torun, 2020: 35-36). Avrupa ile Ortadoğu ve Uzakdoğu’yu birbirine bağlayan önemli yollara sahip olması, ülke ekonomisinde ticaretin büyük bir öneme sahip olması sonucunu doğurmuştur. Özellikle tarihi İpek Yolu ve Baharat Yolu’nun bir kısmının ülke toprakları içinden geçmesi, Osmanlı İmparatorluğu’na ticari bir potansiyel ve stratejik önem kazandırmıştır. Ticaretin ve özellikle de uluslararası ticaretin, devletlerin ekonomisinde ne denli önemli bir gelir kaynağı olduğunu iyi kavrayan devlet yetkilileri transit geçişlere, iç ve dış ticaret faaliyetlerinin daha güvenli ve rahat bir şekilde gerçekleştirilebilmesine önem vermişlerdir. Bu amaçla şehirlerarası yollarda menzil ve kervansaraylar; şehirlerde de han, bedesten ve açık/kapalı çarşılar gibi önemli ticaret mekânları oluşturulmuştur (Şahinalp ve Günel, 2012: 151). Anadolu’nun bulunduğu jeopolitik konum, Anadolu’yu Orta Doğu ve Avrupa arasında önemli bir ticari merkez haline getirmiştir.

Türkler, İslam kent tipinin üç ana ögesi olan “*Cami, Pazar ve Hamamı*”, Orta Asya kent tipinin üç ögesi olan, “*İç kale, Şehristan ve Rabad*” ile birleştirmiş, diğer unsurlar olan “*mahalle, bedesten ve çarşılar*”, İslam sonrası Türk kentlerinin en belirgin özelliklerini oluşturmuştur (Kejanlı, 2010: 292). Türkler, Anadolu’da inşa

ettikleri arşıları, İslam kent mimarisiyle birleştirerek Türk-İslam sentezi içinde yapılar meydana getirmişlerdir.

Türkler, Anadolu'ya geldiklerinde başlangıçta mevcut ticaret yapılarını kullanmışlardır. Fakat zamanla yapılan vakıf binaları ile birlikte vakfa gelir amacıyla ticari yapılar olan dükkân ve hanlar da inşa etmişler. Özellikle Ahilik teşkilatının Anadolu'da gelişip yaygınlaşması ile Türklere ait ticaret yapıları ve imalathanelerde artış görölmüşür (Topçu, 2011: 37-38). Böylece Anadolu'da Türkleşme faaliyetleri hız kazanmıştır.

Anadolu Selçuklu döneminde, milletlerarası iktisadi faaliyetlerden en çok gelir getireni transit ticaretti. Kervanlarla yapılan ticaretin başlıca kervan yolları; birinci yol Antalya ve Alaiye limanlarından gelen bir anayol, bu yol Konya üzerinden Aksaray-Kayseri-Sivas-Erzincan-Erzurum yoluyla İran ve Gürcistan'a uzanıyordu. İkinci yol güzergâhı ise Sivas'tan Güneydoğu'ya ayrılan bir kolu olarak Malatya-Diyarbakır-Mardin-Musul üzerinden Bağdat ve Basra'ya uzanıyordu. Üçüncü ticari yol ise İstanbul – İzmit – İzmit – Eskişehir – Akşehir – Konya – Ulukışla – Adana – Halep-Şam üzerinden Mısır'a uzanıyordu. Dördüncü yol ise Halep'ten ayrılan bir kolla devam eden Kilis-Nusaybin-Musul-Bağdat ve Basra'ya beşinci yol Antalya ve Alaiye'den gelip Konya üzerinden Kuzey'e çıkan bir yol Ankara-Çankırı-Kastamonu-Sinop üzerinden denizden Kırım'a ulaşlıyordu. Bütün bu kervan yollarında tacirlerin güvenliklerini sağlamak amacıyla devlet bir kervansaray ağı oluşturmuştu (Yaşar, 2021: 45-46). Selçuklular, Anadolu'daki bu yol ağları sayesinde ticari faaliyetlerini artırmışlardır. Sonraları bu yolların güvenliğini sağlamak amacıyla hanlar ve kervansaraylar inşa etmişlerdir (Tokol, 1996: 14). XIII. yy.'nin ikinci yarısından sonra o zamana kadar çoğunlukla Türk olmayan yerli halkın elinde ve tekelinde bulunan ticaret eylemleri Türklerin eline geçmiş bu süreci de kurulan Ahilik sistemi sağlamıştır. Anadolu'nun Trkleşmesiyle başlayan şehir geleneğinde, ahilik ve lonca gibi sadece şehirde bulunan esnafı değil, şehrin çevresindeki kırsal alanlardaki esnafları da kapsayan bu teşkilatlar sayesinde Türkler, esnaf ve zanaatkârlar arasında sağladıkları dayanışma ile ayrıcalıklı duruma geçmişler ve kent ekonomisinde söz sahibi olmuşlardır (Yaşar, 2021: 46). Bu durum, Anadolu'daki ticaretin gelişmesini ve ayrıca farklı mimari yapıların inşa edilmesini de sağlamıştır. Ahilik kurumu sayesinde de Anadolu'da ticari faaliyetler hız kazanmış ve Anadolu'nun ücra yerlerine kadar esnaf birlikleri eğitilmiştir.

“*Kardeşlik*” anlamına gelen Ahilik kurumunun temeli, Anadolu Selçuklularına dayanmakla birlikte, Osmanlı Devleti’nin kurulmasından sonra da devam ettirilmiştir. Ahilik teşkilatında esnaf ve sanatkârların uyması gereken kurallar, meslek sırlarının gizliliği, fiyat ve kalite tespiti, herhangi bir sanatı icra etmek için uyulması gereken ilkeler ve aşamalar “*fütüvvetnâme*” adı verilen teşkilat nizamnamelerinde belirtilmekteydi. Ahilik, aynı zamanda temelinde dinsel, siyasi ve sosyal değerleri olan ve sosyal yardımlaşmayı hedefleyen bir harekettir (Şahinalp ve Günal, 2016: 349). İslam şehirlerinde oluşan fütüvvet geleneğiyle Anadolu’daki Ahilik geleneği yapı bakımından benzerlik göstermektedir. Müslümanlar, İslam şehirlerindeki esnaf birliklerini hem mesleki hem de dini anlamda yetiştirmek istemişlerdir. Aynı benzerliği Ahilik Teşkilatı’nın üyelerinde görülmektedir. Anadolu esnafı ahlaki ve mesleki olarak donanımlı kişilerden oluşmuştur.

Ahilik teşkilatının ortaya çıkmasıyla birlikte Anadolu’da ticari binaların ve merkezlerin sayısı artmış, devlet idarecileri ticari faaliyetlerin yapıldığı binalar yaparak devlete gelir sağlama yoluna gitmişlerdir (İnan, 1996: 120-121). Vakıf geleneği, Anadolu’da çok eskiden bu yana var olan bir kültürdür.

Türkler Anadolu’ya geldikleri zaman Bizanslılardan devraldıkları kentler, kilise, manastır ve ticaret yapılarından oluşmaktaydı. Selçuklu Dönemi (1071-1299) ile birlikte, Türk-Arap-İran-Anadolu-Bizans kültürlerinden bir sentez ortaya çıkmış, sağlam ve bakımlı yollar, taş köprüler, kervansaraylar, su kemerleri, camiler, medreseler, rasathaneler, kütüphaneler, hamamlar, kümbetler ve saraylar ile Anadolu’da mekân ve kültür birliğine yeni boyutlar kazandırılmıştır (Kejanlı, 2010: 291). Türkler önceleri Anadolu’daki Bizans mimari yapılarını kullanmışlar, daha sonra kendi geliştirdikleri mimari yapıları inşa etmişlerdir.

XIV. yüzyıl Anadolu’da Türkleşme sonrasındaki beylik kentlerde ticari faaliyetlerin çok geliştiği görülmemektedir. Bu dönem çarşıları henüz uzmanlık bölgelerine göre ayrılmamıştır. Ticari faaliyetler dağınık ve düzensiz yapılmaktaydı. Örgütlü bir ticari faaliyetin yapılması ancak Osmanlı döneminde inşa edilmeye başlanan bedestenler ile olmuştur (Tokol, 1996: 14). Anadolu’da başlangıçta Türkler dükkânları çoğunlukla kendilerinden önce olduğu gibi ahşap, kerpiç vb. dayanıksız malzemeden yapmışlardır. Zamanla kentlere kimliklerini verirken Türk vasfını ortaya koyan yapı tiplerini de ortaya çıkarmaya başlamışlardır. Bu konudaki en tipik örnek olan “*bedestenler ve arastalar*” tamamen Türklere özgüdür. Anadolu’da

Selçuklular zamanında, önemli bir şehircilik hareketi sayılabilecek ticareti destekleyici hanlar yapılmıştır. Türk ticaret yapılarının önemli bir bölümünü de dolayısıyla “hanlar” oluşturmaktadır. Selçuklu döneminde kervansaray avlusunda kurulan çarşılar, alışveriş kültürünün en önemli ögesidir. Türk-İslam şehirlerinde “alışveriş”, kentin gelişme yönünü tayin eden en önemli etken olmuştur ve kent bu akslar üzerinden yayılarak büyümüştür (Topçu, 2011: 38). Türkler, İslam şehirlerindeki cami çevresinde oluşan çarşılarla birlikte kendilerine ait olan bedesten ve arastaları çarşı bünyesine dâhil ederek kentlerde, ticaret merkezleri kurmuşlardır.

Osmanlı şehri daha çok fonksiyonel ölçüt dikkate alınarak tanımlandığı görülmektedir. Şehirler tarımsal faaliyetlerden çok, tarım dışı faaliyetleri, yani idari ve ticari özellikleri ile ön plana çıkan yerleşmelerdir. Bu bağlamda Osmanlı şehri, Osmanlı idari taksimatında, kadının ve subaşının idaresinde ticaret ve sanayi ehlinin bulunduğu idari birliklerdir (Aliagaoglu ve Uğur, 2016: 209). Osmanlı şehirleri, bünyesinde gerçekleştirdiği askerî, idari, sosyal ve kültürel faaliyetlerle şehir olma özelliği kazanmıştır. Osmanlı çarşıları, bu faaliyetlerin gerçekleştiği mekânlardan olmuştur. Bu çarşılarda bir kardeşlik ve hoşgörü durumu hâkimdir. Günümüz çarşılarında, Müslümanlarla birlikte Hristiyan ve Yahudi esnafların varlığı, Osmanlı çarşılarından gelen bir gelenekle varlığını korumaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde bakkal ve benzeri esnaf tipi işletmelerin zamanla *kapalı çarşı* gibi merkezlerde toplandığı görülmektedir. Bu dönemde alışveriş kültürünün sürdürülmesinde “bedestenlerin” oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır. Bedestenler, cami-hanlar-kervansaray kurgusu ile bütünleşerek kentsel kurguya katılmışlardır. Günümüzde tüm bu kurguları en güzel şekilde yansıtan çeşitli kent örnekleri mevcuttur; İstanbul, Bursa, Edirne Osmanlı çarşı dokusunu göstermesi açısından oldukça önemli örneklerdir. Bu dönemde konut bölgeleri ile ticaret bölgesi birbirinden net olarak ayrılmış, çarşı sosyal yaşamın bir göstergesi durumunda olup konut bölgelerinde de mahremiyet ön plana çıkmıştır. İçeride dönüklüğün olmadığı tek alan çarşıdır ve çarşı bölgesi cami ile iç içedir (Topçu, 2011: 38). İslam mimarisinden gelen etkiyle Osmanlı-Türk çarşılarında da cami ve çarşı mekânlarının yan yana ya da birbirine yakın olması durumu söz konusudur.

Osmanlı şehirlerinde çarşıların şehir hayatı içinde çok önemli bir yeri bulunmaktaydı. Çarşılar sadece ticaret ve imalat yapılan yer değil, aynı zamanda çeşitli sosyal ihtiyaçların da karşılandığı bir mekândı. Çarşılar sahip olduğu

özellikleri itibariyle, sosyal ve ekonomik ihtiyaçların karşılandığı birçok yapının bir arada bulunduğu bütüncül bir sistem özelliğindedir. Bu sistem içinde büyük çoğunlukla demirciler, bakırcılar, dericiler gibi atölye tipi imalat yapan işyerleri; birçok malın pazarlandığı ve aynı meslek grubundaki esnafların bir arada olduğu perakende/toptan ticaret alanları bulunmaktadır. Ayrıca şehir halkı veya dışarıdan gelen tüccarlar için ibadethaneler, medreseler, konaklama veya konaklama-ticaret fonksiyonlarına sahip hanlar, kişisel hizmetlerin sağlanmasına yönelik hamamlar, berberler gibi çok sayıda işyeri yer almaktaydı. Osmanlı çarşılarında yer alan birçok han, hamam, dükkân, bedesten ve esnaf çarşılarının büyük bir kısmının mülkiyeti vakıflara aitti. Fakat XVI. yüzyılda Anadolu’da mülkiyeti şahıslara ait olan kapalı çarşı ve bedestenler de mevcuttu. Sonraki dönemlerde bu çarşı ve bedestenler, kısmen veya tamamen vakıflara devredilmişlerdir (Şahinalp ve Günel, 2016: 342). Anlaşılabileceği üzere Osmanlı çarşılarında insanların ihtiyaçlarını giderebileceği birçok mekân mevcuttu.

Osmanlı şehir çarşılarında, dükkânlar, hanlar ve bedestenler olmak üzere üç ana ticaret yapısı grubu bulunmaktaydı. Bu grup içerisinde çok önemli bir fonksiyonu icra eden hanlar günümüz otelleri gibi sadece konaklama amaçlı iken, bazıları da hem konaklama hem de ticaret amacıyla kullanılmaktaydı. Ticari anlamda hanların en önemli fonksiyonları, alış-verişin yapılması, kervanlar tarafından getirilen malların depolanması ve ticareti yapılan mallar üzerinde vergi kontrolünün yapılabilmesidir (Yaşar, 2021: 49). Hanlar, Osmanlı şehirlerinde önemli ticaret mekânlarındandır.

Osmanlı şehirlerinde çarşı, şehir içi ve şehirlerarası yolların kesişim alanında yer almaktadır. Çarşılarından çevreye doğru uzanan yollar, mahallelere veya şehir surlarında yer alan kapılara ulaşmaktaydı. Yukarıda da sayılan özellikler nedeniyle çarşılar, şehrin ve şehir hayatının merkezini oluşturmaktaydı. Sosyo-ekonomik aktivitelerin en yoğun olduğu alan olması itibariyle, şehrin en canlı, en hareketli kesimini meydana getiren çarşı, aynı zamanda şehirde yaşayanların ve dışarıdan gelenlerin sosyal ve ekonomik açıdan buluşma yeri idi (Şahinalp ve Günel, 2016: 342). Bundan dolayı Osmanlı çarşıları her zaman ticarî hareketliliğin olduğu mekânlar olmuştur.

Osmanlı hukukuna göre bir yerin kent sayılabilmesi için, o kentte devamlı şekilde ticaret yapılan bir ticaret mekânının bulunması ve Cuma namazı kılınır

camisinin olması gerekmektedir (Kejanlı, 2010: 294). Burada muhtemel düşünce çarşı esnafının ve çarşıya gelen insanların dinî ihtiyaçlarının karşılanması olmuştur.

Osmanlı'da imalat sektörü içinde dört grup yer almaktadır. İlk grupta iplik, kumaş, kilim, halı, çulha dokumacılığı ile bazı kumaşların boyama atölyeleri ve kavafhaneler önemli bir yer tutmaktaydı. İkinci gruptaki deri işlemeciliği sektörü, Osmanlı Devleti'nde küçümsenmeyecek boyutlardaydı. Ham deriler işlenerek başta giyim sektöründe kullanılmak üzere debbağhanelerde (tabakhaneler) hazır hale getirilirdi. Çarşı sistemi içinde yer alan üçüncü grup imalat sektörünü ise maden işlemeciliği oluşturmaktaydı. Başta ev ihtiyacını karşılamaya yönelik kap-kacak, alet-edevat yapımı ile karasaban ve koşum hayvanları için metal aksesuarların yapımı önemli bir yer tutmaktaydı. Maden işlemeciliğinin en yoğun olduğu alanlardan biri de bakırcılar pazarı ve çarşısı olarak adlandırılmaktaydı. Atölyelerde bakır madeni işlenerek ev ihtiyacını karşılamaya yönelik kap-kacak ve bakır süs eşyaları üretilmekteydi. Son grupta yer alan ahşap işlemeciliğinin yapıldığı çarşılar genellikle neccar veya naccar pazarı olarak adlandırılmaktaydı. Bu atölyelerde, kapı-pencere, mobilya, kağıt, at arabası, karasaban eklentileri, tarımsal aletler için saplar, beşikler, yürüteçler ve daha birçok ahşap ihtiyaç malzemesi üretilmekteydi (Şahinalp ve Günel, 2016: 346). Osmanlı-Türk çarşıları, insanların gündelik ihtiyaçlarını karşılayan ev eşyalarının satıldığı mekânlardır.

Osmanlı kentinde ticari merkez, bedesten ve etrafında gelişen han, arasta gibi yapı türlerinin bir araya geldiği mekânlar bütünüdür. Bu bütünlüğün oluşumunda, ticari merkezin sayıca en çok ve en küçük birimi olan dükkânların, bedesten ve hanların cephelerini sarmaları ve üstü kapalı veya açık bir sokak etrafında bir araya gelerek arasta ve çarşıları oluşturmaları önemli rol oynamaktadır (Akar, 2009: 269). Bu yapı biçimi eskiden günümüze kadar gelmektedir.

Şehirlerin fiziksel yapılanması dağınık ve karmaşık görünse de, aslında kendi içinde tutarlı ve Osmanlı toplumunun ihtiyaç ve beklentilerine uygundur. Örneğin, başka kültürlerden insanlara anlamsız ve şaşırtıcı gözükken çıkmaz sokaklar aslında bir sokağın ya da mahallenin güvenliğinin sağlanmasına yardımcı olur. Şehir genişlerken merkezi otorite genişlemenin belli kurallar dâhilinde olması için çaba gösterse de Batı'daki örneklerinden farklı olarak Osmanlı şehri kendiliğinden ve ihtiyaçlara göre genişler ve bu da genişleme sürecine esnek bir yapı kazandırır. Osmanlı şehirlerindeki ticari alanlara bakıldığında geleneksel çarşının oluşum seyri

üç dönemden geçtiğini gösterir. XVI. yüzyıla kadarki ilk dönem belli bir biçime ulaşma sürecidir. Yani çarşayı oluşturan ana yapılar ve bunların çevresinde gelişen arastalar, dükkânlar şeklinde olup belirli bir form kazanmıştır. Çarşının cami ile çarşının kale ve surlar ile çarşının hamam ve diğer sosyal yapılar ile bağlantıları belirli bir seyirde ilerlemiştir. (Yaşar, 2021: 51-52). Osmanlı çarşılarını arastalar, bedestenler ve dükkânlar bağlamında düşünmek mümkün görünmektedir. Kale ve surlar ise, günümüzde çarşı dışında kalmıştır.

Osmanlı dönemi çarşılarında sadece ticari faaliyetler değil; bununla beraber kişisel hizmet faaliyetleri de yapılmaktaydı. Başta hanlar olmak üzere, berber, hamam ve lokantalar çarşı sistemi içinde yer alan en önemli kişisel hizmet sektörleridir. Bu gruptaki esnaflar daha çok şehir dışından gelenlere hizmet vermekteydiler. Asıl fonksiyonu ticaret olan çarşılarla, ulusal ve uluslararası düzeyde çok sayıda tüccarın gelmesi; konaklama, dinlenme, beslenme ve kişisel bakım gibi ihtiyaçlarının karşılanmasını zorunlu hale getirmekteydi. Bu nedenle han, hamam, berber, lokanta ve kahvaltı, kıraathane/çayhane salonları gibi işyerleri, kişisel hizmet fonksiyonu bakımından önemli görevler üstlenmiştir (Şahinalp ve Günal, 2016: 350). Burada Osmanlı çarşılarının sosyal hayatı yaşatan ve dinamik tutan bir yapıda olduğunu görmek mümkündür.

Çarşılar kervanların son veya ilk durakları olma özelliğini taşımakla beraber, transit geçişlerde de kervanların uğrak yerleridir. Hem yük hem de yolcu taşımacılığının vazgeçilmez aracı olan kervanlar, çarşılardaki büyük hanlarda hazırlanmaktadır (Yaşar, 2021: 53). Osmanlı çarşıları, bünyesindeki kervansaraylar sayesinde hem çarşı esnafına hem de çarşıya uzaklardan gelen yolculara bir konak vazifesi üstlenmiştir.

Özetle Türk çarşıları Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşması ile birlikte değişime ve dönüşüme uğramış ilk mekânlardan olmuştur. Türkler, Bizans'tan devraldıkları mimari yapıları kendi zevk ve anlayışlarına uygun olarak inşa etmişlerdir. Türk çarşılarında cami ve çarşı yapıları beraber gelişmiştir. Çünkü Türk-İslam sentezi içerisinde gelişen Türk şehirleri dini ve ticari faaliyetlerin yapıldığı yerler olmuşlardır.

2.4. Bedestenler

Bezzaz sözcüğünün kullanımı Selçuklu dönemine kadar uzanmaktadır. Bez, Türkçede pamuk veya ketenden yapılmış dokuma anlamındadır. Bezzaz ise bezci, bez satıcısı, kumaşçı demektir. “*Bezciler, kumaşçılar çarşısı*” anlamındaki “*beziztan*” sözcüğünden “*bezzazistan*” türetilmiştir. XVII. yüzyıldan itibaren de bedesten şekliyle kullanılmıştır (Tokol, 1996: 19). Bedesten, birçok mühim şark şehirlerinde kıymetli eşya, kumaş, silah vs. satmaya mahsus üstü örtülü, mazbut ve muhafazalı kâgir çarşılara verilen isimdir (Küçükkömürcü, 2005: 9). Bedestenlerin kâgir ve sağlam yapılar olması, ahşap dükkânların dehşet verici bir afet halinde yayılan yangınlarda yok olması göz önüne alınarak hiç değilse değerli malları koruyabilmek bakımından daha emniyetli olmasıyla izah edilebilir. Bedesten başlangıçta ahşap olarak yapılan mütevazı gözlerden ibaret dükkânların arasında, yani şehrin alışveriş merkezi ortasında kâgir kitlesiyle yükselen belirgin bir yapı idi. Böylece bedesten Türk şehirciliğinde ticaret bölgesinin özünü, çekirdeğini oluşturuyor, bütün alışveriş onun etrafında cereyan ediyordu. Çok hafif, ahşaptan ve pratik olarak kurulabilen malzemeden inşa edilen dükkân dizilerinin etrafını sarması, bazen bunların aralarında ticaret hanlarının da yapılması ile bedesten şehrin en canlı ticaret bölgesinin merkezi oluyordu (Eyice, 1992: 302). Bedestenler genellikle kare veya dikdörtgen planlı olarak inşa edilmiştir. Dükkânlar genellikle dış cephe boyunca sıralanmışlardır. Bedestenler genellikle kâgir yapılardır. Kesme taş ya da taş tuğladan yapılmışlardır. Tonoz ve kubbeler tümüyle tuğla, kemerler kesme taş ya da tuğla, ayaklar ise genellikle kesme taştan yapılmıştır. Çatı örtüsü genelde kurşun kaplıdır. Pencere yüzeyleri küçüktür ve az sayıda planlanmıştır (Kartal, 2013: 8-9). Anlaşılabileceği gibi bedestenler, sağlam ahşap yapılar olarak yapılmış mekânlardır.

Bedestenler, yapısal özellikleri nedeniyle değerli eşyaların satıldığı, depolandığı ve belgelerin arşivlendiği yapılar olmuştur. Bedestenler eskiden adeta banka, borsa görevini üstlenmiştir. Halk, parasını, mücevherlerini ve kıymetli eşyalarını evraklarını burada saklardı (Küçükkömürcü, 2005: 10). Bu anlamda bedestenler, Türk çarşılarında depo görevi üstlenmiş yapılardır.

Tarihi Türk çarşılarının en önemli tipik yapısı olan bedesten, XVI. yüzyılda, kalenin dışında, (taht el- kale) yerleşik ticaretin gelişmesiyle ortaya çıkmış ve şehir böylelikle yeni bir merkez kazanmıştı. Sağlam malzemeden yapılmış bedestenler,

şehirlerde birer tane, büyük şehirlerde iki tane, İstanbul gibi daha büyük bir şehirde ise istisna olarak üç tane yapılmıştır. Hanların sayısı ise birden fazla olmak üzere, şehrin büyüklük ve ticaret etkinliğine göre değişmektedir (Yaşar, 2021: 57). Bedestenler, Türk çarşılarına işlevsellik bakımından değer kazandıran yapılar olmuştur. Bünyesinde yapılan ticari faaliyetlerle Türk şehirleri canlılık kazanmıştır.

Batı’da XIX. yüzyılda yaşanan Sanayi Devrimi Osmanlıların ekonomisini de etkilemiştir. Özellikle bankalar ve yeni yapılan ticari yapılar bedestenin işlevini yitirmesine neden oldukları gibi bedestenin esnaf yapısının da bozulmasına neden olmuşlardır. XX. yüzyıla gelindiğinde ise bedestenler işlevini tamamen kaybetmiştir (Öncel, 2014: 56). Batı’daki sanayi ve teknoloji alanındaki gelişmeler, bedestenlerin varlığını olumsuz bir şekilde etkilemiştir.

Bütün bedestenlerin “*bölükbaşı*” denilen, on iki kişilik koruyucu ekibi vardır. Bu bölükbaşlarının içindeki “*duacı başı*” her sabah dua ile açtığı, işleyiş saatleri çarşıdan farklı olan bedesteni yine dua ile kapatırdı. Ayrıca, bedestenin itibarlı esnafları içinden seçilip kadının onayladığı, bedestenden sorumlu olan, bedesteni yöneten, bedestende çalışan tüm elemanların başı olan ve bedesten esnafının sözcüsü olan ve onları denetleyen kişilere “*kethüda*” adı verilirdi. Ayrıca devletin esnaf kuruluşlarıyla olan ilişkilerini düzenlemekte rol oynayan kethüdalar bir çeşit resmi devlet görevlisi olup gerektiğinde bilirkişilik de yapıyorlardı ve böylece bedestenler sadece özel değil aynı zamanda yarı resmi bina konumundaydılar (Öncel, 2014: 56-57). Bedestenlerin dua ile açılıp kapanmasında Anadolu’da ortaya çıkmış olan Ahiler ile bir ilişkisi vardır. Ahiler, aldıkları dini eğitimlerle donanımlı çarşı esnaflarıydı.

Bedesten esnafına, “*Bedesten Hacıları*” denilirken, bedestende alışveriş yapan halka da, tacir anlamına da kullanılan “*hacegan*” denmektedir. Osmanlı tüccarları yerleşik ve gezgin (seffar) olarak iki gruba ayrılıyordu. Bedestenler yerleşik tüccarların işyerlerinin bulunduğu yerlerdi. Bedesten esnafının ticari faaliyetlerinde bir çeşit emanet komisyoncusu gibi aracılık yapan kişilere ise, “*Bedesten tellalı*” denilmiştir (Yaşar, 2021: 58).

Fernaz Öncel bedestenlerin beş ana işlevinin olduğunu belirtmektedir:

1. Borsa vazifesi görürler; malların fiyatlarının belirlendiği yerdir. Para borsası takibi özellikle İstanbul bedesteninde görülmektedir.
2. Vergi dairesi vazifesi görürler; vergilendirilme yapılır ve vergi tahsil edilir.

3. Banka vazifesi görürler; kamuya ve tüccar, çarşı esnafı gibi özel şahıslara ait, altın-elmas, mücevherler, kıymetli vesikalar, kasalar, evraklar, defterler ya da manevi değeri olan bazı eşyalar gibi önemli, değerli ve kıymetli malların, belli bir miktar para karşılığında devlet teminatı altında, emniyet içinde depolandığı, saklandığı ve korunduğu yerlerdir. Buraya konulan emanet paraların burada kalması için sınırlı bir süre yoktur. Gereklğinde ölen bir kişinin de paralarının ve değerli mallarının saklandığı yerlerdir. Buraya emanete konulan her şey mahkeme sicil kayıtlarına işlenmiştir.

4. Müzayede salonu vazifesi görürler; belirli günlerde halkın ve önemli kişilerinde bulunduğu bir ortamda, tüm kıymetli eşyaların satışa sunulduğu yerlerdir.

5. Kapalı pazar-dükkân vazifesi görürler; yerleşik tacirlerin ticarî faaliyetlerini yürüttüğü ve sınır ötesi ticaret için kervanların hazırlandığı yerlerdir (Öncel, 2014: 57). Bedestenler, çarşıdaki ürünlerin fiyatlarının belirlendiği, mallar üzerinden bir vergi sisteminin oluşturulduğu, değerli eşyaların satıldığı ve saklandığı, şehir içi ticaretin yanı sıra uluslararası ticarete zemin hazırlayan ticari mekânlardır.

Bedestene örnek olarak İstanbul'un ilk bedesteni olan Eski Bedesten ve Sandal Bedesteniyle beraber Galata Bedesteni, Bursa Bedesteni, Kastamonu Bedesteni, Tokat Bedesteni ve Edirne Bedesteni verilebilir (Tokol, 1996: 23).

Bedestenler Selçuklu devrinden başlayarak Türk mimari hayatında var olmuş, Osmanlı devrinde de en güzel örnekleri verilmiş klasik Türk mimarisinin bir birimidir. Bedestenler yapı itibarıyla korunaklı, sağlam ve güvenilir yapılar olmuştur. Bu sayede esnafların iş hayatlarındaki özel eşyalarını koydukları mekânlardır. Batı dünyasındaki sanayi ve teknoloji alanındaki gelişmelerden sonra eski önemini kaybetmiştir.

2.5. Arasta

Türkçeye Farsçadan geçtiği düşünülen arasta kelimesi önceleri “*ordugâhta kurulan pazar*” anlamında kullanılmıştır. Ârâsten “*tanzim etmek, sıraya koymak; çekidüzen vermek, süslemek*” olup Farsçada “*çarşı*” anlamında kullanılmamaktadır. Türkçede bu anlamı kazanması, dükkânların düzenli biçimde karşılıklı birer sıra halinde dizilmiş olmalarından veya ordugâh pazarlarının askerî disiplin içinde “*tanzim edilmiş satış*” yapmalarından yahut her iki sebepten yani bu dükkânların

gezgin satıcılara nispetle her hususta düzene konulmuş olmalarından ileri gelebilir (Çam, 1991: 335). XV. yüzyılın ikinci yarısından sonra ticaret yapıları için arasta ismi kullanılmaya başlanmıştır. XVI. ve XVIII. yüzyıllar arasında bazı Osmanlı tarihi belgelerinde araste yazılan bu sözcük günümüzde arasta olarak kullanılmaktadır (Tokol, 1996: 16). Arastalar, aynı esnaf grubuna ait dükkânların bir sokak aksı üzerinde sağlı sollu olarak dizilmesiyle meydana gelir. Üzerleri ya tümüyle ya da dükkân saçakları ile kısmen örtülmüş olan bu çarşılar özellikle doğu şehirleri ticari mekânlarının gelişimi süreci açısından önemli bir aşamayı oluşturmuşlardır (Yaşar, 2021: 60). Osmanlı mimarisinde üstü açık ya da kapalı, bir eksen üzerine yan yana veya karşılıklı olarak dizilmiş, aynı yükseklikte ve boyutta dükkân sıralarından oluşan ticaret yapısı türüdür. Yapım özelliği bir kerede inşa edilerek tamamlanmasıdır. (Küçükkömürcü, 2005: 7). Arastalar, yan yana sıra ile dizilmiş, sonraları içerisine dükkânları eklenmesiyle yapısal değişikliğe uğramış Osmanlı ticari yapılarıdır.

Malzeme olarak ahşap ve taş kullanılan arasta dükkânların üzerinde genellikle tonoz örtü kullanılmıştır. Arasta sokağının üstü çoğunlukla kapatılmış, örtüsünü ise çoğunlukla beşik tonoz teşkil etmiştir. Ahşap dükkânlardan oluşan arastalarda ise sokağın üstü genellikle açık bırakılmıştır (Kartal, 2013: 7-8). Günümüzde bu arastaların bazılarının üstleri kapatılarak gerçek formu değişikliğe uğramıştır.

Edirne Selimiye ve Payas arastalarında görüldüğü üzere bazı arastalarda, çarşı esnafının dürüst iş yapacaklarına dair sabahları yemin ettikleri bir de dua kubbesi vardır. Kapalı arastalar, bu mimarileriyle bedestenlere benzerlerse de bunların mahzen veya kiler hücreleri bulunmaz. Ayrıca, bedestenlerin değerli kumaş veya mücevherat gibi emtianın alınıp satıldığı, hatta banka hizmetlerinin verildiği yerler olmalarına karşılık arastalar, onlara nazaran daha az önemli malların ticaretinin yapıldığı yerlerdir. Arastalarla bedestenler arasındaki ortak ve benzer yanlar sebebiyle daha sonraki devirlerde bu çarşılar halk arasında “*bedesten*” veya “*kapalı çarşı*” adlarıyla anılır olmuştur. Edirne’de Selimiye, İstanbul’da Sultan Ahmed Cami’si ve Süleymaniye Cami’sinin arastaları ile Mısır Çarşısı (Yeni Cami’nin arastası) belli başlı arastalardır (Çam, 1991: 335-336).

Arastalar, İslam mimarisinin örnek alınmasıyla Türk çarşılarında inşa edilmiş dükkânlardır. Günümüzde bedesten ile yapı bakımından benzerliklerinden ötürü bedesten diye bilinse de arastalar yapılarını korumaktadır.

2.6. Kapalı arşılar

Kapalı arşılar, iki-üç yüzyıl önce yapılmış olup günümüzde de kullanılan, yalnız yayalara açık, üstü kapalı yolların iki yanına dizilmiş dükkânlardan oluşan alışveriş yerleridir (Kartal, 2013: 9). Kapalı arşıların tarihsel kökeni Antik Roma'ya kadar gider. Roma'da bulunan Hadrian arşı'sı'nın bir bölümü üzeri tonozla örtülü bir kapalı arşı olarak inşa edilmiştir. Gerçek anlamda kapalı arşı İslam dünyasında ve Osmanlı döneminde ortaya çıktığı söylenbilir. Osmanlıların başta İstanbul, Edirne, Bursa, Kayseri gibi önemli ticaret merkezlerinde inşa ettiğı kapalı arşıların bir kısmı tamamen yok olmuşsa da önemli bir kısmı günümüze ulaşmıştır (Yaşar, 2021: 61-62). Kapalı arşılar için “*Bazaristan*” kelimesinin kullanıldığı da bilinmektedir (Gürz, 2014: 30). arşılarda dükkânların önündeki sokakların üstünün örtülmesi geleneğinin doğmasında iklim şartları çok etkili olmuştur. Kuzey Afrika ve Orta Doğu lkelerinde, Türkistan'da iklim şartları gereğı üstü örtülü çarşılar yapmaya ihtiyaç duymuşlardır. Bu bölgelerin önemli şehirlerinde meydana gelen kapalı arşıların en eski rnekleri Fustat, şam, Halep, Diyarbakır, Bağdat, Tebriz, İsfahan, Merv, Semerkant gibi şehirlerdir (Yaşar, 2021: 62). st açık arşıların iklim şartlarından dolayı üstlerinin örtülmesiyle kapalı çarşılar ortaya çıkmıştır.

Türkiye'nin çoğu şehirlerinde tarihi kapalı çarşılar bulunmaktadır, rneğın İstanbul Kapalı arşı bölgesi, Kayseri Kapalı arşı'sı. Bunlar ağırlıklı olarak Osmanlı devrinde yapılmışlardır. Kapalı arşıların aydınlatması, tonoz örtüsünün düşey pencereleri ile gerçekleştirilmektedir (Dehkoda, 2011: 24). XVII. yüzyılın başından itibaren Avrupa'da kentlerdeki nüfus atışıyla birlikte açık marketler şeklinde kurulan fuar ve panayır günleri daha sık düzenlenmeye başlamıştır. Daha sonra bu açık pazarlar iki üç katlı dükkânlarla çevrili ve üzerleri elik strktrlerle kapatılarak kalıcı hale dnştrlmştir (Zengel, 2001: 11).

Kapalı arşılar, Osmanlı-Türk mimarisinin önemli yapı unsurlarındandır. Bu arşılar, sadece ticari faaliyetlerin yapıldığı yer olmayıp; sosyal, kültürel hatta dinî etkinliklerin yapıldığı, insanların birbirleriyle görüşüp sohbet ettikleri sosyal ortamlardır.

2.7. Hanlar ve Kervansaraylar

Han kelimesi, Farsçada “ev” anlamına gelmektedir. Orta Çağ’dan itibaren XX. yüzyılın başlarına kadar yerli ve yabancı tüccarların, toptancıların yüklerini bıraktıkları, ışıklar ile satış birimlerinin bulunduğu yerler olan hanlar, çoğunlukla ticaretin yoğun olduğu kentlerde varlıklarını sürdürebilmiştir (Say Özer, 1996: 101). Han, kervansaray yerine kullanılmasına rağmen aralarında mimari yönden ve kullanım açısından ayrılıklar bulunmaktadır. Kervansaraylar, şehirlerarasında kervan yolları üzerinde inşa edilmiş; çarşı, hamam ve ahır bölümleri bulunan yapılardır. Şehir hanları ise ticaret yapanlara yönelik mekânları içeren yapılardır. Bu tip hanlar bir avlu etrafında sıralanan yapılardır (Küçükkömürcü, 2005: 16-17). Kervansaraylar genellikle yerleşim yerleri arasında olup bünyelerinde hamam, çarşı ve ahır gibi kısımlar mevcuttur. Şehir içi hanlarında bu unsurlar kısmen yahut tamamen kaybolur. Bunlardan sadece ahırlar, bazı şehir içi hanlarında ölçüleri küçülmüş şekilde devam eder. Issız yollar üzerindeki kervansarayların can ve mal güvenliğini kolayca sağlayabilmeleri ve dayanma güçlerini uzun bir süre devam ettirebilmeleri için yapılaş tarzları kaleyi andırır. Şehir içi hanları ise gelir getirme amacına dayalı ticari yapılar olup ve bazılarında ikamet edilebilir. Bu nedenle güvenlik sağlama amaç olmadığından kale gibi müstahkem hallerini ve büyüklük ölçülerini kaybederler (Satı, 2013: 5). Kervansaraylar güvenlik amacıyla oluşturulmuş yapılar iken hanlar, ticari gerekçelerle kurulmuş yapılardır.

Han ve kervansarayların ilk örnekleri ve kökeninin “*ribat*” olduğu belirtilir. Ribat, Arapça “*rit*” kökünden türemiştir. Genellikle sınırlarda, stratejik ehemmiyeti olan başlıca yerlerde askeri gayeler için yapılmış müstahkem mevkiilerdir. İlk zamanlarda İslam mücahitlerinin cihad için buralarda toplandıkları yerler olarak görülür. Daha sonra ribatlar, devletten tahsisat alan daimi askeri birlikleri bulunduran mevkiiler olmuştur. Etrafı savunma duvarı ile çevrilmiş, içine ambarlar, ahırlar, mescid, hamam gibi mekânlar yapılmıştır. Etrafı gözetlemek için kuleler inşa edilmiştir. İlk örnek olarak Abbasiler devrinde, Harun Reşit’in (786-809) Kuzey Afrika valisi Harşama’nın Tunus’ta 795’te yaptırmış olduğu ribatı göstermek mümkündür (Satı, 2013: 5). Ribatlar, önceleri savunma amaçlı kullanılan, askerlerin konuşlandığı mekânlardır.

Anadolu'da beylikler dönemine baktığımızda Batı Anadolu'da yeni fethedilen yörelerde ortaya çıkan kervan yolları üzerinde kervansarayların, bunun yanı sıra şehir içinde ticaret hanlarının da inşa edildiğini görmekteyiz. XIV. yüzyıl sonlarına doğru birçok beyliğin Osmanlılar tarafından kaldırılması ile önemli ticaret merkezlerinin pek çoğu canlılığını yitirmiş; siyasi konjonktürün değişmesi sonucu ticaretin ağırlık noktaları olarak yeni merkezler keşfedilmiştir. Daha önce ticari bir öneme sahip olmayan yerleşmelerin canlılık kazanarak merkez konumuna gelebildiği gibi, önemli kentlerden de bazıları bu hareketliliği korurken, bazılarının da bu hareketliliği yitirdiği söylenebilir (Yeşilbaş, 2013: 36-37). XI. ve XIII. yüzyılda bütün ticaret Anadolu'dan geçen kervan yolları vasıtasıyla yapılmıştır. Osmanlılar döneminde özellikle XV. ve XVI. yüzyıllardan itibaren inşa edilen hanlar ham madde-depolama ve işleme, teşhir ve satış için kullanıldığı gibi, uzak yerden gelen tüccarların güvenli biçimde konaklaması içinde kullanılmaktaydı. Bu yapıların en tipik ve güzel örneklerinden biri Bursa Hanlar bölgesinde yer alan Koza Han'dır (Topçu, 2011: 61). Türk mimarisinde bulunan en eski kervansaray yapıları Karahanlılar zamanında yapılmış olup, bunlara Ribat adı da verilmektedir. Bu dönemde yapılan kervansaray mimarisi ve planları daha sonra, Büyük Selçuklu ve Anadolu Selçuklu döneminde geliştirilmiştir. Şemsülmülûk Nasr b. İbrahim'in yaptırmış olduğu iki kervansaraydan biri olan Buhara-Semerkant yolunda bulunan 1078-1079 tarihli Ribat-ı Melik'in anıtsal taç kapısı ve cephesi hâlâ sağlamlığını korumaktadır (Aybicin, 2018: 8). Ribatlar, XI. yüzyıldan XV. yüzyıla değin ticari faaliyetlerin yapıldığı mekânlar olmuştur. XV. yüzyıldan sonra yapılan hanlar, hem ticaretin yapıldığı hem de şehre dışardan gelen tüccarların konakladığı yerler olmuştur.

XVI. yüzyıl başlarından itibaren şehir merkezlerinde iki tip bina türü ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki şehir merkezlerine inşa edilen şehir içi hanları, diğeri ise birer kervansaray görüntüsüne sahip menzil hanlarıdır. Kervansarayların işlevini sürdüren menzil hanları Selçuklu kervansaraylarından daha büyük boyutlu ve daha karmaşık yapılar olarak inşa edilmişlerdir. Şehir içi hanları ise bir avlu etrafına sıralanan mekânlar ve bir veya birkaç kattan oluşan düzenlemeye sahiptir. Ahır ve yolcu mekânlarının aynı kütle içine dâhil olduğu bu hanlarda alt kat depo ve ahır; üst katlar ise yolcuların konaklaması için yapılmıştır. Avlu ortasına bir şadırvan veya Anadolu Selçuklu hanlarında karşılaştığımız gibi köşk mescid yerleştirilmiştir. Cephe düzenleri ve kütle görünüşleri itibariyle menzil hanlarından farklıdır. Şehir

içi hanlarının ilk örneği Bursa Emir Handır. Daha sonra çok sayıda inşa edilmiştir. Bu hanlar işlevsel olarak ham madde, depolama ve işleme, teşhir ve satışın yapıldığı mekânlar olarak kullanıldığı gibi tüccarların güvenli biçimde konaklaması içinde kullanılan bu ticari yapılar işlevsel olarak, toptan ticaretle beraber, perakende ticaretinde yapıldığı mekânlardır (Yaşar, 2021: 67). Osmanlı şehrinde inşa edilen şehir içi hanları, revaklı bir avlunun dört tarafına dizilmiş, bir veya çok katlı düzen gözetilerek tasarlanmış, tüccarlara tahsis edilen modüler mekânlara, depolara ve ahırlara sahip olmakla beraber, bazılarının avlu ortasına bir şadırvan veya Anadolu Selçuklu hanlarında karşılaştığımız gibi köşk mescid yerleştirilmiştir. Bu binalar, menzil hanlarındaki gibi savunma amacına yönelik olmadıklarından kütle görüntüsü ve cephe düzeni farklılık arz etmektedir (Ersoy, 1994: 75; Yeşilbaş, 2013: 39). Anlaşılabileceği üzere hanların yapılış tarzlarında işlevsel farklılıklar söz konusudur.

Yolların uğrak noktalarında ve kavşaklarda kurulan hanlar ve kervansaraylar, seyahat eden insanların hayvanlarıyla birlikte konaklayabileceği, gerektiğinde hayvanlarını satıp yerine yeni hayvanlar alabileceği, özellikle dönemin şartlarında gelebilecek saldırılara ve olumsuz hava koşullarına karşı mukavemetli, çoğunlukla suya ve ormana yakın yapılar olma özelliğini taşımaktadırlar (Gürz, 2014: 17). Kervansarayların kapıları akşam olunca kapatılır, görevliler tarafından kandiller yakılırdı. Kuşluk vaktine kadar kervansaraydan kimse çıkartılmaz ancak dışarıdan yolcu alınırdı. Şehir içinde yer alan hanlar ise genellikle dikdörtgen veya kare planında, tek avlulu ve iki katlı olarak yapılmıştır (Torun, 2020: 47). Bir ya da birkaç zanaat kolunun olduğu hanlar değişik isimlerle anılmıştır: Bakırcı Han, Sabuncu Han, Kürkçü Han gibi (Tokol, 1996: 30). Otel olarak kullanılan hanlar ise şehrin dışında yer almaktadır (Kejanlı, 2010: 291). Bu yönüyle kervansaraylar, Osmanlı-Türk çarşılarında tüccarların güvenliğini sağlayan mekânlardır.

Türklerde sosyal nitelikli kervansarayların bol miktarda inşası, XVII. yüzyıl sonlarına kadar devam etmiştir. XVIII. yüzyılda yeni han inşası azalırken XIX. yüzyılda ise bazı istisnalar bir yana yeni han binaları kurma işi terk edilir hale gelmiştir. Fakat şehir içi hanları gelir sağlama ve şehirdeki iktisadi ve ticari dengeyi bozmamak adına inşa edilmeye devam etmiş ve sayıları artmıştır (Cezar, 1981: 940). XIX. yüzyıldan başlayarak ticaret hacminin büyümesi ve şehir içi hanlarının bu gelişime cevap verememesi neticesinde bazı bölgelerde hanların yıkılarak arazileri üzerine yeni iş hanlarının inşa edilmesine neden olmuştur (Yaşar, 2021: 68).

Anadolu'daki bazı hanlar ve kervansaraylar, günümüzde restore edilerek varlıklarını sürdürmektedirler. Fakat bu ticari mekânların yapısal formlarında değişiklik olmuş; asli özelliklerini kaybetmişlerdir.

Türklerin Anadolu'ya hâkim olmalarından sonra Anadolu'da ticari faaliyetler yoğunlaşmıştır. Bu yoğunlaşma sonucunda Türk çarşı mimarisi gelişmiş ve en önemli göstergesi olan kervansaraylar yapılmaya başlanmıştır. Kervansaraylarda ticaret yapıldığı gibi ayrıca sefere çıkan ordunun konaklaması için de kullanılmış yapılar olmuştur. İçinde barındırdığı hanlar ile birlikte ekonomik işlevi artan kervansaraylar, XIX. yüzyıla kadar varlıklarını korumuşlardır.

2.8. Dükkânlar

Dükkânlar, satış eyleminin sabit ve kapalı mekânlarda yapılmasını sağlayan ticari bir yapı türüdür. Ülkemizin köy ve kasabalarında, şehirlerin az gelişmiş bölgelerindeki rastlayacağımız dükkân tipleri, karakteristik örnekler olarak saymak mümkündür (Tokol, 1996: 28). Dükkân; içinde alışveriş başta olmak üzere çeşitli ticaret faaliyetlerinin yapıldığı, kapısı doğrudan çarşıya, caddeye, sokağa veya bir pasaja açılan ve içinde perakende satış veya küçük imalat işleri yapılan yerdir (Küçükörmürcü, 2005: 14). Esnafların belli malların satıldığı dükkânlarda malı tanıtmak için reklama ihtiyacı yoktur. Vitrinleri olmayan bu dükkânlara gelen müşteriler raf veya dolaplardan çıkarılan, tanıtılan malları pazarlık yaparak alırlar (Asar, 2012: 19). Dükkânlarda önceleri tek bir mekânda depolama ve satış yapılmaktaydı. Daha sonra alt kısımlarında satış, üst katlarda depolama ve yaşam mekânları ile daha şeffaf bir cepheli birimler halinde tasarlanmıştır. Genelde iki ya da üç katlı bloklar halinde düşeyde hareketlilik çok amaçlı kullanımlar sağlanmıştır. Ayrıca dükkânların ön cephelerine korunaklı üst örtü eklenerek yaya dolaşım alanlarının ve alışveriş caddelerinin oluşumuna neden olmuştur (Zengel, 2001: 11). Geleneksel dükkânların, derinliği ve cephesi yaklaşık 1,5-2m olan genelde tek katlı ve tek hacimli birimlerdir. Geleneksel Osmanlı çarşılarında bulunan dükkânların geneli vakıf malıdır. Dükkânlardan gelen gelirler sayesinde yeni ilave dükkânlarla zamanla yatay bir şekilde büyüyen çarşılar oluşmuştur. Dükkânların çarşı içerisindeki dizilişleri ya bir eksenle yan yana ve karşılıklı dizilmiş dükkânlar şeklinde ya da çift eksen üzerinde yan yana ve karşılıklı dizilmiş dükkânlar şeklinde

bir dizilim planı gösterirler (Yaşar, 2021: 69). Dükkânlar, alışveriş amacıyla yapılmış, küçük, tek katlı en küçük çarşı birimidir.

Genellikle ayakkabıcılık, saraciye, kuyumculuk, torna, ağaç ve sepet işleri gibi küçük el sanatları imalatı ile satışının yapıldığı dükkânlar, halkın yoğun olduğu yerlerde gelişme göstermiştir. Bu bölgelerde giderek çoğalarak çarşı mahallelerinin oluşumuna sebep olmuştur. Bu durum, bu bölgelerde kira artışlarının yüksek olmasına neden olmuştur (Tokol, 1996: 28). Talebin ve kiralara artması dükkân boyutlarını etkilemiştir. Dükkân cepheleri aynı kalmış ya da daralmış, derinlikleri ise artarak bu yönde bir kullanıma gidilmiştir. Ancak dükkân derinliğinin artması, alıcının malların tümünü görme ve seçme şansını azaltmıştır. Bu durumda satıcı ürettiği ve sattığı malların birer örneğini dükkân önüne sergileyerek, müşterinin ilgisini çekmek ve satın alma hevesini uyandırmak yoluna gitmiştir. Bu malların iklim koşullarından korunması ve güvenliğinin sağlanması için camla korunması “vitrin” kavramını geliştirmiştir (Küçükkömürcü, 2005: 16). Dükkânlar, çarşı içerisinde var olan, insanların gündelik ihtiyaçlarını karşılayan küçük alışveriş yerleridir.

Cami ve medrese ile birlikte yapılan dükkânlar dışında önceden yapılmış olanlar veya daha sonra yapılanlar vakfa bağışlanabiliyordu. Bu dükkânların yıllık kiralari belirtilmiş vakfa ödenmektedir. Vakıf gelirinde artış olduğunda çarşıya yeni dükkânlar ekleniyor ve bu dükkânların kira gelirlerinden vakıf yararlanmaktadır (Asar, 2012: 20). Dükkânlar, vakıf sistemi içerisinde gelişme gösteren ticari mekânlardır.

Dükkânlar, Türk çarşılarının en küçük yapılarıdır. Yan yana, sıra ile dizilmiş olan dükkânlarda halkın gıda ihtiyaçlarından giyim-kuşam ihtiyaçlarına kadar gündelik ihtiyaçlarının satıldığı mekânlardır. Önceleri vakıf malı olan dükkânlar, sonraları özel mülkiyetlere dönüşmüştür.

2.9. Pazarlar

“Bazar” sözcüğü, Farsçadan dilimize “pazar” olarak girmiştir. Genelde belli bir ürünün satıldığı yeri veya dükkândan başka bir ticaret alanını belirtmek için kullanılır. Pazarlar, haftanın belirli günlerinde ve belirli yerlerinde kurulan alışveriş yapılarıdır (Tokol, 1996: 32). Yıl içerisinde belirli zamanlarda kurulan ve özellikle

uzak diyarlardan getirilen malların satışlarının yapıldığı büyük pazarlara da Grekçe kökenli panayır Arapçada da “*suk*” ismi kullanılmaktadır (Yaşar, 2021: 64). Şehirliilerin günlük ihtiyaçlarını karşıladıkları küçük pazarlara Arapçada “*süveyka*”, Farsçada “*bâzârce*”, Türkçede “*pazarcık*” denir. İtalyancadan Türkçeye geçen piyasa kelimesi de en geniş anlamıyla pazarı ifade eder. Pazarlarda satış yapanlara pazarcı ve bezirgân (bâzârgân) adı verilir. Pazarın düzeninden sorumlu kişiye pazarbaşı denilir. İki pazar sokağının kesişmesiyle oluşan dört yol ağzına ve Arapçada “*murabba*” adı verilir (Kallek, 2007: 206). Bazar kelimesi Türkçeye “*pazar*” olarak geçmiştir ve Pazar, alışveriş yapılan haftanın belirli günlerinde kurulan ticari mekânlardır.

Anadolu’da sosyal yaşamın önemli merkezleri olarak kabul edilen pazarlar, tarihi süreçte oluşumu gelişim göstermiştir. Şehirlerin surlarla çevrildiği dönemlerde şehir içinde tarım ürünlerinin satılması yasaktı. Bu yüzden çevre köylerden gelen satıcılar mallarını kale kapılarının yanlarında kendilerine ayrılmış yerlerde satarlardı. Zamanla şehirler büyümüş ve alışla gelmiş bu açık mekânlar pazar yerleri halinde kalmıştır (Yaşar, 2021: 64). İnsanların artan ihtiyaçları ve kentlerin büyüyüp gelişim göstermesi ile birlikte pazarlar, daha geniş mekânlarda kurulmaya başlamıştır.

Haftanın belirli günlerinde kurulan pazarların temelde üç önemli özelliği bulunmaktadır: Pazarın sabit olmayıp belirli gün ya da belirli yerlerde kurulması (devrilik); satıcıların pazarlar arasında gidip gelmeleri (hareketlilik) ve alıcıların belirli yerlerde toplanmalarıdır (Özgüç ve Mitchell, 2000: 37-38).

Kırsal yerleşmeler ile kasabalarda pazarlar haftada bir kez ve çoğunca günlük kurulmakta yahut da mevsimlik, yıllık zaman aralıklarında ise daha uzun süreli, panayır şeklinde gerçekleşmektedir. Daha büyük şehrsel yerleşmelerde insanlar ihtiyaçlarının bir kısmını bakkal ve manavlardan, giyim-kuşam satan dükkânlardan, çarşılardan, market ve süper marketlerden yahut daha büyük alışveriş merkezlerinden karşılamının yanı sıra, çeşitli zamanlarda yerleşmelerin farklı kesimlerinde kurulan haftalık ya da bir diğer ifadeyle periyodik semt pazarlarından da karşılamaktadır (Tunçel, 2003: 50). Pazarlar, modern hayatın dışında gelenekten gelen bir alışveriş mekânıdır. Çok eski dönemlerden itibaren günümüze değin ulaşabilmiş pazarlar, insanların gündelik ihtiyaçlarını karşılayan ticari mekânlar olmuştur.

Mekânın yapısal özellikleri incelenirken, pazar mekânının yapısalılığı iki bakımdan ele alınmalıdır. Bunlardan ilki mekânın dış mekân özellikleri bakımından

yapısıdır. Dış mekân özellikleri bakımından pazarlar, “açık pazarlar” ve “kapalı pazarlar” olarak iki gruba ayrılır. Açık pazar; “Kurulum yeri açık alan olan pazarlar” ve kapalı pazar; “Kurulum yeri kapalı alan olan pazarlar” şeklinde tanımlanabilir. Geleneksel olarak açık alanlara kurulan pazarların büyük bir çoğunluğu, XXI. yüzyılda özellikle kent merkezlerinde bağlı bulundukları belediyelerce pazarların mekânsal kalitesinin artırılması, sağlığa uygunluk koşullarının sağlanması, pazar sakinlerinin her tür hava koşulunda daha rahat alışveriş yapabilmesinin sağlanması amacıyla kapalı alanlara dönüştürülmektedir (Kuzay Demir, 2018: 65). Son yıllarda kente meydana gelen gelişmelerden dolayı pazarların yapılarında değişiklik görülmektedir.

Mekânsal yapı bakımından pazarların belirgin bazı özelliklere sahip oldukları görülür. Şehirdeki pazarların tümünde meyve ve sebze gibi gıda maddelerinin yanı sıra, tuhafiyeler ve çeşitli hazır giyim ürünleri, mutfak eşyaları ve züccaciye satanlar ile ayakkabı, terlik satanlar da mevcuttur. Bunların dışında pazarlarda baharat, oyuncak, süpürge gibi diğer bazı maddeleri satanlar da vardır. Bir başka ifadeyle pazarlarda büyük şehir pazarlarının bir kısmında olduğu gibi belirli türden maddelerin satışına dönük olarak kurulan bir bakıma “ihtisas” pazarları da denilebilecek alışveriş mekânı parçaları yoktur. Pazarlar karma niteliklidir (Tunçel, 2003: 58-59). Günümüz pazarlarında genelde sebze ve meyve gibi gıda ürünlerinin yanı sıra pazarların bir bölümünde ev eşyaları da satılmaktadır.

Pazarlar, kurulum yerine ve arz eden insan kitlesinin ihtiyaçlarına bağlı olarak farklı kurulum zamanlarına sahiptirler (Tunçel, 2009: 40). Pazarların kurulduğu gün üzerinde etkili olan iki temel faktör etkili olmaktadır; bunlardan ilki din, diğeri ise nüfusun büyüklüğü ve bununla doğrudan ilişkili olarak belediye teşkilatının varlığıdır. Ülkemizde pazarların kurulduğu günler üzerinde öncelikle dinin etkisi belirgindir. Osmanlılar zamanında pazarların kuruluşu ile ilgili kararlar alınırken, ilgili yerleşmede semavi din mensuplarının istekleri de gözetilmiş, Hristiyanların çoğunlukta olduğu yerlerde pazar günleri, Musevilerin çoğunlukta oldukları yerlerde ise cumartesi günleri pazar kurulmamıştır. Müslümanların bulundukları yerlerde ise, çevresine göre merkezi konumda bulunan, cuma namazının da kılındığı bir “Cuma Camisi”nin var olduğu yerleşmeler, kırsal kesimde yaşayan halkın cuma günlerinde buraya toplanmasına yol açmaktadır. Cuma günü buralarda ticari hayatın canlanması, pazarların da bu günde kurulmasına zemin hazırlamıştır (Tunçel, 2009: 43). Eskiden

günümüze kadar Türk çarşılarında görülen cami etrafında alışveriş mekânlarının inşa edilmesi geleneği, pazar mekânlarında da görülmektedir.

Pazar günü haftalık pazar kuruluş sıklığı en fazla olan gün olmaktadır. İnsanların tatil günü olmasından ötürü Pazar günleri alışveriş eylemi artmaktadır (Aliağaoğlu, 2012: 52). Pazarlarda gün içerisindeki alışveriş zamanı değişmektedir. Araştırma sonuçlarına göre sabahları, ilk olarak alışveriş işlerini tamamlayıp sonra başka işlerine yönelenler ve henüz sakin olan Pazar mekânından faydalanmak isteyenler alışveriş yapmaktadır. Öğle saatlerinde daha çok memurların uğradığı zaman dilimleridir. Akşam ise işten dönenler veya son indirimlerden faydalanmak isteyenler içindir (Özgüç ve Mitchell, 2000: 50). Pazarların kurulum zamanları, toplumların beklentilerine ve ihtiyaçlarına göre değişmektedir.

Kurulma zamanları açısından düşünüldüğünde yıl içinde düzenli aralıklarla kurulan bir diğer pazar türü de “*bayram pazarlarıdır*”. Bunlar Ramazan ve Kurban Bayramı öncesinde genellikle bir hafta kadar süreyle kurulan pazarlardır. Ramazan bayramı öncesinde kurulan pazarlarda gıda ve giyim görülürken kurban bayramı için kurulan pazarlarda bunlara hayvan satışı yapılan pazarlar da eklenir. Bunun dışında bir de şehrsel büyüme ve gelişmenin doğal bir sonucu olarak pek çok şehrimizde, günümüzde yıl boyu açık olan “*sabit pazarlar*” görülmeye başlamıştır. Halk ve yöneticiler tarafından “*tanzim satış*” ve “*halk pazarı*” gibi isimlerle de anılan bu pazarların büyük bölümü geniş bir ürün yelpazesi olan haftalık pazarlardan farklı olarak genellikle sadece sebze-meyve ve diğer gıda maddeleri satan yerler durumundadır (Tunçel, 2009: 45). Bayram alışverişlerinin bir gelenek halini almasından yani insanların bu duruma ihtiyaç duymasından ötürü bayram pazarlarının kurulması gereksinimi doğmuştur.

Haftalık pazarlar, geçmişten günümüze değin toplumsal yaşamın önemli bir unsuru olmayı sürdürmektedir. Yerleşme sisteminde farklı kademelerde ortaya çıkan haftalık pazarlar, farklı amaçlara hizmet etmekte; dolayısıyla farklı işlevlere sahip olabilmektedirler. İstihdam, ucuzluk, sosyal etkileşim, statü sergileme fırsatı bu işlevler arasında yer almaktadır (Aliağaoğlu, 2012: 45). İnsanların haftanın bir veya birkaç günü bir arada bulunduğu pazarlar, ayrıca sosyalleşmenin sağlandığı mekânlardır. İnsanların bir araya gelerek gündemi konuştuğu, tartıştığı bu mekânlar aynı zamanda bilgi edinmeyi ve bilgilerin yayılmasını da sağlamaktadır. Pazarlar, belli bir görüşün veya bilginin yaygınlaşmasında önemli derecede etkili mekânlardır.

Bu nedenle toplumsal hareketliliğin sağlanmasında etkin gücü bulunmaktadır. Kültürel alışverişin meydana geldiği pazarlar, farklı sosyal çevreleri bir araya getirerek farklı bölgelere ait halk bilgisi ürünlerinin paylaşımı, bu ürünlerin yerelden ulusala taşınmasında etkin olmaktadır. Aynı zamanda somut olmayan kültürel miras ürünlerinin kullanımı ile bu ürünlerin gelecek kuşaklara aktarımı sağlanır. Bu açıdan pazarlar halk bilgisi ürünlerine yaygınlık ve süreklilik kazandırır (Kuzay Demir, 2018: 71). Mahalle ve semtlerde kurulan, halkın gündelik veya haftalık ihtiyaçlarını gidermeye araç olan bu pazarlar, aynı zamanda mahalle insanının komşularıyla görüşüp konuştuğu, birbirlerinin hal hatırını sordukları sosyal mekânlardır. Halk arasında sözlü gelenekle oluşan edebî ürünler, insandan insana dil aracılığıyla ulaşan halk bilimi ürünleridir. Bu ürünlerin konuşulması, yayılması çarşı, pazar gibi sosyal mekânlarda gerçekleşmektedir.

Pazarlardaki satış tarzları neredeyse bütün dünyada benzerlik göstermektedir. Pazar satıcıları, ürünlerini yüksek sesle ve oldukça renkli bir görüntü oluşturarak satmaktadırlar. Kullandıkları sözcükler ile adeta bir “*pazar edebiyatı*” oluşturmaktadırlar (Özgüç ve Mitchell, 2000: 52-53). Pazarlarda kullanılan dil, zaman içerisinde şehir insanlarının kullandıkları dile yerleşmektedir.

Pazarlar, Türk geleneklerinin yaşatıldığı mekânlardan biridir. Bu yerlerde alıcı-satıcı ilişkisi incelendiğinde kültürel birçok unsurun varlığını görmekteyiz. Pazarlar, yöresel ürünlerin satışının yapıldığı yerler olmasından dolayı bir kültür ortamıdır. Gündelik yaşamın bir parçası olan pazarlar, kentte yaşayan toplumun üretim ve tüketim alışkanlıkları hakkında bilgi veren yerlerdendir. Pazarlar, kentin ekonomik ve sosyal açıdan en hareketli olan bölgelerindendir. İnsanların birbirlerini gördükleri, tanıştıkları ve moral buldukları sosyal ortamlardır. Günümüzde her ne kadar büyük alışveriş merkezleri, mağazalar vb. yerler bulunsa da halen canlılığını yitirmeyen kamusal alanlardandır.

2.10. Ahilik Kavramı

Ahilik üzerine yapılan çalışmalar genellikle Ahi kelimesinin kökeni ile başlamaktadır. Bu çalışmalarda Ahi kelimesinin kökeni ile ilgili olarak iki farklı görüş ortaya atılmaktadır. Bunlardan birincisi Ahi kelimesinin Arapça kardeşim demek olan *ahi* kelimesinden, ikincisi ise çeşitli kaynaklarda geçen Türkçe *akı*

kelimesinden türetildiği iddialarıdır. Taeschner, bu kelimenin Arapçada erkek kardeşim anlamında olsa da aslında eski bir Türkçe kelime olduğunu vurgulamaktadır. Ahi kelimesinin *akı* şeklinde cömert, asil, âlicenap, nezih ve civanmert gibi anlamlara geldiğini, muhtemelen Türkmençe olan bu kelimenin *ahi* şeklinin Büyük Selçuklu Devleti döneminde İran’a ve oradan da Anadolu Türklerine geçmiş olduğunu iddia etmiştir (Ülker, 2010: 5-6). Ahi sözcüğü, terim olarak, Türkçedeki eli açık, konuksever ve yiğit anlamına gelen akı sözcüğü ile eş anlamlıdır. Bu nedenle, Türkler İslamiyet’e girdikten sonra akı anlamında olmak üzere ahi sözcüğü kullanılmaya başlanılmıştır (Çağatay, 1976: 423). Ahiliğin, tasavvufta önemli bir yeri bulunan uhuvveti hatırlatmasından dolayı da kolayca yayılması ve kabul görmesi mümkün olmuştur (Kazıcı, 1991: 540). Ahilik, XIII. yüzyıldan XIX. yüzyılın başına kadar Anadolu’daki esnaf ve sanatkâr birliklerine verilen bir addır. Terim olarak ahilik, belli devrede esnaf ve sanatkâr birliğini ifade eder. Örgüt olarak Ahilik, milâdî XIII. yüzyılın ilk yarısından başlayarak XX. yüzyılın başlarına dek Anadolu şehir kasaba ve hatta köylerindeki esnaf ve sanatkârlar kuruluşlarının eleman yetiştiren, işleyiş ve kontrollerini sağlayan bir topluluktur (Bayram, 2012: 83-84). Kardeşlik anlamından doğan Ahilik, Anadolu’da ortaya çıkmış bir esnaf birliğidir.

Ahilik, ister Arapçadan gelsin isterse de Türkçe bir kavram olsun iki durumun da aynı sonuca ulaşmaktadır. Çünkü kavramsal olarak ikisinden de çıkarabileceğimiz sonuç konukseverlik, dostluk, kardeşlik, yiğitlik ve dürüstlüktür. Bu kavramlara bağlı olarak belirli kurallar çerçevesinde esnaf ve sanatkârlar birliği adı altında Ahilik Teşkilatı oluşturulmuştur (Süne, 2018: 4). Terim olarak Ahilik, Anadolu Selçukluları zamanında kurulmuş Türk fütüvvet hareketi diyebileceğimiz kuruluşun adıdır. Otuz dördüncü Abbasi Halifesi en-Nasır Li- Dinillah’ın XIII. yüzyıl başlarında, fütüvvet teşkilatına bağlı olarak kurulmuş o dönemdeki Anadolu’nun sosyal, siyasal, kültürel, sanayi ve ticarî şartları içinde İslâm dünyasının hiçbir yerinde görülmeyen bir şekilde biçim kazanmış, bir esnaf ve sanatkârlar teşkilatı haline gelmiştir. Anadolu’da bu kelime Farsça çoğul eki alarak “*Ahiyan*” şeklinde kullanılmıştır (Temel, 2007: 4).

Ahi kelimesi, Anadolu’da kardeşlik anlamıyla kullanılmıştır. Ahi Teşkilatları, Anadolu’daki esnaf ve sanatkârların oluşturduğu bir kurum olup esnaflar arasındaki kardeşliği, marifeti, muhabbeti aynı zamanda mesleki ustalığı meydana getirmek için oluşturulmuş esnaf birlikleridir.

2.11. Ahiliğin Fütüvvetle İlişkisi

Fütüvvet sözcüğü fetâ sözünden türetilmiştir. Fetâ sözlükte “*genç, yiğit, cömert*”; fütüvvet ise “*gençlik, kahramanlık cömertlik*” anlamlarına gelmektedir. Tasavvuf kaynaklarında VII. yüzyıldan itibaren önde gelen sofilerin fütüvvet kelimesini, tasavvufî bir terim olarak kullanmaya başladıkları görülmektedir. Fütüvvet, Arapça “*mürüvvet*” kelimesi ile es anlamda söylenmiştir. Mürüvvet ise çoğu kez eli açıklık, konukseverlik ve başkasını düşünürlük anlamına gelmektedir (Temel, 2007: 4). Araştırmacılardan bazıları Ahi teşkilâtının kuruluş tarihi hakkında farklı görüşlere sahiptir. Claude Cahen, Anadolu Selçuklu Sultanı İzzeddin Kaykâvus'un (M.1210-1219) fütüvveti esas alan iktisadi bir örgütlenmeye gittiğini ve uygulamanın ilk etkilerini Konya’da gördüğünü belirtmektedir. Mikail Bayram ise, Ahi teşkilâtının ilk defa 1205’te Kayseri’de Ahi Evren tarafından kurulduğu, daha sonra söz konusu şahsiyetin Konya’ya giderek Ahileri teşkilatlandırdığı görüşündedir (Bayram, 2012: 84). Ahi teşkilâtının Anadolu’da kurulmuş bir birlik olduğu bilinmektedir.

Fütüvvet-nâmelerde nitelikleri anlatılan fütüvvetçilik, Ahilikten önce ortaya çıkmış bir kuruluştur. Ancak fütüvvetçilik, daha çok kişisel erdemlere ve askerî niteliklere önem verdiği halde Ahilik, XIII. yüzyıl başlarında Osmanlıların esnaf ve sanatkârlar arasındaki birlik ve beraberliği sağlamak amacıyla hem de devletin askerî güçleri yanında, Abbasîler yönetimindeki fütüvvetçiler gibi onlara yardımcı olarak görev yapmış bir kuruluştur (Bayram, 2012: 84-85). Fütüvvetten söz eden eserlere fütüvvetnâme adı verilmektedir. Bu eserlerin amacı; toplum yararına çalışacak iyi, ahlâklı vatandaşlar yetiştirmektir. Ahilik teşkilatı da fütüvvetnâmelerin ana ilkelerini alıp kendi yapısal özelliklerine özgü kurallar ekleyerek yeni bir şekilde tüzük ve yönetmelikler düzenlemişlerdir (Süne, 2018: 5). Buradan hareketle Ahilik ile fütüvvetçiliği kuruluş amaçları bakımından ayrı düşünmemek gerekir. Aralarında birçok yönden benzerlikler bulunmaktadır.

Fütüvvet, İslamiyet’in etkisiyle aşiret hayatından yerleşik hayata geçiş sürecinde Arap toplumunda misafirperverlik, yiğitlik ve cömertlik gibi anlamlara gelir. “*Fütüvvet*”, Ahi örgütlerinin kuruluşunda fikri ortamı sağlayarak Ahiliğin ahlaki yapısının şekillenmesinde etkili olmuştur. XIII. yüzyılda Abbasi Halifesi Nasır

(1180–1225), ülkesinin bozulan iç düzenini ve siyasal durumunu sağlamlaştırmak, özellikle Batılı faaliyetleri etkisizleştirmek amacıyla Arap kültüründeki fütüvvet teşekküllerini merkezi otoriteye bağlayarak işlevselliğini artırmaya çalışmış; ayrıca çeşitli İslam ülkelerine elçiler gönderip bu tip yapılanmayı tanıtmak ve fütüvvet ruhuyla İslam birliğini sağlamak istemiştir. Bu bağlamda Halife Nasır, önce Gıyasettin Keyhüsrev daha sonraki yıllarda da I. İzzettin Keykavus ve I. Alâeddin Keykubat gibi Selçuklu sultanlarıyla irtibat kurmuştur. Sultanlar düzeyinde kurulan ilişki çerçevesinde, İslam dininin temel prensiplerini çağrıştıran fütüvvet ilkeleri, Anadolu’da esnaf kesimi arasında kısa sürede benimsenmiştir (Gündüz, vd., 2012: 38-39). Fütüvvet ile Anadolu’da ortaya çıkan Ahilik arasındaki benzerliklerin önemli bir sebebi İslamiyet’in etkisi olmuştur. İslami prensipleri bünyesinde barındıran Fütüvvetçilik, Selçuklu ve Osmanlı Devleti dönemlerinde Anadolu’da benzer bir kurum olan Ahiliği meydana getirmiştir.

Göçebe bir topluluk olarak Asya’dan gelen sanatkâr ve tüccar Türklerin, yerli tüccar ve sanatkârlar karşısında durabilmesi, onlarla rekabet edebilmesi için kendi aralarında dayanışma sağlayarak bir teşkilat kurmaları gerekmektedir. Kurulacak bu teşkilat ile iyi, sağlam ve standart mal yapılması ve bu malların satılması mümkün olabilecektir. Ahi birlikleri bu şartlara tabi olarak ortaya çıkmıştır (Süne, 2018: 5). Buradan anlaşılabileceği gibi Ahiliğin yayılmasında Türklerin Anadolu’ya geldiklerinde gördükleri Bizans ticari hayatı etkili olmuştur.

Ahilik içerisindeki esnaf birlikleri İslam’ın ilk yıllarından itibaren görülmeye başlayan Fütüvvet teşkilatının içinde ortaya çıkmıştır. Bu teşkilatların ortaya çıktığı yerlerde, mensupları *civanmerd*, *ayyar*, *fetâ* gibi farklı adlar altında tanımlanmışlardır. Fütüvvet teşkilatının yaygın olduğu bölgeler Suriye, Irak, İran, Türkistan, Semerkant, Endülüs, Kuzey Afrika ve Mısır’dır (Ülker, 2010: 5). Ahiler, fütüvvetnameleri kendi üyelerinin sosyal ve manevi yönlerini geliştirmek amacıyla kullanmışlardır. İlk fütüvvetnamelerde, Ahiliğin ana ilkeleri olan bir meslek veya sanat koluna bağlı olmak ve onların bu yönlerinin geliştirilmesi gibi konular yoktur. Bunlar meslek ve sanata ait törenler, kurallar, Türklerin İran bölgesinde bulundukları sırada yazılmış Farsça fütüvvetnamelerde, Anadolu’ya geldikten sonra burada yazılmış Türkçe fütüvvetnamelerde yer almış bulunmaktadır (Çağatay, 1988: 490). İbn Batuta Seyahatnamesinde Ahiliği fütüvvetçiliğe benzetmiştir. Oysa Ebu Hafs Ömer üs-Sühreverdi eliyle sufi kurallarından alınma fütüvvetnâme adı verilen bir

tüzükle örgütlenmiş bulunan fütüvvetçilik, örgüt bakımından da Ahiliğe benzemez. Görkemli törenlerle bu fütüvvet örgütüne girenler de birbirlerini “Ahi” diye çağırıyorlar ve bu sözcüğü bir şeref unvanı olarak kullanmıyorlardı. Esasen Fütüvvetçiliğin kurucusu olan Nâsır Li Dinillah, fütüvvetçiliği Ahiliğin amaçları doğrultusunda ve ona benzer bir düşünce ile örgütlendirmemiştir. O, çağında birçok İslâm ülkelerinde dağınık olarak gruplaşma ve çoğu kez birbirlerine düşmanca davranan örgütleri bir araya toplayıp politik düzeni ve güveni sağlamak için fütüvvetçiliği ele almıştır (Temel, 2007: 7). Amacı ve fonksiyonu bakımından Nasır fütüvvetçiliğinden büsbütün başka olan Ahiliği, sadece bu fütüvvetnâme benzerliklerine bakarak aynı nitelikte saymak ve fütüvvetçilikten örnek alınarak geliştirilmiş bir kuruluş olarak görmek büyük yanlışlık olur (Çağatay, 1976: 428).

Araştırmacıların ortaya koymuş oldukları bilgilere göre İslam’ın içerisinde Müslümanlar arasında askeri bir güç olarak çıkmış olan fütüvvet ile Anadolu’da esnaf ve sanatkârlar arasındaki birlikteliği sağlamak amacıyla ortaya çıkan Ahilik, yapısal olarak benzerlik gösterse de farklı teşkilatlar olduğunu söylemek mümkündür.

Ahilik teşkilatına üye olunabilmesi için belirli bir meslek ve sanat mensubu olması gerekirken, fütüvvet geleneğinde belirli bir meslek veya sanata sahip olmaya gerek yoktur. Bunun yanında fütüvvetçilikte, daha çok kişisel erdemlere ve askerî niteliklere önem verilirken Ahilik bünyesindeki kişiler, XIII. yüzyıl başlarında Osmanlı Devleti’nde askerî ve yönetim kurumlarını düzene sokmalarının yanı sıra lonca şeklinde de görevlerini yerine getirmişlerdir (Süne, 2018: 6). Franz Taeschner, “*fütüvvetin halk arasında yaygın şekli Ahilik*” diye çevirebileceğimiz bir başlık koyduktan sonra “*Selçuklu Anadolu’sunda şehirlerdeki sanatkârlar arasında fütüvvet ilginç bir biçim aldı. Çünkü fütüvvet sahibi kişi ahi adını alıyor*” diyor. Ahilik fütüvvetin gelişmiş bir biçimi değildir. Aslına bakılırsa fütüvvetçilik tek bir ulusun malı ve icadı da değildir. Her ulusun, kişi ya da toplum olarak başkalarına karşı kendine özgü bir davranışı vardır (Çağatay, 1976: 428). Fütüvvet ve Ahilik, İslâm-Türk kültür ve medeniyeti içerisinde sosyo- kültürel, meslekî, ekonomik ve dinî-ahlaki bakımlardan önemli roller oynamış kurumlar arasında yer almaktadır. Temellerinin İslâmî dönem içerisinde atıldığını gördüğümüz fütüvvet kurumu, tarih boyunca birtakım oluşum ve gelişim sürecine uğramıştır. İlk ortaya çıkış itibarıyla içtimaî bir özellik gösteren bu kurum, gerek iç gerekse dış birtakım

hareketlenmelerden de etkilenmiştir. Ahiliğin Anadolu'ya girişi ise, fütüvvetin tarihî gelişimine paralel bir yol takip ederek, Anadolu'ya girmesinden hemen sonraya rastlamaktadır. Bundan sonra Ahilik adıyla gelişme gösteren kurum, Anadolu'da birçok sahada önemli gelişmelere damgasını vurmuştur. Osmanlı Devleti'nin kuruluşunu tamamlayıp, merkezî otoritesini sağlamlaştırdığı zamana kadar Ahilik, siyasî gelişmelerde önemli roller oynamıştır. Merkezî otoritesi güçlendikten sonra da, Anadolu'nun sosyo-ekonomik gidişatını büyük oranda çizmeye başlamıştır. Sonuç olarak özellikle muhtevalardaki benzerlikler bakımından Ahilik fütüvvetten ayrı ve bağımsız olarak düşünülmemelidir. Fütüvveti araştırıp incelemeden, Ahiliği tam anlamak mümkün değildir. Ahi teşkilatı, XIII. yüzyılda Anadolu'da Ahi Evren tarafından kurulmuş olmaktan ziyade geliştirilmiş görünmektedir. Bu teşkilatın gelişmesinde, Moğol istilası nedeniyle, doğrudan Anadolu'ya göç eden birçok sınıfa mensup insanın rolleri bulunduğunu da belirtmektedir. Ayrıca Ahilik, mahiyet bakımından, tam manada bir esnaf teşkilatı görünümünde değildir (Temel, 2007: 9). Başlangıçta Ahilik, Fütüvvet teşkilâtının içinde teşekkül etmiş ise de bilahare ayrı bir biçimde yapılanmış, Fütüvvet Teşkilâtı ortadan kalktıktan sonra da Ahilik, Anadolu'da varlığını uzun süre devam ettirmiştir (Bayram, 2002: 258).

Fütüvvet teşkilatları özellikle Abbasiler döneminde İslam toplumlarında orduya yardım amaçlı kurulmuş birliklerdir. Ahi teşkilatı ise önceleri siyasi düzeni sağlamak amacıyla kurulmuş, sonraları ise Anadolu'daki esnafları dini, mesleki ve ekonomik anlamda iyi yetiştirmek amacıyla kurulmuş ve varlıklarını uzun yıllar devam ettirmiş bir kurum olmuştur.

2.12. Ahiliğin Anadolu'da Ortaya Çıkışı

Anadolu'da Ahilik, tarihi olayların getirdiği zorunlu sebeplerden ötürü sosyo-ekonomik dengenin sağlanması amacı ile gelişip örgütlenmiştir. Bu teşkilatlanmanın kendine özgü kurallarının yanı sıra Anadolu Türklerinin hayatında büyük değişiklikler meydana getirmiştir. Anadolu'da bu örgütlenme sayesinde göçebe olan Türklerin kısa sürede şehirleşmesini sağlamıştır. Ayrıca ortaya çıktığı XIII. yüzyılın ikinci yarısına dek Türk olmayan toplulukların elinde olan meslek ve zanaatları Türkler de öğrenmeye başlamış, böylece Türk esnaf ve sanatkârları ticari hayata girmekle kısa zamanda şehir ekonomisine katkıda bulunmuşlardır (Çağatay, 1976:

429). Göçebe olan Türkler XI. yüzyılın ikinci döneminde Maverâünnehir'in civarından kalkarak İran'ı zapt ettiler ve Anadolu'nun doğu sınırına kadar geldiler. Gruplar halinde Kafkas yolları aşıldı. Alparslan'ın ordusu, Malazgirt Ovası'nda Bizans ordusunu bozguna uğratıp imparatoru esir aldıktan sonra hızlı bir şekilde Anadolu'ya yayıldı. Göçebe olan Türkler köylere kasabalara ve şehirlere yerleştiler (Süne, 2018: 6). Türkistan ve Maverâünnehir'den gelen göçebe Türkler, Orta Asya ticaret hayatında çok ileriydiler. Ticari ortaklıklar kurmuşlar, çek kullanmışlar, daha o zamanlarda kâğıt paraya geçiş niteliğinde ipek kumaş parçalarını damgalayarak "akça" adıyla para yerine tedavüle koymuşlardı. Bu gelen tüccarlar, Anadolu'da Ahi teşkilatını kurmuşlardır (Çağatay, 1988: 485). XIII. yüzyılda Moğol Hükümdarı Cengiz ile başlayan Moğol istilasından korunmak için halkı savaş bakımından örgütlemek hem de Anadolu'daki Bizans esnaf ve sanatkârlarına rekabet edebilmek için Anadolu düşünürleri ve devlet insanları bir örgütlenme yoluna girmişlerdir. Âşık Paşa Oğlu tarihinde ve benzerlerinde, Osmanlı ordusu içinde ve onlarla omuz omuza düşmanla dövüşen gönüllü yardımcı birlikler arasında, zaviyelerde güçlü milli duygularla yetiştirilmiş Ahi birlikleri de sayılmaktadır. Bu gönüllü birlikler şunlardır: Gaziyan-ı Rum, Ahiyan-ı Rum, Baciyan-ı Rum ve Abdalan-ı Rum (Çağatay, 1976: 432). Ahi birlikleri, Anadolu'nun Türkleşmesinde ve savaşlarda zafer elde edilmesinde etkin rol oynamışlardır.

Kentlerin düzeni ile Ahiler yakın ilişkilidirler. Ahi kuruluşları Moğol rejimine ve hatta ondan sonraki döneme değin, tam hızına ulaşamamıştır. Bu kuruluş üyeleri hükümetlerin zayıf ve güçlü oldukları dönemlerde, gene var olmakla beraber, geri plana çekilmiştir (Chen, 1979: 196-197). Ahi birlikleri, devletin şehirlerde siyasi ve sosyal düzeni korumada yardımcı olmuşlardır.

Ahiliğin Anadolu'da hızla yayılmasını sağlayan sebeplerden biri XII. yüzyılda Anadolu'nun siyaset durumuna bakıldığında devletin merkeziyeti I. Alâeddin Keykubad sonrası bozulmuş, hanedan üyeleri arasında taht kavgaları başlamış, daha sonrasında Anadolu, Moğol saldırılarına uğraması sonucunda ülkenin güvenliği kalmamıştır. Bu kötü gelişmelerden dolayı halkın önde gelenleri Ahiliğin güçlenmesinde yardımcı olmuşlardır (Demir, 2004: 44). Görüldüğü üzere Ahilik, Anadolu'daki siyasi düzeni sağlamak ve Bizans esnaf ve sanatkârlarıyla rekabet edebilmek için kurulmuş bir teşkilattır. Böylece Türkler Anadolu'daki ekonomik hayatta da üstünlük elde etmişlerdir.

Araştırmalara göre Türkiye Selçuklular döneminde Ahi teşkilatı ilk olarak Kayseri’de XIII. yüzyıl başlarında ortaya çıkmış ve bu yüzyıl içinde bütün Anadolu’ya yayılmıştır. Özellikle Türkmenlerin Uluğ Sultan diye andıkları I. Alâeddin Keykubat zamanında bütün Anadolu’ya yayılmış ve devletin yapısı içinde yer almıştır. O dönemde belediye ve emniyet hizmetleri bu iki kuruluşa gördürülmüştür (Temel, 2007: 12). Devletin siyasi ve sosyal düzenini sağlamak amacıyla Ahi birlikleri, Anadolu’nun en ücra yerlerine kadar örgütlenme yoluna gitmiştir.

Anadolu Ahi teşkilâtının baş mimarı sayılan debbağların (derici esnafının) piri olup, “*Ahi Evren*” diye ünlenen Hacı Nasîrî’-d-din Mahmud, Hoylu’dur. Ahi Türk ve kardeşi Ahi Başara, Urmiyelidir. Hoy ve Urmiye, o dönemde Sökmen iline dâhil idi. Tacir Mevdûd’un oğulları Ahi Şihabeddin Çoban ve Ahi Bedreddin Yaman Ahlatlıdırlar. Ahi Ahmet Nahcevanlıdır. Ahi Yusuf Sürmarlıdır. Velhasıl Merendli, Tebrizli, Zencanlı, Merağalı Ahiler bulunmaktadır. Otuz dördüncü Abbasi Halifesi en- Nasır Li dinillah’ın kurduğu Fütüvvet teşkilâtının üyeleri olan bu ilk Ahiler, Anadolu’da örgütlenerek, esnaf ve sanatkârları içine alan bir kuruluş olarak ortaya çıkmıştır (Bayram, 2002: 258). Ahiliğin Anadolu’da örgütlenmesinde ve hızlı bir şekilde yayılmasında Ahi Evren’in önemi büyüktür.

Ahi Evren’in ilk yerleştiği yer olan Kayseri’de bu düşüncelerden dolayı büyük bir sanayi sitesi kurulmuştur. Şunu da önemle belirtmek lazımdır ki sanayi sitesi olgusu şehirleşmenin çok önemli bir göstergesidir. Göçebe toplumların iktisadi hayatı hayvancılık üzerine inşa edilmiştir. Konaklanacak yer ise bu hayvanların otlayabileceği meralardır. Türklerin İslâm ile tanışmasıyla başlayan şehirleşme eski göçebe ahlâk ve değerlerinin şehirleşmeyle birlikte kısmen terk edilmesini gerekli kılmıştır. Ahi organizasyonu şehir ekonomisinin çıkardığı bir sonuç olmuştur. Bu birliklerin bizim başlangıçta tarım dışı üretim diye nitelendirdiğimiz, meta üretimine hâkim güçler haline dönüşmesi, onların aynı zamanda yerleşik hayat değerleriyle de belli bir uzlaşma içine girdiğini göstermiştir (Temel, 2007: 13). Anadolu’da şehirlerde ortaya çıkmış olan çarşı merkezlerinde Ahi birliklerinin varlığı, Anadolu esnaflarının göçebe hayattan yerleşik hayata geçtiklerinin önemli bir göstergesi olmuştur.

Ahilik kısa sürede başta Sivas, Kayseri, Konya, Kırşehir, Ankara, Manisa, Antalya ve Denizli olmak üzere Anadolu’nun birçok bölgesinde teşkilatlanarak en

üçra yerlere kadar yayılmıştır. Ahi Evren, Anadolu’da Ahiliği yaymak için gittiği Denizli’ de bir süre kalmıştır. Denizli’de kaldığı sıralarda 1333’te Anadolu’yu gezen ünlü seyyah İbn-i Battuta’nın da bahsettiği Ahi Sinan, Ahi Evren ile görüşerek ona talebe olmuştur. Böylece Denizli’de insanların imanlarının olgunlaşmasını ve iş ahlakının yerleşmesini sağlayan Ahi teşkilatı kurulmuştur (Demir, 2004: 44). İslam dininin Türkler arasında yayılmasında etkili olan Ahi Evran, Azerbaycan’ın Hoy kasabasında doğmuş, ilk eğitimini de burada almıştır. Daha sonra eğitimini Maverâünnehir ve Horasan gibi ilim merkezlerinde sürdürmüş, Bağdat’ta dönemin meşhur âlimlerinden Fahreddin Razi’den (ö.1210) fen ilimleri, Hoca Ahmet Yesevî’nin (ö.1166) öğrencilerinden de tasavvuf dersleri almıştır. Ahi Evran, Asya’dan Anadolu’ya gelen ilk Türk düşünürlerinden biridir. Anadolu’nun Denizli, Kayseri ve Konya gibi şehirlerini gezerek insanlara İslam’ın güzel değerleri, iş, ticaret ve meslek ahlakı konularında öğütlerde bulunmuştur. Kayseri’ye yerleşen ve burada bir debbağ atölyesi kuran Ahi Evran’ın fütüvvet kültürüyle tanışması dönemin önemli bilim ve kültür merkezlerinden Bağdat’ta Razi’nin öğrencilerinden Evhadüddin Kirmanî ile karşılaşmasından sonra olması muhtemeldir (Kızıler, 2015: 412-413). Özellikle I. Alâeddin Keykubad’ın büyük destek ve yardımıyla, bir taraftan İslâmî-tasavvufî düşünceye ve fütüvvet ilkelerine bağlı kalarak tekke ve zaviyelerde şeyh-mürîd ilişkilerini, diğer taraftan iş yerlerinde usta, kalfa ve çırak münasebetlerini ve buna bağlı olarak iktisadî hayatı düzenleyen Ahiliğin Anadolu’da kurulup gelişmesinde Ahî Evran’ın büyük rolü olmuştur (Kazıcı, 1988: 540). Ahiliğin kurucusu olan Ahi Evran’ın hem tasavvuf dersleri olarak İslami terbiye ile yetişmesi hem de ticari hayata vakıf olmasından dolayı Ahi teşkilatı, ticari ve sosyal bir kuruluş olmuştur.

Anadolu Selçuklularında halk şehir ve köylerde yaşayanlar olmak üzere iki grupta düşünülmektedir. Şehirlerde Anadolu nüfusunu meydana getiren çeşitli topluluklar oturuyordu. Bunlar, Hükümet mensupları, ayanlar, ilim erbabı, fütüvvet teşkilatı gibi dört kademedan oluşuyordu. Her şehirde ayrı ayrı loncalar halinde teşkilata sahiptiler. Aynı loncaya bağlı olanlar arasında sıkı bir meslek bağlılığı ile maddi ve manevî bir denetleme vardı. Her esnaf zümresinin başında bulunan kimseye “*ahi*” yahut “*şeyh*” deniliyordu. Bunun yardımcısına da “*yiğitbaşı-server*” deniyordu (Temel, 2007: 15). Esnaf teşkilatının yani Ahilerin, İslâmiyet’in Anadolu’da yayılmasında büyük etkileri olmuştur. Diğer dinlerden olan esnaflar

Ahilerin derneğine giremedikleri için, Türk- İslâm kültürü içinde yetişen esnaflar, şehrin sanatını ve ekonomisini ellerine geçirmişlerdi. Esnaf dernekleri dışında kalan Hristiyanlar, bundan çok zarar görüyorlar, bu yüzden İslâmiyet'i seçiyorlardı (Atçeken ve Bedirhan, 2012: 90). Anadolu'da yaşayan gayrı-müslimlerden bazıları- özellikle Hristiyanlar- Ahiler sayesinde İslam'ı kabul edip Müslüman olmuşlardır.

Ahi Evren, ahlakla sanatın ve konukseverliğin uyumlu bir birleşimi olarak kurduğu Ahiliği o denli itibarlı bir duruma getirmiştir ki bu kurum, yüzyıllar süresince bütün esnaf, sanatkâr ve meslek erbabına yön vermiş, çalışmalarını düzenlemiştir. Yeniçeri ordusunun kuruluşunda, Hacı Bektaş töreleri ile birlikte önemli rol oynamış, devlet adamları, hükümdarlar bile bu kuruluşa girmeyi şeref bilmişlerdir. Örneğin Osmanlı hükümdarı Orhan Bey (saltanatı: 1326- 1359), şed kuşanarak Ahi olmuş, kendisi de başkalarına şed kuşatmış, yani Ahiliğe sokmuştur. Orhan Bey, Ahi unvanlarından "*İhtiyarüddin*" unvanını kullanmıştır (Çağatay, 1976: 35). Bu sayede Osmanlı sultanları ile Ahi üyeleri arasında sürekli bir irtibat kurulmuş, Anadolu'daki siyasi otorite olumlu yönde bu durumdan etkilenmiştir.

Bizanslılardan alınan ve Rum ahali ile meskûn bulunan şehir ve kasabaların yalnız nüfus çoğunluğu itibariyle değil, iktisadi faaliyetin karakteri, kültür ve yaşayış itibariyle de Türkleşmesinde o zaman Anadolu'sunun şehirlerindeki "*Esnaf – Ahi*" teşkilatına dayanan ticaret sisteminin büyük rolü vardı. Çünkü diğer eski Türk- Anadolu kasabalarından, yeni alınan şehirlere gelen ve evvelki zanaatlarını işlemek üzere, esnaflığa başlayan Türklerin, mevcut adet gereğince, derhal Ahi teşkilatını kurmaları ve böylece her zanaat şubesinin başına bir "*Ahi-Şeyh veya Ahi-Kethüda*" geçirmeleri icap ediyordu. Bu durum, bütün yeni Osmanlı şehirlerindeki her türlü ticari faaliyetin Rumlardan Türklere geçmesini zaruri kılmaktaydı. Yalnız, burada şu noktanın önemle sözünü etmek gerekir ki, Ahi-Esnaf teşkilatı her zanaat şubesinde Ermeni üstatların veya çırakların çalışmasına imkân vermiş görülmektedir. Bursa'nın malum en eski hayatında Ermeni esnafa çokça rastlamaktayız. Fakat Rum esnafını aynı nispette çok göremiyoruz. Bundan anlaşılan şudur ki, Bizans ahalişi Ahi-Esnaf teşkilatına Yahudiler ve Ermeniler kadar alışmamışlardır (Akdağ, 1979: 483-484). Ahi birliklerinin içerisinde var olan Ermeni ve Yahudi zanaatkârlar, bu sayede mesleklerini huzur içerisinde icra edebilmişlerdir.

Ahi birliklerinin Osmanlıların kurulup gelişmesinde de büyük rolü olmuştur. Hatta ilk askeri birlik olan yaya askerlerinin kıyafetleri bile Ahilerin elbiselerine

benzetilmiştir. 1. Murad devrinde kurulan Yeniçeri teşkilatının kıyafetinde de Ahi başlığı kabul edilmiştir (Ekinci, 1989: 48). Ahiliğin Osmanlı Devleti'nin kurulmasındaki rolünü anlamak için Osmanlının kurucusu Osman Gazi ile onun kayınpederi olan Şeyh Edebali arasındaki ilişkiye bakmak gerekir. Ahi Edebali'nin Söğüt'e gelmeden önce Ahi Evran zamanında Kırşehir'de yaşadığı bilinmektedir. Aşıkpaşazade'ye göre Şeyh Edebali, Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda önemli rol oynayan “*Gaziyan-ı Rum, Baciyan-ı Rum, Ahiyan-ı Rum ve Abdalan-ı Rum*” zümrelerinden Ahiyan-ı Rum koluna mensuptur (Uçma, 2003: 30). Araştırmalardan Osmanlı Devleti'ndeki birçok kazaskerin, vezirlerin, şeyhülislamların vb. bürokratların Ahi teşkilatına üye oldukları bilinmektedir.

Ünlü araştırmacı M. Fuat Köprülü de Osmanlıların kuruluşunda Ahilerin rollerinin olduğunu belirtmektedir. Âşık Paşazade 'nin Anadolu'daki önemli örgütlenmeler arasında saydığı zümrelerden birisi de Ahiyan-ı Rum'dur. XIV. asırda bu zümrenin Anadolu'nun siyasi ve ekonomik hayatta çok etkili olduğu bilinmektedir (Köprülü, 2009: 110).

Küçük bir aşiretten doğan Osmanlının kısa sürede büyüyip güçlenmesini Osman Bey'in sadece dört yüz çadırından değil; Anadolu'da uzun yıllar önce kurulmuş olan ve aralarında sıkı bir dayanışma ve disiplin anlayışının olduğu Ahi birliklerine bağlayan araştırmacılar vardır (Uçma, 2003: 31-32). Osman Gazi bir bölgeyi ele geçirdikten sonra bu ülkeyi nasıl örgütleyeceğini Ahilerden ve Fakılardan sormaktadır. Fakat İslâm hukukunun, İslâm kurumlarını bilen insanlar olarak gazi önderi yönlendirici bilgiler sağlamaktadır. İlk Osmanlı beyleri Osman ve Orhan tarafından ahiler ve fakılara verilmiş birçok vakıf köy ve çiftlikler tahrir defterleri kayıtlarıyla bize kadar gelmiştir. Bu dönemde vakıfların büyük bir kısmı fakılara verilmiştir. Bu kayıtlarda, daha bu zamanda, Türkmenlerin köylere yerleştirildiğini biliyoruz. Köye yerleşen bir grubun, tabi, İslâm kurallarına göre yaşamlarını düzenlemek için bir köy imamına bir din adamına ihtiyacı vardı. Böylece Fakıların en aşağı derecede olanları bu köy imamlarıdır. Daha yukarıda Kadılar, vezirler gelmektedir. İbn Batuta seyahatinde rastladığı bu çeşit köy imamlarından söz eder. Osman döneminde bu fakıların en meşhuru Tursun Fakih' dir. Söğüt yakınında türbesi bugün bir ziyaretgâhtır. Eskiden daha çok Ahilerin önde geldiği sanılıyordu. Fakat tahrir defterlerindeki vakıf kayıtları gösterdi ki, fakılar daha ağır basmaktadır. Fakat ileri gelen fakılar Sünnî İslâm hukukunu bilen insanlar olarak önemli rol

oynamışlardır. Osmanlı dönemine ait fakılar arasında Edebali Tursun Fakih adlarını bilinmektedir (Temel, 2007: 24). Osman Bey döneminde, Anadolu’da Ahilik ve Babailik olarak iki mühim tarikat vardı. Ahi reislerinden olup Eskişehir civarında İtburnu mevkiinde tekkesi bulunan Şeyh Edebali, o havalinin en itibarlı ve sözü geçen ulularındandı. Tahsilini Mısır’da yapmış olan Edebali’nin kızı Malhon Hatun’u Gazi Osman Bey almış ve bu suretle Ahilerin nüfuzundan istifade etmiştir. Nitekim Şeyh Mahmut Gazi, ahi Şemsettin ve oğlu Ahi Hasan ve sonradan Osmanlılarda kadı, kazasker ve vezir olan Candarlı (Cendereli) Kara Halil de Ahilerden olup bunların hepsi Osmanlı beyliğinin kurulmasında ve büyümesinde hizmet etmişlerdir (Temel, 2007: 25). Ahi teşkilatı, Osmanlı Devleti’nin kurulup büyümesinde çok önemli bir rolü bulunmaktadır.

Ahiler, Osmanlının ilk zamanlarında Anadolu’daki güvenliğı sağlayarak bu sırada kuvvetlerini dış işlerine yöneltmek zorunda olan Osmanlıların yüklerini hafifletmişlerdir. Osmanlı Devleti’nin merkezi idaresi yeterince güçlendikten sonra Ahi birliklerinin siyasi rollerine ihtiyaç kalmamış ve bu teşkilat siyasi işlevini hiçbir kargaşaya meydan vermeden kendiliğinden bırakmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nun kuruluşundan XVIII. yüzyıla kadar Ahi birlikleri süregelmış ve Türk iktisadi hayatında önemli rol oynamıştır. Bu dönemde devletin merkezi İstanbul’daki devlet idarecilerinden Anadolu’daki en fakir halka kadar bütün ihtiyaçları yerli ürünlerle karşılanıyordu. Ahi birliklerince yetiştirilen esnaf ve sanatkârlar üstünlüklerini bütün dünyaya kabul ettirmişlerdi. İslam ekonomisinin üretim anlayışına uygun bir şekilde, üretim ihtiyacının bir fonksiyonu gibi düşünülmüş ve ona göre ayarlanmıştır (Ekinci, 1989: 48). Siyasi düzeni sağlamaya yardımcı olan bu Ahi birlikleri, sonraları Anadolu’daki tarikatların tesiriyle dini-ahlaki eğitimler almış, işini yapan, dürüst ve ahlaklı esnaflar yetiştirmeye başlamıştır.

Sonuç olarak Ahilik, Anadolu’da XIII. yüzyılda ortaya çıkmış olan bir kurum olduğunu söyleyebiliriz. Anadolu’da İslam’ın yayılmasında ve alanlarında uzman meslek erbabı esnaf ve sanatkârların yetişmesinde bu teşkilatın ve kurucusu olan Ahi Evran’ın rolü büyüktür. Ahi birlikleri XIII. yüzyıldan XVIII. yüzyıla kadar Selçuklu ve Osmanlılarda siyasi ve ticari hayatta etkin rol oynamışlardır.

2.13. Ahiliğin Amaçları

Anadolu’da ortaya çıkan ve en ücra yerleşim yerlerine kadar yayılan Ahi birlikleri, millî birliği ve bütünlüğü, sosyal dayanışma ve yardımı temel ilke olarak benimseyen bir topluluktur. Aynı zamanda dostluk ve kardeşlik havası içinde, toplumsal ahlâk kurallarına sıkı sıkıya bağlı, millî bir toplum kurmayı amaçlayan, yurt ekonomisinde temel ihtiyaç maddelerini en kaliteli, en ucuz biçimde üretmeyi öngören millî bir teşkilattır (Gündüz, vd., 2012: 39). Ahilerdeki insan odaklılık bireyleri sistem içinde ahlâkî ve meslekî olarak bütün boyutlarıyla yetiştirmeyi hedefler. Böylece üyenin tutum ve davranışlarıyla çevresini ve toplumu etkilemesi ve örnek olması düşünülmektedir. Bireydeki bu gelişim eğitimle olacağından Ahiler eğitim ve öğretime gereken önemi vermişlerdir (Temel, 2007: 50). Günümüzde ticari hayatta görülen usta-çırak ilişkisi, Ahiler arasında yaygın bir biçimde kullanılan ekonomik bir eğitim modeli olmuştur. Bu sayede daha küçük yaşlarda ticaret ehli yetiştirmeye başlamış ve işinde ustalaşmıştır.

Ahi kişi; Allah’ın kendisine emir buyurduğu yüce insanlık niteliklerinden ve İslâmiyet’in yüce ilkelerinden yararlanarak hem ruhen hem de bedenen yararlı bir şekilde çalışarak; *“Dünyada insanca yaşamak, çevresindekileri, ulusunu ve hatta tüm insanlığı yaşatmak”* amacı içinde olmuştur. Böylece insan henüz dünyada iken ahiretini kazanmak amacındadır (Oncar, 2016: 25). Ahi üyeleri dinî-ahlaki bir anlayışla yetiştirilip ticari hayata kazandırılmaktaydı.

Ahilik, anayurtlarından Anadolu’ya gelen Türklerin kendi sanat ve ticaretlerine yeni bir yaşama ve çalışma kültürü oluşturma çabalarıdır. Dolayısıyla önce bütün esnaf ve sanatkârlar tek bir örgüt altında toplanmış ve bunlar ahlaki, mesleki ve askerî bir eğitimden geçirilmişlerdir (Durak ve Yücel, 2010: 153). Verilen eğitimlerle Ahilerin iyi bir insan ve sanatkâr olması hedeflenmiştir.

Ahiliğin temel amacı insanın dünyada ve ahirette mutlu olmasına yardımcı olmaktır. Bu yaklaşım; Ahilerin dünya için ahiretini, ahiret için dünyasını terk etmeyen dengeli bir hayat anlayışı geliştirmelerini sağlamıştır. Ahilik anlayışına göre bütün insanlar, eşya, tabiat ve dünya, Allah’ın insanlığa bahsettiği emaneti olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla emek gücünün, tüketicinin kısaca insanın ve tabiatın sömürülmemesi, aralarında adalet ve denge ilkeleri korunarak bireysel ve toplumsal refah ve huzurun sağlanması esas alınmıştır (Süne, 2018: 9). Ahilik, her şeyden üstün

tutulan insanın dünyasında ve ahiretinde mutlu olabilmesi için onu bir bütün olarak ele almış ve “*insan-ı kâmil*” diyebileceğimiz bir ideal insan tipi ortaya koymuştur. Ahi ahlâkının kaidelerinden faydalanarak özelliklerini sıralayabileceğimiz bu insanın görgü kuralları ile de sosyal hayatı düzenlemesi amaçlanmaktadır (Ekinci, 1989:22). İnsan-ı kâmil anlayışı, İslam’ın etkisiyle doğmuş olan tasavvuf düşüncesinde mükemmel insan demektir. Yani Ahilik sistemi, insanlara dinî ve mesleki eğitim vererek ideal tipe ulaşmayı amaç edinmiştir.

Anadolu’ya göç eden Türkmenler, coğrafi uygunluğu nedeniyle İç Anadolu bozkırlarını yaşam alanları olarak tercih etmişlerdir. Bu nedenden dolayı Anadolu’nun tamamı göz önüne alındığında, Orta Anadolu, daha hızlı bir İslamlaşma ve Türkleşme seyrine sahne olmuştur. Şehirlerdeki Türkleşme ve İslamlaşmanın hız kazanması için göçebe Türkmenlerin şehirlerde yerleşmeleri temin edilmeliydi. Bunun yolu da bu göçebe kitlelerini bir sanat ve meslek sahibi yapmaktan geçmekteydi. Ahi teşkilatı bu Türkmen kitlelerini iş ve meslek sahibi yaparak onların yerleşik hayata geçmelerinde önemli bir rol oynamıştır (Demirpolat ve Akça, 2004: 364-365). Anadolu’nun hızlı bir şekilde Türkleşmesinde, göçebe olan Türklerin yerleşik hayata geçmesi etkili olmuş, bunu sağlayan da Ahi birlikleri olmuştur.

Dayanımcı bir ruh yapısına sahip olan Ahi birlikleri, çatışmacı anlayıştan uzak durmuşlardır. Bu nedenle onlar zengin ile fakir, üretici ile tüketici, emek ile sermaye, millet ile devlet yani toplumun bütün fert ve kurumları arasında iyi ilişkiler kurarak herkesin huzur içerisinde yaşamasını hedeflemişlerdir. Dolayısıyla Ahilik; üretmeden tüketmeye, ihtiyaç fazlasını tüketmeye, haksız rekabete, güçlünün zayıfı sömürmesine, haksız kazanç sağlamaya, insanları kandırmaya kısaca, ahlâkî olmayan her türlü davranışa karşı olan bir düşünceyi savunmuştur (Ekinci, 1989: 22). Bu sayılan özellikler, Ahilerin Anadolu esnafının “iyi” bir insan modeli oluşturmuş, uzun yıllar bu eğitim modeli esnaflar arasında uygulanmıştır.

Özetle Ahilerin temel amacı, bireylerin dünyada ve ahirette mutlu olmalarını sağlamak olmuştur. Bunu yaparken de ideal insan modeli olan insan-ı kâmil hedeflemişlerdir. İnsanlara ahlaki ve mesleki eğitim vererek işinin ehli olan esnaf ve sanatkârlar yetişmesini sağlamışlardır.

2.14. Ahiliğin Sosyo-Kültürel Fonksiyonları

Çalışmayı, emek ve sermaye barışını, çevreyi temiz tutmayı, kaliteli mal üretmeyi, gençleri eğitmeyi, üretici-tüketici, devlet-millet ve toplumun tüm fertlerinin barışık olduğu bu sistem, Anadolu’da sosyo-ekonomik düzenin kurulmasında çok önemli roller üstlenmiştir (Gündüz, vd., 2012: 40). Ahi birliklerinin sosyal yaşama katkılarının ilki, yeni fetih ve iskân alanlarında Türkmen kitlelerinin iskânlarını sosyal dokuya zarar vermeden sağlanmasında görülmektedir. Birlikler farklı kültür değerlerine sahip kitlelerin karşı karşıya geldikleri bir dönemde, bir birlerine karşı çatışmacı bir tavır içinde bulunan grupları uzlaştırmada, zayıflayan aşiret bağlarının yerlerine yerleşik hayat değerlerini ikame etmede ve Bizanslılara karşı Türklerin çıkarlarını korumada yerine getirdikleri roller ile Anadolu’nun sosyal nizamının korunmasını sağlamışlardır (Demirpolat ve Akça, 2004: 365). Ahiler, sosyal hayatı kurma ve korumada etkin rol oynamışlardır.

Sosyal işlevi ahlaka dayanan ahiliğin kaideleri “bireyci” değildir. Fakat aynı zamanda bireyin toplum içinde erimesine de müsaade etmemektedir. Bir başka deyişle, ne birey topluma ne de toplum bireye egemen konumdadır. Sosyal dayanışma ruhu sayesinde devlet desteği olmadan şehir esnafı kendi kendisini idare edebilmiş bir nevi sosyal oto kontrol mekanizması oluşturulmuştur. Dayanışma ve yardımlaşmanın sürekliliğini sağlamak için yardımlaşma sandıkları kurulmuş, bu sandıklar sayesinde ihtiyaç sahibi olanlara hemen yardım eli uzatılmıştır. Ahi teşkilatları daha fazla kazanma, vurgunculuk ve serbest rekabet yerine karşılıklı yardımlaşma ve sosyal dayanışmayı esas almışlardır. Burada dayanışma ile kastedilen can ve mal beraberliğidir. Ahi geçiminin temin ettikten sonra kazancından geri kalanı fakirlere yardım etmek için kullanması bir ahlak kaidesi olmuştur. Mesela, “Orta Sandıkları”nda üye olan esnafın kazancının bütünü kendine ait değildir. Esnafın kazançları teşkilatın sermayesini oluşturmuştur. Bu sermaye ile herkese dağıtılacak şekilde alet ve hammadde alınır ve tezgâhlar kurularak ihtiyaç sahiplerine yardım edilir. (Ülker, 2010: 13-14). Günümüz Türk çarşılarında esnafın arasında görülen dernekleşme, dayanışma vb. kurumların varlığı Ahi birliklerinin, çarşı esnafı arasındaki geleneklerinin devamı gibidir.

Ahiliğin önemli diğer bir işlevi insanlara karşı sevgi duyulmasını temel almasıdır. Bireyi insanlar arasında ilk ve baş unsur olarak düşünen Ahilik, sözlük

anlamı olan kardeşlik ifadesine sadık kalarak insanlar arasında olmasını istediği kardeşçe yaşamı, hayatın her alanında görmeyi hedeflemektedir. Acıma, cömertlik, yardımseverlik, yiğitlik vb. duygular hep bu kaynaktan beslenmektedir (Demir, 2004: 77). Bu sebeple Ahi birlikleri kargaşadan uzak, ahlaki değerler ile şekillenmiş düzenli olarak devam eden bir meslek hayatına önem vermişlerdir. Öyle ki “İnsanların en hayırlısı insanlara en faydalı olanıdır” hadisi şerifi Ahi birliklerinin temel felsefesi olmuş ve insanlara hizmet etmek bir ibadet olarak görülmüştür. Buradan da anlaşılacağı üzere Ahi birliklerinin toplumsal işlevini, ağırlıklı olarak İslami kaideler belirlemiştir. Bu bakımdan yardımseverlik, ahlaklı ve erdemli olmak üzerine kurulmuş olan Ahi birlikleri toplum içerisinde kargaşa, kavga ve düşmanlıkların yerine kardeşlik, dayanışma ve paylaşma kültürünün oluşmasını sağlamıştır. İnsan merkezli bir yapı olan Ahi birlikleri insanın dünyada ve ahirette mutlu olması amacını taşımaktadır (Darı, 2018: 395). Bu yönüyle Ahiliğin, üyelerinin hem dünya işlerini düzenlemede hem de manevi duygularını tatmin ederek iç huzura ulaşmalarını sağlamak gibi kültürel ve sosyal işlevleri bulunmaktadır.

Ahiler, sosyal yapıyı oluşturan unsurlardan soylular, burjuvalar, bürokratlar ve din adamları gibi, egemen ve sömürücü vasıflarına sahip bir sınıfı öncelemek yerine, üreticiliği esas alan sosyal katmanlara dayanmış ve bu kesimleri öne çıkartmışlardır. Böylece, ticari ve ekonomik kalkınmayı temin eden, sayıca çok olmaları ve örgütlü yapılarından kaynaklanan güçleriyle şehre nizam veren esnaf ve sanatkârlar arasında gerçekleştirdikleri yardımlaşma ve dayanışma ile toplumsal dengeyi tesis ve muhafaza etmişlerdir. Bu denge, dini inanç ve ortak değerlerde toplum fertlerini birleştirmiş, inanç ve değerler üzerine sağlanan birleşim kin ve düşmanlıkların oluşumuna fırsat vermemiştir (Demirpolat ve Akça, 2004: 366). Ahilik teşkilatı, kardeşlik duygusunu ön plana alarak üyelerini yetiştirmiş, böylece bu büyük teşkilatın üyeleri arasında manevi bir bağ olmasını sağlamıştır.

Ahilik kurumu, sosyal hayatın oluşum ve düzenlenmesine olduğu gibi kültürel gelişmesine de katkıda bulunmuştur. Zira kurumun temel anlayışında insan bir bütün olarak ele alınmış ve her yönüyle eğitilip geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda yamak ve çırakların eğitilmesinde yalnızca mesleki bilgilerin verilmesiyle yetinilmemiş, dinî, ahlaki ve toplumsal bilgiler de verilmiştir (Kızıler, 2015: 415). Ahiliğin var olmasında etkili olan tasavvuf anlayışı ve Anadolu’daki tarikatların Ahiler üzerindeki eğitimleri, onların her yönden gelişmesini sağlamıştır.

Ahi birlikleri tarafından kurulmuş olan zaviyeler Ahilerin sosyal fonksiyonlarını ortaya koyması bakımından önemlidir. Bu merkezler çok fonksiyonel bir yapı olarak inşa edilmiş ve bir nevi bir sosyal tesis gibi çalışmıştır. Zaviyeler mesleki ve ahlaki eğitimlerin verildiği bir okul, sorunların çözüme kavuşturulduğu bir yönetim merkezi olmasının yanı sıra her gün yemek pişen ihtiyaç sahiplerinin ve yolcuların karınlarını doyurdukları bir aşevi olarak da faaliyet göstermektedir. Bu yönüyle ahi birlikleri düşkünlerin, ihtiyaç sahiplerinin, yolda kalmışların, gurbetçilerin yardımına koşan günümüz gönüllü sosyal yardım kuruluşu gibi çalışan bir yapı olmuştur (Darı, 2018: 396). Aralarındaki bu güçlü birliktelik, Ahiliğin Anadolu’da herkes tarafından kabul görülmesini sağlamıştır.

Ahi birlikleri, kurdukları sandıklar ile bir sosyal güvenlik sistemi oluşturmuş ve üyelerine bir sosyal güvence imkânı sağlamıştır. Kurdukları sandıklar ile üyelerine ölüm, maluliyet, hastalık, doğal afet, iş kurma, evlenme, savaş, ham madde temini gibi birçok konuda yaşadıkları sıkıntılar karşısında maddi ve manevi destek sağlamıştır. Bu durum bir dayanışma kültürünün oluşmasını sağlamış ve bireyin yalnızlaşmasının, yoksul duruma düşmesinin önüne geçmiştir. Bu fonksiyonu ile toplumsal refah ve huzur seviyesinin artmasını sağlayan bir “sosyal güvenlik” sistemi kurulmuştur (Darı, 2018: 396-397). Sosyal güvenlik sistemi ile Ahilik, üyelerinin maddi ve manevi birçok ihtiyacını gideren bir kuruluş olmuştur.

Birliklerin sosyal alandaki bir diğer katkıları ise, özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nda küçük yerleşim merkezleriyle hükümet merkezi arasında sağladıkları iletişim imkânlarında görülmektedir (Demirpolat ve Akça, 2004: 367). Köyler ve uçlar da dâhil olmak üzere her yerde örgütleri bulunan Ahi birlikleri güvenlik, taşıma işleriyle meşgul olma ve konukseverliğin yanında ülke çapında haberleşmeyi de üstlenmişlerdir (Ulusoy, 1997: 52). Anadolu’nun en ücra yerlerinde olan Ahiler sayesinde, Anadolu’da haberleşme ağı oluşmuştur.

Ahi birliklerinde mesleki eğitim iş basında kalfalar ve ustalar tarafından verilirdi. Mesleki eğitimle genel eğitimi ve toplumsal hayatı bir bütün içerisinde ele alan Ahilikte, bir gencin meslek hayatının ilk kademesi yamaklıktır. Ahilik teşkilatına yeni katılanlara öncelikle mesleğin erkân ve adabı öğretilirdi. Yine Ahilerin kaçınması gerekli tutum ve davranışlarda öncelikle öğretilen bilgiler arasındaydı (Durak ve Yücel, 2010: 161). Ahi üyelerine ilk verilen eğitim ahlaklı

olmaktı. Yani Ahi birliğinde yetişen bir esnaf, öncelikle iyi insan olmanın özelliklerini öğrenmekteydi.

Ahi zaviyelerinde öncelikli olan eğitimdi. Buralarda okur-yazarlık eğitim yapılır ve dini, ilmi bilgiler verilirdi. Edebiyat, Kur'an-ı Kerim okuma, Türkçe, Arapça dilleri öğretilirdi. Ayrıca isteyenlere güzel yazı ve musiki dersleri de verilmekteydi (Ekinci, 1989: 37). Ahiliğin kültürel alandaki önemli katkılarından birisi, toplumda bir okuma geleneği oluşturmuş olmasıdır. Ahiliğin yaygın olduğu dönemlerde Ahi dergâhlarında, kışlalarda, misafirhane ve kervansaraylarda seri ve sesli olarak Siyer-i Nebi, Hamza name, Battal name, fütüvvet name gibi eserler okunurdu. Seçkin ve kültürlü toplumlarda divanlar, mesneviler, hamseler, letaifler, gazavatnâmeler ve cihadiyeler okunurdu. Bu durum toplumda kültür ve zevk birliğini oluştururdu (Demirpolat ve Akça, 2004: 368). Ahilerin okuma-yazma eğitimleri sayesinde Anadolu'da özellikle esnaflar arasında eğitilmiş insan sayısı artmış, bu durum kültürel hayata da yansımıştır.

Ahi birlikleri eğitim faaliyetlerini İslam dininin esaslarına göre düzenlemişlerdir. Ahiler için öncelikli olarak Allah'ın emir ve yasaklarını öğrenmek esastı (Ekinci, 1989: 35). Muallimler, ocaklarda verdikleri eğitim sırasında teşkilat mensuplarını tükürmek, sümkürmek, hırsızlık, gıybet, iftira, cimrilik, ayıp veya kusur araştırmak, şehvetle bakmak, emanete hıyanet etmek, yalan söylemek, sözünde durmamak, haset, kin, ihanet, büyüklenmek, ikiyüzlülük, zina, içki, kumar ve haram yemek gibi olumsuz davranışlardan uzak durmanın yollarını öğretmişlerdir (Özköse, 2011: 13). Ahilik teşkilatı meslek ilkelerine sahip olması yanında, birinci derecede ahlaki esaslara dayanan bir kurumdur. Ahilik anlayışına göre, bir kişide ahlaki değerler aşınmışsa o kişi, istediği kadar mesleğinde üstün ve başarılı olsun bunun hiçbir kıymeti yoktur. Bu durum o üyenin teşkilattan ihraç edilmesi için bir sebep sayılmıştır. Ahiliğe kabul edilmenin önde gelen şartı, ahlaki değerlere sahip olmaktır. Dolayısıyla Ahilik teşkilatında ahlaki zaafları bulunan kişiler barınamamıştır. Bu açıdan Osmanlı toplumunda Ahilik teşkilatı, yüksek ahlaka mensup kişilerin toplandığı bir yer olarak işlev görmüştür (Kızıler, 2015: 419). Ahiler, Anadolu'da işinin erbabı ustaların yanı sıra ahlaklı insan yetiştirmeyi amaçlamış birlikler olmuştur.

Ahiliğin Anadolu'da yaygınlık kazandığı dönem, sosyal bünyede tarikatların önemli fonksiyonlar eda ettikleri bir dönem olmuştur. Ortaya çıkış döneminde

ahiliğin tarikat özelliği daha baskındır. Teşkilatlarda, İslam'ı yaymak amacına matuf olarak fetalara İslam ahlakı kazandırılmaya çalışılıyordu. Giriş ve terfi törenleri İslami motiflerle icra ediliyordu. Fetaların eğitiminden sorumlu olan ahi, onları öncelikle dini bilgi ve tatbikatta belli olgunluğa erdirmeye gayret ediyordu. Fütüvvetnâmelerde iktisadi konulardan ziyade ahilik mensuplarının adap ve erkânından söz edilmesi, birliklerin belli bir ideoloji çevresinde örgütlenmiş yapılar olduğu fikrini güçlendirmektedir (Demirpolat ve Akça, 2004: 370). Ahiler, fütüvvet mesleğine mensup olup senetlerini Hz. Ali'ye ve Hz. Peygamber'e kadar götürürler. Fütüvvet şalvarı giyerler ve içlerinde kadıların, müderrislerin de bulunduğu bu Ahiler, sadece bir esnaf teşkilatı değıl, bir tarikat de sayılabilmektedir (Köprülü, 1976: 212-213). Bu yönleriyle Ahi birlikleri arasında dini-ahlaki bir hayatın var olduğu söylenilebilir. Devlet kademesindeki şeyhülislamların da Ahiliğe mensup olmalarından anlaşıyor ki Ahilikte dinî bir eğitim vardı ve Ahi üyelerine İslam'ın esasları öğretilmekteydi.

Ahilerin Türk kültür hayatına katkılarından bir diğeri, özellikle esnaf ve sanatkârlar arasında bir iş ahlakının oluşturulmasında karşımıza çıkar. Durkheim, insanlar arasında barış ve düzenin tesisinin bir ahlak işi olduğunu, bu durumun maddi illetlerden otomatik şekilde çıkmayacağını belirtir. Özellikle sosyal bir kurum olan ekonominin bir ahlak disiplinine sahip olmadan yaşayamayacağına dikkat çeker. Ona göre; ahlaki kaidelere tabi olmayan bir ekonomide birbiriyle çarpışan fert iştihalarından başka bir şey yoktur. Bu iştihaların kendiliklerinden düzene girmesi mümkün değildir (Demirpolat ve Akça, 2004: 371-372). Bu yönüyle Ahiler, ticari ahlakı geliştirmiştir olan gruplardır.

Ahilerin en önemli sosyo-kültürel faaliyetlerinden bir diğeri, özellikle uzun kış geceleri düzenlenen yaren sohbetleridir. 20–25 kişilik gruplar oluşturularak bu gruba dâhil olan herkese “**yaren**” denirdi. Her yaren grubunda gençler, orta yaşlılar ve yaşlılar bulunurdu. Yaren sohbetlerinde dini ve sosyal içerikli kitaplar okunurdu. Sohbetin bütün adap ve kurallarına uymak her yarenin görevidir (Durak ve Yücel, 2010: 162). Yaren odaları sayesinde, gündüz çalışan akşamları manevi yönden kendini geliştiren bireyler yetişmiştir.

Her esnafın bir yardım sandığı vardı. Buna “*Esnaf Vakfı*”, “*Esnaf Sandığı*” veya “*Esnaf Kesesi*” denirdi. Kethüda, yiğitbaşı ile ihtiyarların gözetim ve sorumluluğu altında bulunan bu sandığı sermayesi, esnafın bağışları ile cıraklıktan

kalfalığa ve kalfalıktan ustalığa yükselenler için verilen paralardan ve haftada ya da ayda bir esnaftan mali gücüne göre toplanan paylardan oluşurdu. Buradan ihtiyacı olan esnafa, hastalara, bir felakete uğrayanlara, ölenlerin yakınlarına yardımda bulunulur, isteyenlere borç para da verilirdi. Esnafın elinde önemli miktarda demirbaş eşya ve genel eğlenceler için yemek ve sair hususlarda kullanılmak üzere bakır kaplar bulunurdu. Bunlar halktan isteyenlere kira ile verilmekte, saray düşünleri için de kullanılmaktaydı (Solak, 2009: 18-19). Günümüzdeki esnaf sandık kuruluşları ile benzerlik gösteren Ahi birliklerinde, yardımlaşma sayesinde üyelerinin sıkıntılarında onlara yardımcı olan bir kuruluş olmuştur.

Sosyal sorumluluk bilincine sahip iyi insan modeline dayanan Ahilik teşkilatı ilkelerinin, belirli kurallara bağlı iş ahlakından oluştuğunu ifade etmek mümkündür. Ahilikte iş ahlakı ve iktisadi düşünce, üreticinin ürünüyle bütünleşmesini hedefleyen, ürüne ruhundan bir şeyler vermesini amaç edinen bir anlayışa dayanmaktadır. Bu bağlamda Ahilikte iktisadi amaç çok üretmek değil; kaliteli üründen vazgeçmeden gerektiğinde üretim miktarına ve fiyatlara sınırlama getirmek suretiyle üreticiyi ve tüketiciyi dengeli bir biçimde korumaktır (Karagül, 2016: 118). Üretici ile tüketici arasında bir denge kuran Ahiler, böylece ticari hayattaki çatışmaların, huzursuzlukların da önüne geçmişlerdir.

Ahiler ihtiyaçlarını karşılamasının yanı sıra, Türklerin kendisine özgü bir ekonomi oluşturmaya katkıda bulunmuşlardır. Bu teşkilatın var olduğu dönemlerde, Türk medeniyetinin Batı'dan ayrılan en önemli özelliği ticari faaliyetleri olmuştur. Batı medeniyetinin ve kapitalizmin en önemli unsuru, burjuvazi zihniyetindeyken medeniyetimizin sosyo-ekonomik hayatı ise büyük ölçüde Ahi zihniyeti yönlendirmiştir. Bundan dolayı, bizde kapitalizmi oluşturan sömürgecilik faaliyeti, sınıf mücadelesi görülmemiştir (Süne, 2018: 36). Ahi birlikleri, oluşturdukları iyi insan ve esnaf olma modeli ile üyeleri arasında kardeşliği ve sevgiyi esas almış, dayanışma ve yardımlaşma sandıkları ile de birlik ve beraberliği sağlamıştır.

Ahi teşkilatlarının bir diğer fonksiyonu da üretilen mallarla standartlar belirlenmesidir. Belirlenen standartlara uymayanlar uyarılır, devam etmekte ısrarcı olursalar dükkânları kapatılmıştır. Hatta teşkilat meslekten men etmeye kadar ağır yaptırımlara da sahiptir (Ülker, 2010: 14). Bu şekilde ticari hayattaki haksız rekabet önlenmiş ve üyeler arasındaki iç huzur sağlanmıştır.

Ahiler, sanat ya da meslekleri için gerekli ham madde tedarikinden onun işlenişine ve satışına dek her hususu inceden inceye kurala bağlamışlardır. Bu durum hem meslek erbabı arasındaki, hem de üretici-tüketici arasındaki ilişkilerde rekabet, haset ve kavga gibi sürtüşmeleri ortadan kaldırmıştır. Yine Ahi teşkilâtı aynı zamanda mal, emek ve sermaye piyasasının işleyişini de düzenlemektedir. Daha sonraki dönemde, devletin de aktif rol oynayacağı piyasa düzenlemesinde Ahi teşkilâtı ciddi görevler yüklenmişti. Her Ahi belirli kalitede ham madde kullanmak zorundaydı. Aynı şekilde ürettiği ürünü fahiş fiyattan değil de teşkilâtın belirlediği fiyattan satmak durumundaydı (Tekin, 2006: 226). Ahi örgütüne giren esnaf ve sanatkârlar, mesleki, dinî ve ahlaki, eğitimden ayrı olarak askerî talim ve terbiye de görüyorlar, gerektiğinde ordu ile savaflara katılarak düşmanla yiğitçe çarpışıyorlardı. Ahilerin Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda kalem gücünün yanında kılıç gücünü kullanarak ülkeyi iç ve dış akınlardan korudukları bilinmektedir (Ulusoy, 1997: 53).

Görüldüğü üzere Ahilik, Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşmasından sonra Türklerin sosyal bir toplum haline gelmesinde önemli rolleri olmuştur. Gençlerin ahlaki ve mesleki anlamda eğitilerek topluma kazandırılmış faydalı bireyler olmalarını sağlamıştır. Esnaf ve sanatkârlar arasında sağladıkları dayanışma ruhu ile sosyal ve siyasi düzeni temin etme görevi üstlenmişlerdir. Osmanlıların kuruluşunda da etkin bir rol oynayan Ahiler, Selçuklu devrinden başlayarak gerçekleştirdikleri örgütlenme ile idari boşlukları doldurmuşlar ve devletin güvenliğinin zaafa düşmesini engellemişlerdir. Ahlaki eğitim metotları uygulayarak Anadolu insanın ahlaklı bireyler olmalarını gerçekleştirmişlerdir. Ahiler, Anadolu insanının yüzyıllardır sahip olduğu mesleki ve ahlaki gelenekleri, örfleri ve adetleri usta-çırak ilişkisi içerisinde gelecek kuşaklara taşımada da önemli görevler icra etmişlerdir. Ahiliğin meydana getirdiği sosyal ve kültürel sistemin etkileri günümüze kadar gelmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANTAKYA KENT KİMLİĞİ VE KENT KİMLİĞİNİN UZUN ÇARŞI'YA YANSIMASI

3.1. Antakya Uzun Çarşı'nın Tarihi

Antakya Uzun Çarşı'nın tarihi hakkında kesin bir bilgi bulunmamakla birlikte Antakya'nın XV. yy. sonlarına doğru Osmanlı Devleti idaresine girdiği ve Ulu Cami'nin de XVI. yüzyılda yaptırıldığı bilinmektedir. Bu bilgilerden hareketle Çarşı'nın bu dönemde yapıldığı söylenebilir. Antakya arastası, Osmanlı-Türk döneminin mimarlık örneklerindendir. Kent halkı, arastaya “*Uzun Çarşı*” ve “*Büyük Çarşı*” adını vermiştir. Osmanlılarda kent merkezleri Cuma Cami ve bedesten gibi sabit kent öğelerinden oluşmaktadır. Han, bedesten, arasta gibi ticari işlevi olan yapılar kent mekânsal yapı dağılımında ise caddeler ana ögeyi oluşturmaktadır. Antakya arastası, kent merkezinde Cuma Cami özelliği gösteren Ulu Cami çevresinde bulunmaktadır. Uzun Çarşı Sokak ve Köşger Sokağı ise ana öge özelliği göstermektedir (Turgut, 1986: 146-147). Tarihi süreçten de anlaşılacağı gibi Uzun Çarşı, Roma ve Türk-İslam motiflerinin etkisinde kalmış mimari bir yapı olarak gelişme göstermiştir.

Ticari bir merkez konumunda olan Uzun Çarşı, fiziksel olarak olmasa da işlevsel olarak MÖ 300'lerden bugüne kadar değişimlerle varlığını devam ettirmiştir. Fakat günümüzdeki Uzun Çarşı yapısı, MS 700'lerde kentte Arap hâkimiyetinin başlamasıyla gerçekleşmiştir. O döneme kadar Hristiyanlaşmanın yaşandığı kentte, yeni bir süreç olarak Araplaşma ve İslamlaşma süreci başlamıştır. Yine aynı dönemde kent planı olarak mevcut olan Hipodamus planı üzerinde değişimler yapılarak, agoraların yerine kentte yeni ticari bölgeler oluşturulmuş, Arap üslubunda Kolonatlı (Sütunlu) Caddeler inşa edilmiştir. Uzun Çarşı'nın bugünkü kimliğinin

izleri Osmanlı Devleti'nin kenti ve merkezini biçimlendirilmesiyle oluşmuştur. Osmanlı döneminde özellikle vakıflar kentlerinde büyümesinde ve gelişmesinde önemli unsurlardır (Turgut, 1986:157; Güngördü, 2016: 52). Antakya, Arap hâkimiyetinden sonra yönetim Osmanlılara geçmiş ve Osmanlıların geliştirmiş oldukları vakıf sistemi ile Uzun Çarşı, geleneksel bir Türk çarşısı haline gelmiştir.

Antakya Uzun Çarşı'da yer alan tarihi yapılar, süreçte önemlerini korumakla beraber şehrin sürekliliğini de sağlamışlardır. Tarihi kent merkezi ve buna bağlı olarak da çarşı, kenti anlamaya ve hissetmeye çalışanlar için önemli bir göstergedir. Antakya Uzun Çarşı da bu anlamda önemli bir merkezdir. Geleneksel ve perakende ticaretin yoğun olarak faaliyet gösterdiği mekânlar bu sahada yer almaktadır. Ayrıca bu dokuda, tarihi kökleri ve alt yapısı olan alışveriş alışkanlığının ve ticaret biçiminin devam etmesinin de etkili olduğu söylenebilir (Üçeçam Karagel ve Karagel, 2014: 169). Uzun Çarşı, Antakya'nın geleneklerinin, örf ve adetlerinin yaşamakta olduğu bir mekândır. Kent insanının alışkanlıkları, yaşama bakış tarzları Uzun Çarşı'ya yansımaktadır.

Antakya'da faaliyet gösteren çarşılar, ekseriyetle bünyesinde bulunan o mesleğin ismini almıştır. Örneğin; Kefşger Çarsısı, Çıkrıkçı Çarsısı, Neccar Çarsısı, Kassas Çarsısı, Kavukçular Çarsısı (Gül, 2008: 197). Günümüzde bu çarşıların tümünü Uzun Çarşı, kendi bünyesinde barındırmaktadır.

3.2. Antakya Kent Kimliğinin Değişimi

Antakya şehri, Hatay ilinin merkez ilçesidir. Amanos dağlarının güneyinde, Amik ovasının Akdeniz'e açılan Asi Nehri vadisinin kuzeydoğusunda yer alır. Kuseyr Platosu'nun kuzeyindeki Habib-i Neccar dağının eteklerinde Asi nehrinin kuzey ve güneyine doğru yayılmıştır. Kentsel yerleşmenin büyük bölümü, Asi Nehri ile Habib-i Neccar Dağları arasındaki alanda toplanmıştır. Bu alan Antakya'nın en eski yerleşim ve ticaret alanının bulunduğu kesimdir. Günümüzde kent, Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulunun kararı ile dört sit bölgesine ayrılmıştır. Bunlardan birisi arkeolojik sit bölgesidir. Bu kesim Antakya'nın merkezinde arkeolojik kalıntılar bulunan alandır. İkincisi doğal sit bölgesi olup, Habib-i Neccar Dağı'nın eteklerini içine almaktadır. Saint Pierre Kilisesi ve eski kale bu doğal sit sınırları içinde kalmaktadır. Üçüncüsü Osmanlı dönemi sivil mimarlık örnekleri olan yapıları ve dokuyu barındıran eski kent alanıdır. Bugün de canlılığını koruyan ve yerleşme

olarak kullanılan bu bölge, kentsel sit alanı olarak ilan edilmiştir. Dördüncü bölge, kentsel siti çevreleyen tarihi sit bölgesidir. Kentin tüm sit bölgelerinde yapı yasağı vardır (Üçeçam Karagel ve Karagel, 2014: 167). Antakya, eski kent yapısını koruyarak gelişen bir kent olmuştur.

Antakya şehrinin kuruluşunda ve tarihsel süreçteki mekânsal ve kimlik değişiminde Habib Neccar Dağı'nın ve Asi Nehri'nin sınırlayıcı etkisi olmuştur. Antakya kenti, Habib Neccar Dağı'nın şehre dik yükselmesinden dolayı dağın eteklerine yerleşememiş, denizden 80 m. yükseklikte yerleşim göstermiştir. Tarihi kent nehir ile dağ arasına sıkışmıştır. Romalılardan kalma ana yollar tepeden nehre doğru ve nehre paralel olarak inşa edilmiştir. Bu yollar halen şehrin ana yolları olarak etkisini devam ettirmektedir (Topçu, 2003: 91). Antakya kenti, Asi Nehri ile Habib-i Neccar arasında kalmış bir kent görünümündedir.

“*Hipodamus Tarzı Plan*” olarak adlandırılan planla kurulmuş olan Antakya’da, belirli bir disiplin içinde birbirine dik ve paralel cadde ve sokakların meydana getirdiği yapı adalarından oluşan bu plan “*Izgara Plan*” olarak adlandırılmaktadır (Güngördü, 2016: 46). Izgara Plan sebebiyle kentlerde sokaklar kuzey-güney ve doğu-batı doğrultusunda gelişmiştir. Daha sonraları ise kentin sokaklarındaki ve arazisindeki değişimlerden dolayı şehir planı dikdörtgen içinde geliştiği görülmektedir (Demir, 1996: 26). Tarihi süreçte Antakya, Izgara Plan tarzı yerleşim yapısıyla gelişme göstermiştir.

Çeşitli kültürlerin hâkim olduğu Antakya, geçmişten günümüze merak uyandıran, rivayetleri dilden dile yayılan bir şehir olmuştur. Şehrin merak uyandıran hikâyeleri, hem dini kitaplarda (Kur’an-ı Kerim’de Yasin suresi) hem de diğer kaynaklarda anlatılarak binlerce yıllık tarihe sahne olan bu topraklardaki olaylar birer ibret kaynağı olarak sunulmaktadır. 4000 yıllık geçmişe sahip olduğu rivayet edilen Antakya kenti, günümüze kadar birçok büyük depremler neticesinde yedi defa yıkılıp tekrar inşa edilmiştir. Antakya, gece meşaleleri ile sokakların aydınlatıldığı ilk yer olmuştur. Dünyanın ilk Mağara Kilisesi “*St. Pierre Kilisesi*” bu şehirde oyulmuştur. “*Hristiyan*” kelimesi ilk defa bu şehirdeki insanlar tarafından kullanılmıştır. Dünyanın ilk olimpiyatları Defne (Harbiye)’de yapılmıştır (Eriş ve Çoruh, 2015: 82). Roma Çağı’nda, nüfusu yüzbinleri bulan bir kent olarak imparatorların gözdesi haline gelmiş ve IV. yüzyılda yaşamış olan tarihçi Ammianus Marcellinus’un “*Dünyada hiçbir kent, ne topraklarının bereketi, ne de ticaretteki zenginliği*

bakımından bu kenti geçemezdi” dediği Antakya, Antikçağ ’da “Doğunun Kraliçesi” (Orientis Apicem Pulcrum) lakabıyla anılmıştır (Kaypak, 2010: 381). Çok eski çağlardan günümüze kadar birçok uygarlık Antakya’da var olmuş, bu uygarlıkların oluşturduğu zengin kültür kente bir gizem katmıştır.

Antakya’nın ev sahipliği yaptığı pek çok medeniyet bulunmaktadır. Bu medeniyetlerle birlikte geçirdiği süreçler genel bir çerçevede sıralanacak olursa; Seleukoslar, Roma, Doğu Roma, Emeviler, Selçuklular, Haçlılar, Bizans, Memlukler, Osmanlı Devleti, İngiliz işgali, Fransız Mandası, Hatay Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti’ne (Anavatan’a) katılım şeklinde değerlendirilmektedir. Yaklaşık olarak 2500 yıllık kentleşme tarihi bulunan Antakya’da geçmişten bugüne gelen yapıları çevredeki izler; Osmanlı Dönemi’nden itibaren nitelendirilebilecek kültürel miras öğeleridir (Tekin, 2000: 12). Antakya, değişik uygarlıklarla tanışmasından ötürü çok farklı kimlikleri barındıran bir şehirdir.

Geçirdiği tarihi süreçte, ev sahipliği yaptığı medeniyetler, geçirdiği depremler ve istilalar Antakya Kenti’nin kimlik oluşumunun, tarih öncesi çağlardan günümüze pek çok anahtar sözcük ve kavram ile anılmasına neden olmuştur (Güngördü, 2016: 50). Güngördü’nün yaptığı bir araştırmada “*Antakya kent kimliğinin nasıl tanımlarsınız?*” sorusuna verilen cevaplardan kent kimliği oluşumunda öne çıkan sözcük ve kavramları sıralamaktadır:

Şekil 8.

Antakya Kent Kimliği (Güngördü, 2016: 50'den esinlenerek uyarlanmıştır).



Şehrin yerel yapıları Antakya'da bir uyum içerisinde çok kültürlü bir ortam oluşturmuştur. Bu güzel ortam çok uzun yıllardan bu yana mevcut olduğundan, artık Hatay halkı farklı kültürleri kabul ederek karşılıklı saygı anlayışını kazanmış bir olgunlukla yaşamını sürdürmektedir. Dışarıdan da Antakya için uygarlıkların birleştiği uyum içindeki hoşgörü kenti yakıştırmaları yapılmaktadır. Aslında Antakya için bu doğru bir özelliktir. Günümüz dünyasında bu kadar karışık kültür içerisinde böyle barışık ve huzur içinde yaşamak hem zoru başarmaktır, hem de insanlığa olumlu bir mesajdır (Kaypak, 2010: 383). Antakya, gerek sosyal dokusu gerekse çok kültürlü yapısı ile kenti kent yapan bir ruha; tarihe tanıklık etmiş bir kent belleğine sahiptir. Bir diller ve dinler mozaiki olarak nitelenen Hatay/Antakya, zaman içerisinde birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve böylece zengin bir kültürel mirasa sahip olmuştur. Geçmişte olduğu gibi, günümüzde de birçok dinden ve inançtan insanların bir arada yaşadığı bir kenttir. Çeşitli din ve inançtan insanların birlikte yaşama kültürünün, Antakya'ya kültürel bir zenginlik kazandırdığı ve dolayısıyla bu durumun toplumsal yaşama, sanata, örf, adet ve geleneklere de yansıdığı sosyal

yaşamda görülmektedir (Beyazıt, 2019: 177). Tarihten gelen medeniyet zenginlikleri ile Antakya’da tarihten günümüze kadar yaşayan etnik gruplar kendi kültürlerini, inançlarını özgürce yaşamış ve kentte bir huzur ortamı oluşmuştur. Bu barış ve kardeşlik duyguları, kentin dar sokaklarından büyük yerleşim yerlerine kadar kendini hissettirmektedir. Antakya, bütün dinlerin bir arada yaşadığı bir kent olmuştur.

Antakya’da kent kimliğinin oluşmasında önemli bir unsur diyebileceğimiz dil farklılığı bulunmaktadır. Kentte Arapça ve Türkçe konuşulmaktadır. Bu iki dillilik kentte ortak bir kültür oluşturmaktadır. Arapça ve Türkçe kullanımıyla birlikte Arap kültürü kentin kimlik bileşenlerinden Antakya mutfağında, ticarete, kültürel ilişkilerde kendini göstermektedir.

Antakya’nın ortasından geçen Asi Nehri, kenti bir sur gibi koruyup kollayan Habib-i Neccar Dağı, verimli topraklarıyla Amik Ovası, Türkiye’nin tek Ermeni köyü olan Vakıflı Köyü, sinagogları, kiliseleri kentsel anlamda Hatay’ın zenginlikleri ve kimlik öğeleridir. Özellikle Antakya, Roma döneminde dünyanın en büyük üçüncü kenti olarak turizm, ticaret ve kültür merkezi olmuştur. Bugünkü Kurtuluş Caddesi’nin yerinde bulunan Herod Caddesi 3200’den fazla sütun kullanılarak meşalelerle dünyada ilk aydınlatılan cadde olarak bilinmektedir (Beyazıt, 2019: 208). Böylece Antakya’da çok zengin bir kültürel miras oluşmuştur.

Antakya, kimliğini koruyabilen nadir şehirlerden biridir. Tarihi süreçte oluşmuş olan kent dokusu, halen kendini korumaktadır. İlginç mimariye sahip evleriyle ve sokaklarıyla Antakya bozulmamış bir kenttir. Antakya’nın bazı bölgeleri turizmi ile bazı bölgeleri de sağlık yönüyle öne çıkmaktadır. İnanç, kültür, sağlık, doğa, yayla turizmi gibi özelliklerden çoğuna sahiptir. Bu sevimli ve sıcak, küçük kentte içinde halen yürünebilen, insani boyutları korunmuş sokaklar mevcut olduğundan, yürüdükçe bir parka, bir anıta, camiye veya kiliseye rastlamak mümkündür (Kaypak, 2010: 384). Cami ile kilisenin aynı mahallede, Hristiyanların ve Müslümanların komşuluk yaptığı bu kent, dünyada farklı grupların kardeşçe yaşadığı ender kentlerden biridir.

3.3. Kent Kimliğinin Antakya Uzun Çarşı’ya Yansıması

Çarşılar, asırlar boyunca kentin kimlik izlerini gösteren mekânlardan olmuştur. Antakya Uzun Çarşı, tarih boyunca süregelen kent kimliğini yansıtan ticari bir merkezdir. Çarşı’nın beş giriş yeri bulunmaktadır: Uzun Çarşı’nın 5 büyük girişi

bulunmaktadır. Bunlar; Uzun Çarşı, Abacılar Çarşısı, Ayakkabıcılar Çarşısı (Pazar Sokak), Meydan Çarşısı (Bakırcılar girişi) ve Meydan Çarşısı olmak üzere ana girişleri oluşturmaktadır. Böylece Çarşı'ya gelmek isteyenlerin kolayca ulaşabilmeleri mümkündür. Çarşı'da dükkânlar yan yana bir sıra halinde dizilmiş olup Çarşı boyunca devam etmektedir. Dükkânlar şehrin kuruluş yapısı olan ızgara plana paralel olarak yapılmıştır. Uzun Çarşı içerisinde bulunan ve isimlerini bulundukları cadde ve sokaklardan alan çarşı isimleri bulunmaktadır. Bu çarşı isimleri şunlardır: Abacılar, Çıkırıkçılar, Demirciler, Hasırcılar, Kılıçlar, Kunduracılar, Kuyumcular, Marangoz, Sobacılar, Oduncu, Tüccar Çarşı'sı.

Uzun Çarşı'da eskiden aktif olarak amacına uygun bir şekilde kullanılan hanlar mevcuttur: Kurşunlu Han, Ahmediye Han, Defne Han, Kadir Yılmaz, Adalı Han ve Sunar iş hanı. Kurşunlu Han, günümüzde Vakıflar Bölge Müdürlüğü tarafından yenilenmiş ve içerisinde künefecilerin bulunduğu bir mekâna dönüştürülmüştür.

Kuyumcular Pasajı'nda kuyumcu dükkânları karşılıklı olarak yer almaktadır. Sahada yapılan görüşme ve gözlemlerden elde edilen verilere göre kent insanı, düğün törenlerinde takı takmak amacıyla bu iş yerlerinden alışveriş yapmaktadırlar. Sadece Antakya halkı değil; Hatay'ın diğer ilçelerinden de insanlar altın alışverişi yapmak için bu kuyumculara gelmektedirler.

Uzun Çarşı'nın en kalabalık bölümlerinden biri de Meydan Çarşısı'dır. Burada baharatçılar, bakliyatçılar ve giyim üzerine satış yapan dükkânlar bulunmaktadır. Kent insanı, kış mevsimine girmeden önce buraya gelip baharat ve kuru bakliyat ürünlerinden almaktadır.

Bakırcılar Çarşı'sında genelde ev eşyaları satılmaktadır. Bakır tencereler, bakır tepsiler ve küçük ev eşyaları dediğimiz bakır cezve, tavalar vb. eşyalar satılmaktadır. Yine buradan kent insanı ve diğer ilçelerden insanlar alışveriş yapmaktadır. Ayrıca şehre dışardan gelen yerli turistler, buradan hediyelik bakır eşyalar almaktadır.

Uzun Çarşı'da yemek yerlerinin çokluğu dikkat çekmektedir. Antakya halkının yemeğe olan düşkünlüğü bu durumu doğurmuştur. Kasapların yakınlarında fırınların olduğu gözlemlenmiştir. Hem Çarşı esnafı hem Çarşı'ya gelen misafirler küçük işletmelerde yemek ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kente gezmeye gelen yerli

misafirler, günümüzde küçük bir lokantaya dönüşen kasaplarda şehrin yöresel yemeklerinden -özellikle de kâğıt kebabı ve tepsi kebabı- tatmaktadırlar.

Uzun Çarşı'da künefecilerin varlığını görmek mümkündür. Ayakkabıcılar Çarşısı'nın sonuna doğru büyük bir çınar ağacı bulunmaktadır. Bu ağacın çevresinde çok sayıda künefe işletmecisi görülmektedir. Şehre dışarıdan gelen misafirler, burada geleneksel künefeye ulaşmaktadırlar.

Çarşı'da hemen her sokakta bir cami veya mescit görülmektedir. Geleneksel Türk çarşılarında görülen ticari faaliyetlerin bir cami etrafında yapılması durumu Uzun Çarşı'da görülmektedir. Çarşı esnafı ve Çarşı'ya gelen insanlar ibadet ihtiyaçlarını böylece karşılamaktadır.

Geleneksel Türk çarşılarında bilinen çarşı içerisinde hamamların olması, Uzun Çarşı'da da görülmektedir. Çarşı'da iki hamam bulunmaktadır: Saka Hamamı ve Meydan Hamamı.

Sahada yapılan görüşme ve gözlemler sonucunda Çarşı'ya Antakya halkının dışında Hatay'ın diğer ilçelerinden insanların da alışveriş yapmaya geldikleri tespit edilmiştir. Bu insanlar gününbirlik Çarşı'ya gelip alışverişlerini yapmakta ve köylerine, kasabalarına dönmektedir.

Çarşı esnafı ile yapılan görüşmelerde Çarşı'nın en yoğun olduğu günün cumartesi olduğu tespit edilmiştir. Bunun sebebi olarak devlet dairelerinde çalışan insanların hafta sonu tatil olmaları ve çevre köylerden ve ilçelerden gelen insanların daha rahat ulaşım olanaklarına sahip olmaları ifade edilmiştir.

3.3.1. Yemek Kültürüne Yansımalar

İnsanın beslenmesi biyolojik bir eylemdir. Beslenmeye bu tür yaklaşımda insan metabolizmasının besin, enerji ihtiyacının karşılanması sürecine gönderme söz konusudur. Ancak söz konusu enerjinin sağlanması için gerekli besinlerin temini, insan tüketimi için uygun hale getirilmesi ve tüketim davranışları süreci, beslenmeyi salt biyolojik bir eylem olmaktan çıkarmakta, kültürel bir olgu haline dönüştürmektedir (Beşirli, 2010: 159). Bireysel ve toplumsal yönleriyle kültürel bir unsur olan yemek; kültürel alana birçok farklı anlam ve sosyolojik özellik yüklenerek yansımaktadır. İnsan, sosyal yönüyle yaşadığı kültürün yeme anlayışına sahiptir. Fiziksel ve kültürel coğrafya yemek kültürünü etkilemektedir. Yaşam şeklindeki değişim ve dönüşüm, yemek kültürünün de farklılaşması nedeni olarak

açıklanmaktadır. Bir toplum içerisinde yaşayan insanların inanç, kültür, yaşayış biçimleri ve değerleri bakımından birbirlerine benzer özelliklerinin olması, o topluma aidiyet duygusu oluşturmaktadır. Yaşadıkları coğrafyadan yiyip içtiklerine, ten renginden dini inançlarına kadar oluşan belirleyici özellikler, bireylere toplumsal bir kimlik kazandırmaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018: 190). Yemek kültürü, toplumların kimliklerini yansıtan belirleyici bir öge olmaktadır. Bu kültürü etkileyen başlıca unsurlar da kentin bulunduğu coğrafya, kent insanların yaşam tarzları, inançları vb. özellikleridir.

Beslenme, insanın biyolojik gereksinimlerinden en önemlisi olan yemeğin kültürel olarak yorumlanış biçimidir. Bu anlamda beslenme insanın yaşamını devam ettirme savaşında ayakta kalmak için kullandığı kültürel adaptasyon araçlarından biridir. Yemek kültürü toplumun üyesi olan bireyler tarafından kültürleme sonucunda öğrenilen ve bir sonraki kuşağa aktarılan, farklı beslenme davranışlarının bütünüdür (Türk ve Şahin, 2004: 116). Tarih boyunca kent, kültür ve uygarlık kavramlarıyla birlikte anılmıştır. Kentin belirleyici özelliklerden biri de beslenme kültürüdür. Bu doğrultuda, Antakya, çokkültürlü, kozmopolit yapısı ile Anadolu'daki diğer kentlerden farklıdır. Etnik kökenleri, dinleri birbirinden farklı birçok topluluk çok uzun bir zaman boyunca bir arada yaşamayı öğrenmiştir. Tarihte birçok kadim uygarlığa ev sahipliği yapmış *Doğunun Kraliçesi*'nde toplumun yemeğe bakışı ile turizm; tarih ve kültürden ziyade bu alana yönelmiş, yemek Antakya'nın belirleyici özelliği, kentin kimliği haline gelmiştir (Kaypak ve Uçar, 2018: 190-191). Antakya, tarih boyunca Bizans, İslam ve Türk medeniyetlerine ev sahipliği yapmıştır. Bu sebeple kentte, çok zengin bir kültürel mozaik oluşmuştur. Bu zenginlik, yemek kültüründe kendini göstermektedir.

Uygarlıklar; kültür, coğrafya, sanat ve lezzetleri ile büyüktür. Her yörenin, her toplumun kendine özgü yemek kültürü vardır. Her ülke coğrafyasının, yaşam biçimi ve tat duygusunun vazgeçilmez öğelerini taşıyan mutfak kültürü, yüzlerce yıl olgunlaşarak kuşaktan kuşağa aktarılmış, o kültürün temsilcisi olmuştur. *Mutfak* sözcüğü, hem yemek hazırlanan, pişirilen yeri, hem de bir kent veya ülkenin yemek çeşitleri yönünden sahip olduğu zenginliği ifade etmek için kullanılır. Dünyada hemen her mutlağın temel sayılabilecek bazı özellikleri vardır. Her mutfak bu özellikleriyle bir kimlik kazanır. Dünya mutfakları içinde Türk mutfacı nasıl özel bir

yere sahipse, Antakya mutfağının da Türk mutfağı içinde özel ve önemli bir yeri vardır (Kaypak ve Uçar, 2018: 197). Antakya, zengin mutfak kültürü sayesinde kimlik kazanmış bir şehirdir.

Geleneksel çarşıların biçimsel özellikleri, hangi coğrafyada olursa olsun her Osmanlı geleneksel şehir çarşısında birbirine benzer çarşı biçimlenişleri şeklinde kendisini göstermektedir. Bu tür çarşıların önemi şehrin ticaret rotası üzerinde bulunup bulunmadığıyla bağlantılı olarak da değişebilmektedir (Topçu ve Bilsel, 2016: 60). Antakya'nın Orta Doğu ile Avrupa arasında bir köprü konumunda olması, Uzun Çarşı'nın değerini artırmaktadır.

Antakya Uzun Çarşı, geleneksel Osmanlı çarşılarına örnek oluşturan çarşılarından biridir. Uzun Çarşı'nın bir cami etrafında (Ulu Cami) gelişme göstermiş olması, çarşı içinde Ahilik unsurlarının görülmesi, usta-çırak-kalfa ilişkisinin Türk geleneğine bağlı olarak varlığını devam ettirmesi, çarşı içindeki hanların varlığı, çarşıdaki dükkânların birbirine yaslanmış ve sıra halinde olmaları gibi birçok özellik bakımından Antakya Uzun Çarşı, geleneksel Türk çarşıları arasında yerini almıştır.

Bulunduğu coğrafi konum itibarıyla Antakya, Ortadoğu mutfağı ile benzerlikler göstermesinin yanında Anadolu ile de pek çok ortak yemek çeşitliliğine ve geleneğine sahiptir (Şahin, 2012: 7). Antakya, Osmanlı padişahı Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferinde Memluk Sultanı Kansu Gavri ile yaptığı 24 Ağustos 1516 tarihli Merc-i Dabık savaşından sonra, Halep'in işgalini takiben Güneydoğu Anadolu'daki kentlerle birlikte Osmanlı hâkimiyetine girmiş ve dört asır Osmanlı kenti olarak varlığını sürdürmüştür (Demir, 1996: 85). Antakya, Halep'e bağlı bir kentti. Antakya'nın uzun yıllar Arapların hakimiyetinde kalması ve şehrin Suriye sınırında olmasından ötürü yemek türlerinde Arap kültürü ile etkileşim olmuştur. Uzun Çarşı'daki kasaplarda da bu durum görülmektedir. Çarşı'da meşhur olan, Arap mutfağından etkilenmiş yemekler kâğıt kebabı, tepsi kebabı (lahmı sini), Arap kebabıdır (KK4).

Bir mutfağın niteliği yiyeceğin üretim ve dağıtım sistemleriyle açık bir şekilde ilişkilidir. Bir mutfağın ortaya çıkışında üç ön koşul bulunmaktadır. İlk olarak malzeme çokluğu ve yemek tariflerinin çeşitliliği, ikinci olarak mutfağın cesur ve eleştirel yemek tüketicilerinin olması; üçüncü olarak da yemek yeme zevkini ilk sıraya koyan yaklaşımlardır (Goody, 2013: 130). Antakya yemek kültürünün zenginliği birçok özelliğe dayanmaktadır. *İlk olarak*, Antakya mutfağının zenginliği

içinde bulunduğu coğrafyadan gelmektedir. Coğrafi yapının tarıma ve hayvancılığa elverişli olması nedeniyle her türlü malzemenin üretilebilmesi ve erişiminin kolay ve düşük maliyetli olmasına bağlı olarak şekillenmektedir. Yemeklerin yapımında kişisel tercihler küçük farklılıklar oluşturur. *İkinci olarak*, tarih boyunca pek çok uygarlığın birikimiyle, bilinen üç bin yıllık lezzetlerin günümüze kadar yaşatılarak sentez bir mutfak kültürü oluşturmuştur. *Üçüncü olarak*, kent halkı yemek yapmayı da, yemeyi de sevmektedir (Kaypak ve Uçar, 2018: 197). Antakya'daki yemek kültürünün zenginliği tarihi süreçlerin bir sonucudur. Fakat şunu da belirtmek gerekir ki Antakya insanı, yemek zenginliğini çok iyi değerlendirmiştir. Uzun Çarşı'daki yemek yerlerinde görülen çeşitlilik bu durumu kanıtlamaktadır.

Antakya, tarih boyunca farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmıştır. Bu süreçte yemek kültürü de bu uygarlıkların kültürlerinden etkilenmiştir. Ortaçağ Bizanslıları sabah kahvaltısı, öğle ve akşam yemeği olmak üzere günde üç öğün yemek yerlerdi. Yemeklerden önce ordövr (meze) sunulurdu. Yemek sonrasında da tatlı yenirdi. Yiyecek ve içecekler o kadar boldu ki yemeklerdeki seçimler kişisel tercihlere bağlıydı. VIII. Konstantinos'un lezzetli soslara ve baharatlara düşkünlüğü bilinmektedir (Rice, 2002: 165). Bugün Antakya'da sofralardaki yemek zenginliği ve özellikle yemeklerden önce meze sunulması, ayrıca yöresel yemeklerde baharatların bolca kullanılması Antakya yemek kültüründe görülen Roma yemek kültürünün bir etkisidir.

Antakya Uzun Çarşı'da bulunan çarşı-fırınlara varlığı bazı tarihçilere göre Roma dönemine kadar gitmektedir (Şavkay, 2000: 8). Yakın zaman olan Osmanlı devrinden bu yana gördüğümüz bu gelenek aslında Roma medeniyetine kadar uzanmaktadır.

Uzun Çarşı'da gördüğümüz fırınların bildiğimiz fırınlardan bazı yönlerden farklı olduğunu görüyoruz. Antakya'ya özgü yemeklerden olan katıklı ekmek, külçe, kahke, Antakya simidi, biberli ekmek gibi yöresel tatları Çarşı sakinlerine sunmaları Antakya için bu fırınların önemini göstermektedir. Bu açıdan bu fırınlar yemek pişirme işlevinin dışında aynı zamanda bir kültür taşıyıcısı görevi de üstlenmiştir. Görüştiğimiz kaynak kişiler de bunu ifade etmektedirler: “*Antakya kültürü, kimliği denilince akla ilk fırınlar gelir. Katıklı ekmeğimiz, bize özgü ekmeğimiz ve Antakya simidimiz var. Bunları tanımadan Antakya'yı tanımanız mümkün değildir.*” (KK17).

Çarşı'daki fırıncılar geleneksel yemeklerin yapıldığı bu fırınlara “**kara ocak**” demektedirler (KK16).

Kasapların yanında veya çok yakınında mutlaka fırın da bulunmaktadır (Şahin, 2012: 10). Çarşı'daki mahalle aralarına yayılmış kasaplara öğle ve akşam yemekleri için insanlar “*kâğıt kebabı*” ve “*tepsi kebabı*” için sipariş verirler. Kasap istenilen siparişi hazırlar ve hemen yanında veya yakınında bulunan fırına gönderir. Orada pişirildikten sonra kasaba geri gelir. Sipariş sahibi de gelip alır veya evine servis yapılır. Bunlar “*biberli ekmek*”, “*lahmacun*”, “*pide*”, “*bayramlarda kahke*”, “*tepsi oruğu*” gibi çok değişik yiyecekleri pişirmektedirler (Türk ve Şahin, 2004: 123). Kaynak kişimiz bu durumu şöyle ifade ediyor: “*İnsanlar özellikle şehir dışından gelen misafirlerimiz kasapları görünce şaşırırlar. Onlar kasap deyince akıllarına sadece et alınan yer geliyor. Fakat bizde kasaplar aynı zamanda lokanta olduğu için çok şaşırırlar.*” (KK1).

Çarşı'daki kasaplarda bir aile geleneği olduğu görülmektedir. Birçok kasap, mesleğini babadan veya dededen öğrendiğini belirtmektedir (KK1, KK3, KK4). Bu durum, Çarşı'da bir aile mesleğini devam ettirme geleneğini göstermektedir.

Kültür, bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır. Bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesi olan kültür, aynı zamanda toplumun kendisidir (Güvenç, 2020: 121). Toplumların kültürel bir parçası olarak yüzyılların birikimini ve çeşitliliğini taşıyan yemek kültürü olgusu sadece bir karın doyurmaktan ibaret değildir (Sağır, 2012: 2676). Yemek olgusuna birçok anlamlar yüklenilmiş ve bu kültür nesilden nesile aktararak günümüze kadar gelmiştir. Antakya Uzun Çarşı'daki geleneksel et yemeklerinde de biz bunu görmekteyiz. Çalışma sahasında yaptığımız görüşmelerde Çarşı'daki kasaplar yaptıkları işi bir kültür hizmeti olarak görmektedirler. Babadan oğula geçerek öğrenilen kasaplık mesleğinin Antakya yemek kültürünü geleceğe taşıdıklarını ifade etmektedirler (KK1, KK2, KK3, KK4).

Kültür, değişkendir. Bu değişkenlik uyum yoluyla gerçekleşir. Her ne kadar doğal şartlar kültürü değiştirmede etkili olmasalar da kültürler, zaman içinde doğal çevreye uyum gösterirler. Kültürler; yayılma, ödünç alma, öykünme, vb. yollarla komşularına benzerler. Ayrıca kültürel sistemi oluşturan bireylerin biyolojik ve psikolojik istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak bir tarzda uyum gösterirler. Koşullar değiştikçe, geleneksel çözüm yollarının sağladığı doyum düzeyi de azalır ve değişir.

Yeni ihtiyaçlar ortaya çıkar ve bunlar bilinç düzeyine ulaşır. Bu ihtiyaçları karşılayacak, sorunları çözecek deneme ve düzeltmeler yapılır, yeni kurum ve kuruluşlara gidilir (Güvenç, 2020: 132-133). Günümüz dünyasındaki maddi alandaki teknolojik gelişmeler ve manevi alandaki sosyo-kültürel değişimler, yani yaşanmakta olan küreselleşme olgusu, gelişmekte olan ülkeleri ve üçüncü dünya ülkelerini etkisi altında tutmakta ve toplumların ekonomik, sosyal, kültürel yaşamlarını gelişmiş ülkelerin ekonomik amaçları doğrultusunda dünyayı biçimlendirmeye çalışmaktadır. Dünya ekonomisini elinde tutmaya yönelik hızla etkisini artıran küreselleşme süreci, sonuçları itibarıyla yaşam mekânlarımızı ve mimarimizi, dolayısıyla da kentlerimizin kimliklerini, kaçınılmaz biçimde etkilemektedir (Ulu ve Karakoç, 2004: 59). Son yıllardaki teknolojik gelişmeler ve değişimler, toplumların ve toplumlara ait öğelerin de değişimine neden olmuştur. Bundan etkilenen birincil durum da toplumların kimlik öğeleridir.

Antakya Uzun arşı'daki kasaplarla yapılan görüşmelerde 1980'lerde kasapların arşı'da sayılarının fazla olduğu, 1980'den günümüze değin git gide kasapların azaldığı belirtilmiştir. Bunun sebebi teknolojik gelişmeler, büyük ticaret merkezlerinin açılması, fast food (hazır ve hızlı yemek) dediğimiz yabancı yemek kültürünün yaygınlaşması gibi etkenlerdir (KK4).

Hatay yemeklerinin en önemli ayırt edici özelliklerinden birisi baharatlardır. Baharatlar hem lezzet verici olarak hem de süsleme unsuru olarak hemen hemen her yemekte kullanılmaktadır. Kimyon, karabiber, nane, sumak, pul biber, tarçın, karanfil, çörek otu dışında, şumra (rezene), küzbara (kişniş), zahter (kekik), habak (reyhan) gibi yerel isimleriyle bilinen birçok baharat kullanılmaktadır (Şahin, 2012: 9). Baharatlar, Antakya yemeklerinin olmazsa olmazıdır. Uzun arşı'da çok sayıda baharatçılar bulunmaktadır. Hatta o kadar fazladır ki kent halkı “*Baharatıların olduğu yer, baharatıların olduğu bölge*” gibi ifadelerle Uzun arşı'nın bir bölgesini dillerinde ifade etmektedirler.

Hatay'da baharat denildiğinde Uzun arşı'nın bir bölümünü oluşturan baharatçılar akla gelmektedir. Karşılıklı birkaç dükkândan oluşan baharatçılar, hem Hatay'ın baharat ihtiyacını karşılamakta hem de inanç turizmi ve gastro-turizmin merkezlerinden biri olan Antakya'yı ziyaret edenlerin alışveriş ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Kentte hem Türkçe hem de Arapça konuşulduğundan bu iki dillilik

baharatlara da yansımaktadır. Genel olarak bakıldığında *kimyon (kemun)*, *karabiber (filfel)*, *nane*, *sumak*, *pul biber (filefle methuze)*, *çörek otu (haptul sode)*, *habek (reyhan veya fesleğen)*, *muskat (baharat cevizi veya covsıl tip)* bu durumu örneklendirmektedir (Eriş ve Çoruh, 2015: 201). Baharatlardaki tür zenginliği yemeklere yansımış, kent yemeklerinde çok farklı ve güzel tatların ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Uzun Çarşı'daki baharatçılarda yöresel yemeklere konulan baharatların dışında herkesçe bilinen ve yurt dışından ithal edilen baharatlar da bulunmaktadır. Çarşı'daki baharatların %75'i yurt dışından gelmektedir. Bunlar karabiber, tarçın, yenibahar, zencefil, zerdeçal ve muskattır. Bu baharatlar Kore, Hindistan, Çin ve Tayland'dan gelmektedir. Ama %90'ı Hindistan'dan ve Çin'den gelmektedir. Brezilya'dan karabiber, tarçın Sri Lanka'dan, Hindistan'dan gelmektedir. Karabiber Brezilya'dan, susam Sudan'dan gelmektedir. Çörek otu yurt dışından geliyor. Limon tuzu Çin, Hindistan cevizi Hindistan, tarçın Vietnam, karanfil Brezilya malıdır (KK6, KK8). Nar ekşisi, sumak, zahter, salamura, biberiye, nane, ıhlamur, adaçayı, hatmi çiçeği, karabaş otu, Defneyaprağı baharatları yöresel baharatlardan olup Uzun Çarşı'daki baharatçılarda tezgâhlarda yer almaktadır (KK6, KK7, KK8, KK83).

Antakyalılar için yemeğin rengi de önemlidir; çünkü kentte yemeğin kabul edilen görseiliğini arayış mevcut olup domates ve biber salçası bu bakımdan önemli bir faktör olarak değerlendirilir. Renginin soluk olması, kendi yorumlarıyla lezzetsiz olarak anlandırıldığından, mutlaka bol salça kullanılmakta, az salçalı ya da salçasız yemekler “*hastane yemeği*” olarak nitelendirilmekte ve iğrenti duyulmaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018: 198). Uzun Çarşı'da domates salçası ve biber salçası özellikle eylül ayında görülen ve Antakyalıların “*biber sıcakları*” dedikleri günlerden sonra baharatçılarda satılmaktadır. Biber salçasını kent insanı ev yemeklerinde kullanmak için talep etmektedir. Antakya insanı, fabrika ürünü salçalardan ziyade ev yapımı salçaları tercih etmektedir. Kırsal bölge insanı biber salçasını kendisi yapmaktadır. Çarşı'da satılan ev yapımı biber salçasını şehir insanı tercih etmektedir. Kentte apartman dairelerinde yaşayan insanlar salça yapımı için gerekli yer olmadığından yahut salça yapacak zamanı olmadığından köylünün yapıp Çarşı'da sattığı salçaları almaktadır.

“*Yerel tıp*” (ethnomedicine) veya “*halk tababeti/ sağaltmacılığı*” olarak da adlandırılan geleneksel tıp, sağlık ve hastalığa ilişkin bilgi ve uygulamaların

kuşaktan kuşağa aktarılmasıyla oluşan, her aktarımıyla birlikte aynı zamanda yeniden üretilen sözlü sağlık bilgisini nitelemektedir. Aktarlık/attarlık ise, bitkisel ürün ve drogların hastalıkların tedavisinde kullanılması ve bunların satılması ile ilgili geleneksel mesleklerden biri olarak yaşamına devam etmektedir (Yıldırım, 2021: 330). Uzun Çarşı’da görüştüğümüz baharatçılar aktarlık geleneğinin devam ettiğini belirtmektedirler. Son yıllarda hastalıkların artmasından dolayı halk, sağlığa iyi gelen baharatlara yönelmişlerdir (KK5). Tarçın, kadın hastalıklarına; gulebu böbrek taşı hastalığına; aslanpençesi prostata; dağ zahteri mideye iyi geldiği söylenmektedir (KK7).

Antakya’da süttten elde edilen bazı ürünler Anadolu ile ortak bir geleneği paylaşıırken, bazılarında tamamen ayrışmaktadır. Dil peynir, örgü peyniri, çökelek gibi süt ürünleri aroması ve üretim tekniğinin farklı olmasının yanında başka yerlerde de üretilmektedir. Ancak cara çökeleği, sürk ve bunlardan yapılan salatalar yalnızca Hatay’a özgü yiyeceklerdendir (Şahin, 2012: 11). Antakya, süt ürünlerinden yapılan farklı tatlara sahip kahvaltılıklarla zengin bir mutfığa sahiptir. Bu süt ürünleri Çarşı’da şarküteri satıcılarında satılmaktadır. Bu ürünlerin alıcısı şehir insanıdır. Evde bu ürünleri yapacak kadar zamanı olmayan ya da işin zahmetini çekmek istemeyen şehir insanı, şarküteri satıcılarından bu ürünleri almaktadır.

Saha çalışmamızda görüştüğümüz kaynak kişi, Antakya Uzun Çarşı’da önceleri üç meslek grubunun olduğunu söylemektedir. Bunlar kasaplar, fırınlar ve peynircilerdir. Nüfus artışıyla birlikte Çarşı’nın da genişlediğini ve esnaf sayılarının arttığını görmekteyiz (KK10).

Yemek öğünlerinden kahvaltı, Antakya halkının ayrı bir önem verdiği öğündür. Yöresel tatlar, kahvaltılarda mutlaka bulunmaktadır. Antakyalıların “kahvaltılık” diye ifade ettikleri bu ürünler özellikle de süt ürünleridir. Yaprak peynir, sünme peynir, ezme peynir, testi peynir, cara peyniri, köy peyniri, sıkma peyniri, küflü çökelek, taze çökelek, zahterli çökelek gibi ürünler kahvaltılık çeşitlerindendir (KK10, KK12). Taze sürk üzerinde yapılan bazı işlemlerden sonra elde edilen küflü sürkün kokusu oldukça keskindir. Bol baharatlı ve keskin kokusundan dolayı bolca zeytinyağı eklenerek tüketilmektedir (Şahin, 2012: 11). Çarşı’da peynircilerde görülen, Antakya’ya özgü diğer bir kahvaltılık ürünü de tuzlu yoğurttur. Tuzlu yoğurt Antakya’ya özgü bir süt ürünü olup kış için hazırlanan bir katık ürünüdür. Pirinçle suya tuzlu yoğurt koyup pişirilip üstüne toz nane ekilerek

yenen yoğurt çorbası sık yapılır. Özellikle ıspanaklı katıklı ekmek ile yenmek için hazırlanır (Tekin, 1993: 15). Bu ürünler, Antakya’da lezzetli ve farklı bir kahvaltılık kültürü meydana getirmiştir. Bu süt ürünleri Uzun Çarşı’da peynircilerde, şarküteri dükkanlarında satılmaktadır. Damak zevkine düşkün olan kent insanı, bu ürünleri almaktadır. Antakya insanı, fabrika ürünleri yerine yöresel ürünleri tercih etmektedir.

İnsanların dinî inançları ile yemek kültürleri arasında doğrudan bir ilişki vardır. Beslenmede dini etmen oldukça etkilidir. İnanç biçimleri insanların ne yiyeceğine, neyi yememesi gerektiğine karar verdiği gibi, dinî ritüellerde sunulan yiyecekler de insanların yaşamlarında oldukça etkili olmaktadır (Türk ve Şahin, 2004: 6). Kişinin ait olduğu topluluğun dinsel ritüellerine, pratiklerine, kurallarına yaklaşımı ve değerlendirmeleri aidiyet hissinin gelişmesi açısından önemli olmaktadır (Doğruel, 2005: 186). Her dinin ayrı besin ve beslenme pratikleri olduğu gibi ortak noktada buluşulan pratikler de mevcuttur. Kültürel yapı, ekonomi ve dinsel inanışlara bağlı gruplarla yemek kültürü farklı şekillenmekte, farklı anlamlar taşımaktadır. Dinî törenlerde hazırlanan, törene özgü yiyeceklerle, sosyal açıdan çevreye aidiyet duygusu uyandırması, toplum içinde konumun belirlenmesi gibi çeşitli anlamlar taşıyan mesajlar iletilir. Leonardo da Vinci’nin, Hz. İsa’nın çarmıha gerilmeden önceki akşam havarileriyle yediği yemeği anlatan ünlü eseri “*Son Akşam Yemeği*” bu tür bir içeriğe sahiptir (Kaypak ve Uçar, 2018: 196). Hatay özellikle de Antakya, etno-dini ve kültürel açıdan farklı inançların bir arada yaşadığı ve ticari hayatının merkezinde olan bir yerdir. Kentin bu özgün dokusu mutfağa dolayısıyla da gıda geleneklerine yansımaktadır. Kentte yaşayan Nusayriler (Alevi Müslümanlar), Hristiyanlar, Museviler ve Müslümanların paylaştıkları ortak bir yemek kültürü varken; ayrıca kendilerine ait özel bir mutfak alanı da bulunmaktadır (Eriş ve Çoruh, 2015: 198). Antakya’daki kültürlerin farklı alışkanlıklarının Uzun Çarşı’daki yiyeceklere de yansıdığını görmekteyiz. Örneğin Nusayrilerde (Alevi Müslümanlar) dini günlerde yapılan “*hırsı*” adı verilen et ve buğdaydan yapılan yemek, Sünnilerde “*aşur/aşür*” yemeklerine dönüşmektedir. Patlıcan reçeli, turuncu reçeli ve ceviz reçeli Antakya’da yaşayan Hristiyanların daha çok tercih ettikleri ürünlerdir (KK14). İnanç farklılıkları da yemek türlerinin farklılaşmasında etkili olmuştur. Bu ürünler, Uzun Çarşı’da peynircilerde ve şarküteri dükkanlarında satılmaktadır.

Hatay tatlıları arasında yer alan künefenin yemek kültürü içindeki yeri çok önemlidir. Antakya’da künefelik yiyeceklerin üretiminden tüketimine kadar geçen süreçte pek çok geleneği bir arada görmek mümkündür. Künefenin önemini Antakya merkezinde bulunan künefecilerin çokluğundan da anlamak mümkündür (Şahin, 2012: 12).

“Eski Arapça yemek kitaplarında bu tatlı “Kinafa” (ince açılan bir hamur anlamında) olarak geçmekte, kadayıf sözcüğünün de Arapça olan “katife” kelimesinden geldiği bilinmektedir. Tel tel şeklinde olan kadayıfın içerisine peynir konulup pişirildiğinde günümüzün Künefe adlı tatlısı ortaya çıkmıştır (Budak, 2019). Arapça’da “Künafa”, Mısır Arapçasında “Kunafa”, Suriye Arapçasında ise “Knafe/Knafeh” olarak geçen bu tatlı dünyanın birçok ülkesinde de üretilip satışa sunulmakta ve Avrupa ülkelerinde bu tatlı genellikle “Kunafa” adı altında satışta bulunmaktadır. Bununla birlikte Ürdün ve Filistin’de de Künefe (“Kunafa” veya “Knafeh Nabulsiyeh” olarak geçmekte) tatlısının yapımı da yaygındır.”(Akt. Çay, 2022: 4).

Künefenin Antakya’ya Ortadoğu’dan geldiğini görüşülen kaynak kişiler de belirtmiştir (KK15, KK16).

Künefe, “közde künefe” adıyla Antakya’ya gelmiştir. Künefeyi, Antakya’ya getiren ilk aile “Künefeci” soyadlı ailedir (KK15).

Geleneksel künefe, bakır tepsilerde yapılır. Künefeyi meydana getiren tel kadayıftır. Tel kadayıflar hafif ateşte ısıtılır. Daha sonra bu kadayıflar elle parçalara ayrılır. Günlük yapılan tuzsuz peynir yine elle ovularak parçalara ayrılır. Künefe önceden yağlanmış ve ısıtılmış bakır tepsiye basılır. Daha sonra peynir künefenin üzerine serpiştirilir. Daha sonra tekrar künefe basılır. 10 dakika piştikten sonra tepsi çevrilir. Tepsinin diğer tarafı pişer. Piştikten sonra yine önceden şeker ve kaynatılmış su ile hazırlanmış şire, künefenin üzerine dökülür ve geleneksel künefe hazır hale gelir (KK16). Çarşı’daki künefecilerde künefenin geçirdiği bu işlemler gelen kişilere izletilmektedir.

Sahada görüşülen kaynak kişi, geleneksel künefenin şimdikinden farklı şekilde yapıldığını belirtmektedir: *“Eskiden Habib-i Neccar Camisi’nin avlusunda yatsı namazından sonra yapılıp yenirmiş. Babam Yusuf Usta yapar, insanlar yermiş. Yusuf Usta her esnaftan 1 lira toplar, büyük bakır tepside künefe yaparmış. Buna Uzun Çarşı’da “örf hane” denirmiş. Antakya ağzında “örfene” denirmiş. Para veren vermeyen herkes bu tatlıdan yermiş.”* (KK16). Günümüzde Çarşı’da geleneksel künefeyi yapan birkaç esnaf bulunmakta, künefe daha çok fabrika usulü yapılmaktadır. Künefe, artık Antakya’nın kent sembollerinden biri olmuştur. Öyle ki

Antakya denilince akla ilk künefe tatlısı gelmektedir. Künefe malzemeleri Uzun Çarşı'da künefecilerde ve peynircilerde satılmaktadır. Künefeyi oluşturan tel kadayıflar ve tuzsuz künefe peyniri, bu iş yerlerinde günlük yapılmaktadır. Tel kadayıflar da hamurdan yapılmaktadır. Künefeyi kent insanı ve şehre dışardan gelen yerli ve yabancı misafirler tercih etmektedir. Ayrıca künefeciler, şoklama usulü ile yaptıkları künefeleri vakumlanmış paketlerle (şoklama) yurt içi ve yurt dışına kargo ile göndermektedirler.

Künefe dışında kireç kaymağında yapılan kabak tatlısı da son derece lezzetlidir. Dışı sert içi yumuşak bir kıvama sahip olan kabak tatlısının geleneksel sunumu, dilimlerin kare şeklinde doğranmasından sonra, üzerine tahin gezdirilip dövülmüş ceviz serpilerek yapılır (Şahin, 2012: 12). Uzun Çarşı'da künefecilerin bazıları bu geleneksel kabak tatlısını müşterilerine satmaktadır. Kabak tatlısı bal kabağından yapılmaktadır. Dilimlenen bal kabağı, toz şeker katılmış su ile biraz kaynatılarak hazır hale gelir. Kabak tatlısını Antakya halkı almaktadır. Künefedeki olduğu gibi şoklama usulü paketlenme ile şehir dışına gönderilmektedir.

İngiliz antropolog Mary Douglas, yemeği sadece ikili karşıtlıkların kümesi olarak değil; gün, hafta ve yıl boyunca yenilen yemekler bağlamında düşünülmesi gerektiğini belirtir (Akt. Goody, 2013: 48). Bu anlamda Antakya'da yemekler günlük yapıldığı gibi kışlık olarak da yapılmakta ve saklanmaktadır. Hatay tarımsal ve hayvansal üretimin kolaylıkla yapıldığı bir bölgedir. Ancak yine de bazı ürünler çeşitli işlemlerden geçirilerek kış için hazırlanmaktadır. Keçi tuzlu yoğurdu ve keçi peynirleri bunlardandır. Hemen hemen her mevsim her türlü sebze ve meyveyi bulmak mümkündür. Ancak yine de kışa bazı geleneksel hazırlıklar yapılmaktadır. Özellikle patlıcan, kırmızıbiber, bamyas, kabak kurutulup kış için saklanır. Kırmızıbiberin kurumuş haline baş biber denilmektedir. Kuru sebzelerin dizildiği her diziye ise “*kıleyde*” denilir. (Şahin, 2012: 14). Uzun Çarşı'da baharat satan yerlerde veya kuru bakliyat satan esnaflarda bu ürünleri görmek mümkündür. Antakya insanı hazır paketlenmiş ürünlerden ziyade yöresel, ev yapımı ürünleri tercih ettiğinden Uzun Çarşı'ya gelip bu ürünleri satın almaktadır.

Antakya mutfağında dolmalar özellik arz eden bir yemek türüdür. Antakya'da yapılan dolmaların özelliği etinin kuyruk yağlı oluşu, içine nane, sarımsak ve nar ekşisinin konmasıdır. Pirinçli yapılacağı gibi Antakya'ya ait olan “*firik*” denilen buğdayın olgunlaşmamış başakları ateşle yakılarak bulgur gibi çekilen buğdayın

işlem görmüş haliyle de yapılmaktadır (Tekin, 1993: 34). Çarşı’da tarihi Buğday Pazarı’nda çevre ilçelerden gelen köylü halk, özellikle de Sünnilerin Ramazan ve Kurban Bayramı’ndan; Alevilerin Gadir-i Hum Bayramı’ndan önce buğdaylarını getirip burada satmaktadırlar.

Hatay’ın tarımsal üretiminde zeytin oldukça önemlidir. Bolca üretimi yapılan zeytin tatlandırılarak saklanır. Zeytinin tatlandırılmasında iki farklı yöntem uygulanmaktadır. Birincisi zeytinin kırılmadan kostikli su ile tatlandırıldığı yöntemidir. Diğer ise kırma zeytinin ayar tuzunda tatlandırılması yöntemidir (Şahin, 2012: 14). Uzun Çarşı’da yöresel kahvaltı ürünleri satan dükkânlarda, dükkânın önünde bu yollarla hazırlanmış zeytin kavanozlarını görmek mümkündür.

Antakya Uzun Çarşı’da görülen diğer esnaf grubu da baklacılardır. Akşamdan ıslatılan baklanın dış kabuğu ayıklanarak yumuşayınca kadar pişirilir. Pişen baklalar bir kapta iyice ezilir. İçine dövülmüş sarımsak ve tahin ilave edilerek karıştırılır. Bu karışım kenarlı bir servis tabağına konulup üzerine bol kimyon, biber ve zeytinyağı gezdirilerek maydanozla süslenir. Baklanın pişirilme süreci uzundur. Yöresel büyük kavanoz olan caralara doldurulan baklalar külhana gönderilir. Külhan, hamamlarda suyun ısıtıldığı yere denmektedir. Burada bu baklalar yaklaşık 20 saat pişer ve sonra baklacılara gönderilir. Pişen baklalar 10 dakika kadar tahta tabaklarda dövülür, yani ezilir (KK38, KK39, KK40). Uzun Çarşı’daki baklacıların yaptıkları bu bakla ezmeleri, sabah kahvaltılarında ve öğle yemeklerinde Uzun Çarşı esnafının sofralarında yer almaktadır.

Baklanın yanında humus ezmesi de diğer yöresel ezmelerdendir. Bakla ve Humus yemeklerinin kökeni Mısır’dır (KK36, KK37). Burada da bir Arap kültüründen etkilenme görülmektedir.

Uzun Çarşı’da özellikle de Ramazan ayında kent halkının yemeklerden sonra içtiği bir şerbet türü olan meyan şerbetini görmekteyiz. Meyan, tarlaların sulanmasından sonra kenarlarında çıkan bir bitkidir. Bu bitki toplanıp Çarşı’da “meyan kökü” olarak satılmaktadır. Görüşüğümüz kaynak kişi meyan şerbetinin özel bir yapılış şekli olduğunu belirtmektedir. Bu tarifi kimseyle paylaşmadığını, sadece çocuklarına anlattığını söylemektedir. Bardağın yarısına kadar meyan şerbeti, kalan yarısına da su eklenip soğuk içilmesi gerektiğini belirtiyor. Bu şerbetin önemi, böbrek rahatsızlıklarına iyi gelmesi ve susuzluğu giderici etkisi olmasıdır (KK19,

KK54). Burada yine meslekte bir aile geleneği görülmektedir. Ayrıca halk hekimliği geleneğinin de sürdürüldüğü anlaşılmaktadır.

Antakya haytalısı, sıcak yaz günlerinde Çarşı sakinlerinin ve misafirlerinin susuzluklarını giderdiği bir soğuk yiyecektir. Su, şeker, mısır nişastası ve vanilyadan yapıp üzerine dondurma eklenerek servis edilen bu tatlı türü, Çarşı'ya gelenlerin tercih ettiği bir yiyecektir (KK40). Haytalı tatlısı kent kimliğinin Uzun Çarşı'yla merkezileşen önemli bir sembolüdür.

Antropolog Douglas, yemeği biyolojik gerçeklerin yanı sıra sosyal gerçeklerle de ilişkili görmüş ve bu konunun daha çok sosyal gerçeklerle bağlantılı olduğunu düşünmüştür (Akt. Goody, 2013: 46). Temininden tüketimine kadar yemekle ilgili oluşumlar insanların toplumsal davranışını dolayısıyla kültürü önemli bir konu haline getirmiştir. İnsan birliktelikleri kurumsallaşmış davranış örüntüleriyle şekillenen oluşumlardır. Bu oluşumlar gerek dinsel gerekse dinsel olmayan ritüelleri de kapsamaktadır. Tüm bu ritüeller içinde gerek günlük hayatın düzenlenmesinde gerekse din temelli davranışların günlük hayat üzerine etkisinde yemek temelli seremoniler önemli bir yer tutmaktadır. Bu seremoni ve ritüeller bir topluluğu diğerlerinden ayıran temel davranış örüntüleridir (Beşirli, 2010: 168). Kimlik dediğimiz olgu da bu farklılıkların bütünüdür. Bir kentin kimliği onu diğer kentlerden ayıran ve ona özgü olan birtakım kent imgeleridir.

Kentler çeşitli disiplinler açısından tasnife tabi tutulurken bir kimlik tanımından söz edilebilir. Kentlerin coğrafi olarak kıyı şehri, ekonomik olarak ticaret şehri, kültürel olarak sanat şehri veya tarihi olarak ortaçağ şehri derken aslında zaman içinde veya günümüzden geçmişe bakarak o şehrin kazandığı kimliğe güçlü atıf yapılmaktadır (Tayanç, 2021: 79). Bu bağlamda, Hatay halkı, BM Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü UNESCO'nun yaratıcı kentler ağı kapsamında 2017 yılında "Gastronomi Kenti" unvanını almış, "Gastronomi Kenti" kimliğiyle öne çıkmaktadır (Kaypak ve Uçar, 2018: 199, KK53). Günümüzde Hatay denildiğinde akla "Gastronomi Kenti" ismi gelmektedir.

Yemek ve mutfak kültürü toplumların kimliğini, yaşam şekillerini, beslenme alışkanlıklarını ve özgünlüğünü ortaya koyan önemli kültürel miraslar arasında yer alır (Kaypak ve Uçar, 2018: 199). Antakya Uzun Çarşı, Antakya'nın mutfak kültürünü yaşatan önemli mekânlardandır. Kent insanın "Ne ararsan bulursun (KK59, KK60)." dediği Çarşı, Roma devrinden günümüze kadar Hristiyan ve

Müslümanların ortak bir yeme kültürü oluşturarak bunu gelecek kuşaklara aktarmayı başaramış yerlerdendir. Bir Antakyalının “Bizim yemeklerimiz olmazsa doymam.” dediği artık bir kültür ve kimlik bileşeni haline gelmiş olan yemeğin, vücut bulduğu yer Antakya Uzun Çarşı olmuştur.

3.3.2. Giyim Tarzına Yansımalar

Tüketimin en görünür biçimlerinden biri olan giyim, kimliğin kurulmasında önemli bir rol oynar. Giyim tercihleri, insanların, hem belirli bir zaman dilimine uygun görünüşlerine ilişkin güçlü normları, hem de olağanüstü bir seçenek zenginliğini barındıran kültürün belirli bir biçimini kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için eşsiz bir alan sağlar. Geçmiş yüzyıllarda, kamusal alanda kimliği ifade eden başlıca araç, giyim olmuştur. Kimliğin meslek, bölgesel din ve toplumsal sınıf gibi birçok farklı boyutu, dönemin koşullarına uygun biçimde giyimle ifade edilmiştir (Göksel, 2007: 50). Kıyafetler, kişilerin kimliği gibidir. O kişinin kimlere benzediğini ve nereye ait olduğunu gösterir. Evliya Çelebi, Trabzon ilinin sakinlerini anlatırken onları kıyafetlerine göre sınıflandırır:

“Şehir sakinleri eskiden beri yedi sınıfta toplanmıştır. İlki, yüce ve güçlü beyler, beyzadeler ki, samur astarlı görkemli harmaniyeler giyerler. İkincisi, ulema ve din adamlarıdır ki, kim olduklarını belli eder şekilde giyinirler. Üçüncüsü, deniz ve kara yoluyla Ozakof ile Kazakistan, Hingrelia, Çerkezistan, Abaza, Kırım’a ticaret yapan tüccarlardır. Kumaştan feraceler, çuhadan yapılan yakası dik, kolları bol olan geniş üstlükler, kontoş denilen kumaştan cübbemsi bol ceketler giyerler. Dördüncüsü, sanatkârlardır. Çeşitli patiskalar giyerler. Beşincisi, Karadenizli kayıkçılardır. Altıncısı, bağcılardır. Bu iki sınıf işlerine uygun giyinirler. Yedincisi, balıkçılardır ki, binlerce kişi bu adla anılır.” (URL-2).

Giyim-kuşam tarzı, bireylerin ve toplumların kimliklerini yansıtan önemli bir göstergedir.

Giyim tarzı ve anlayışı simgesel anlatım gücü oluşturur. İnsanların yaşadığı coğrafyayı, mensup olduğu topluluğu, hangi dinden olduğunu anlamak çoğu kez bu simgesel anlatım gücü ile mümkün olmaktadır. İnsan vücudunu korumak amacı ile başlayan ve çeşitli etkenler ile biçimlenen giysiler, vücudun örtüsü, baş, süsleme ve kullanılan gereçler gibi katmanlarla oluşturulmuştur. İnsanın doğal çevresi ülkenin coğrafi konumu, ekonomik ve toplumsal yapı ve erotik etmenler bile giyimin

şekillenmesinde önemli ölçüde katkıda bulunmuşlardır. Bu karmaşık görünüm ve ayrımların oluşumu dünya uygarlık tarihinin başından bu yana tüm toplumlar için geçerli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Koca, vd., 2007: 797). İnsanların giyim tarzlarından hangi bölgenin veya ülkenin insanı olduğu bilinebilmektedir. Bu durum, önemli bir kent kimliği ögesi olan giyim-kuşam tarzının kentlerin kimliklerinin oluşmasında etkili olduğunu göstermektedir.

Antakya, kuruluşundan Süveyş Kanalı'nın açılmasıyla Doğu Akdeniz ticaret yolunun yön değiştirdiği tarihe kadar Doğu ile Avrupa ticaretinin önemli bir kavşak noktası ve ticaret merkezi olmuştur. Antik Çağ, caddeleri ve halka açık meydanları ve ticaret yaşamıyla açık kültürün yaratıcısıdır. Antakya, Kolonadlı Caddesi ve dükkânları, forumları ve agoralarıyla açık kültürün en iyi örneklerinden olmuştur (Turgut, 1986: 134). Antakya, geçmişten gelen tarihsel kimliğiyle günümüzde de önem kazanmış bir kenttir.

Hatay'da XX. yüzyılın başlarında el işlemeciliği, ipek dokumacılığı giysiyi etkilemiştir. Ardından teknolojinin gelişmesi ile birlikte makine işlemeciliği ve pamuklu dokumalar önem kazanmıştır. İpek dokumacılığı günümüzde özellikle Samandağ ve Harbiye'de dokunup kullanılmaktadır (Beyazıt, 2019: 193).

Antakya Uzun Çarşı'daki terzilere ve kumaş satıcılarına bakıldığında farklı dinlerin mensuplarının bu zanaatlarla uğraştıkları görülmektedir. Sahada görüşülen kişiler bu durumu ifade etmektedirler: *“Antakya’da 1950-1980 arasında 800-900 Hristiyan aile bulunmaktadır. 600 erkek çocuk varsa 400’ü kuyumculuğa 200’ü de terziliğe yönelmiştir. Hristiyanlar bu alanda imalatta ustadır.”* (KK26).

Antakya Uzun Çarşı'da Çarşı girişine yakın bir yerde bulunan *“İki Kapılı Han”* denilen *“Kurşunlu Han”* da *“2000 yılından önce Yahudi terzi esnaflar bulunmaktaydı. 2000 yılından sonra bu esnafların bir kısmı İsrail’e bir kısmı da İstanbul’a göç etmişlerdir.”* (KK22). Kaynak kişilerimize bu mesleklerle Yahudilerin ilgilenme sebebini sorduğumuzda Yahudilerin terzilikte ve kumaşçılıkta geçmişten gelen ustalıkları olduğunu belirtmektedirler (KK22, KK26, KK27, KK78). Farklı etnik grupların özellikle el işi zanaatlarda ustalık gösterdiği, bu durumun Osmanlılardan bu yana devam ettiği tarihçiler tarafından da ifade edilmektedir.

Uzun Çarşı'da abiye ve düğün elbiseleri satan yerleri görmek mümkündür. Düğün sahibi veya yakını olan kişiler, düğünde giymek üzere abiye elbiseleri satın almaktadır. Çarşı'da ayrıca kişilerin dinî inancına uygun giyim dükkânları da

mevcuttur. Müslüman kadınların tercih ettikleri tesettür giyim elbiseleri Çarşı'daki giyim dükkânlarında satılmaktadır. Buralardan hem Antakya insanı hem diğer ilçe ve köylerden gelen insanlar alışveriş yapmaktadır.

Ayakkabıcılık alt sektörü; 1930 yılından günümüze Uzun Çarşı ve bölgesinde işlevsel açıdan varlığını sürdüren bir alt sektör olarak varlığını devam ettirmektedir. 1930'lu yıllarda köşkerlerin yer aldığı bölge bugün Ayakkabıcılar Çarşısı olarak nitelendirilmektedir. Köşkerlik elle üretimi, ayakkabıcılık ise günümüzde çağın koşullarına göre seri üretim bandında üretilen ürünün satış birimini ifade etmektedir. Üretim şekli ve üretilen malın sunumu açısından farklılık olsa dahi ayakkabıcılık Uzun Çarşı bölgesinde alt bir çarşı oluşturmuştur (Güngördü, 2016: 64). Antakya Uzun Çarşı'ya girildiğinde sağda ve solda, sokağın her iki tarafında dükkânlar dizilmiştir. Çarşı'nın içerisindeki bu ilk çarşıya Ayakkabıcılar Çarşısı denilmektedir.

Osmanlı dönemi kent ticaret merkezinin çekirdeğini oluşturan arasta, perakende ve toptan alış veriş merkezidir. Arastada, Osmanlı gelenekleriyle çalışan ve ürünlerini yine arastada satan küçük imalathaneler (Ayakkabıcılar, Tahta oymacılar gibi) günümüzde de varlığını göstermektedir (Turgut, 1986: 150).

Ayakkabıcılar Çarşısı'ndaki dükkânlar yan yanadır. Genelde 2-4 metre genişlikte ve 5-8 metre derinlikte yapılmışlardır. Dükkânları kesen sokaklar arasında kalan alanlar, 8-16 metre uzunluğunda küçük bloklar oluşturmaktadır (Turgut, 1986: 148). Ayakkabıcılar Çarşısı'nın ilginç bir özelliği de birkaç metrede bir, Çarşı'nın dışına çıkaran sayısız taş kemerli kapılara sahip olmasıdır. Bu kapılardan birinden çıkıldığında bir hana; başka bir kapıdan bir türbeye çıkılmaktadır (Mertcan, 2017: 277). Uzun Çarşı'da var olan dükkânların yan yana bir dizi halinde sıralanması geleneksel Türk çarşı yapısının bir özelliğidir. Dükkânların bitişik olması aynı zamanda komşu esnafla kaynaşmayı sağlamaktadır. Bir dükkânda olmayan ürün yan dükkânda olabilmektedir. Bu durumda müşteri yönlendirilmektedir.

Köşker/, Farsçadan Türkçeye girmiş olan bir sözcük olup yemenici, ayakkabı tamircisi demektir (Büyük Türkçe Sözlük, 2019: 1507). 1980'lere kadar Çarşı'da çok sayıda köşker/köşger vardı. Bu sebeple buraya "*Köşkerler Çarşısı*" denilmektedir (KK24). Bu köşkerler, yöresel ayakkabı türü olan yemeni ve edik yaparlardı. Yemeni, elle dikilen mumyalanmış ipliklerle sağlamlaştırılmış ayakkabılar demektir (Kalaycıoğlu, 2001: 187-188). Uzun Çarşı'da önceleri "*sayacı*" denilen ayakkabı

ustaları bulunmaktaydı. Ayakkabının yüzünü diken kişilere sayacı denir. Günümüzde ise model çok olduğu için insanlar Uzun Çarşı'da sayacı denilen ustalara fazla uğramamaktadır. Çünkü insanlar çok kısa sürede ayakkabılarını değiştiriyor. Eskiden bayramdan bayrama ayakkabı giyilirdi. Günümüzde ise gelişen teknolojiyle birlikte fabrikasyon ayakkabılar, eski ayakkabıların yerini almış durumdadır (KK20).

Uzun Çarşı'da görüşülen kaynak kişi, köşkerlik mesleğini icra eden ustaların maalesef artık kalmadığını, bunun sebebinin ise fabrikasyon ürünlerin çıkmasıyla işin kolayına kaçılmasını belirtmektedir. Kaynak kişi *“Eskiden bu iş tamamen el gücüne dayanıyordu. Ayakkabıyı kalıba koyardık; kalıptan çıktıktan sonra çekiçe saatlerce döverdik. Şimdi ise iş, fabrika işine döndü. Ama eski daha kaliteliydi. Bu meslek ölmez fakat fabrika işine döndü. Gelecekte de bu şekilde devam eder.”* diyerek ayakkabıcılığın öncesi ve sonrası hakkında bilgi vermektedir (KK25). Uzun Çarşı'daki yapılan görüşme ve gözlemler sonucunda köşker/köşgerlik mesleğinin kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerden olduğu anlaşılmaktadır.

Çarşı'da yapılan görüşmelerden hareketle ayakkabıcılık, Uzun Çarşı ve Antakya için önemli bir konumda bulunmaktadır. Ayakkabıcıların ve ayakkabı satıcılarının fazla oluşu Çarşı'yı ekonomik anlamda canlandırmaktadır.

Ayakkabıcılık sektörü, sadece Antakya kenti için değil; Türkiye'nin ticareti için çok önemli konumdadır. Adana, Gaziantep, Kahramanmaraş bölgesinde imalatı yapılan ve meşhur olan Antakya ayakkabısıdır. Türkiye'nin erkek ayakkabı ihtiyacının %35-45'ini Antakya'daki ayakkabı imalatçıları sağlamaktadır. Türkiye'deki büyük ayakkabı firmaları bile Antakya'da imal edilen ayakkabı ürünlerini kullanmaktadır (KK21, KK22, KK23).

Özetle ayakkabıcılık, Antakya Uzun Çarşı'da bir alt sektör olarak gelişme göstermiştir. Yaptığımız görüşmelerden hareketle ayakkabıcılık, sadece Antakya için değil çevre iller ve Türkiye ekonomisi için önemli bir alan olmaktadır. Geçmişte el üretimi ile gerçekleşen bu zanaat, günümüzde gelişen teknoloji ile fabrika üretimine geçmiştir. Görüştüğümüz kaynak kişiler, son yıllarda bu sektördeki gelişmelerle bölgede *“Antakya ayakkabısı”* ifadesi kullanılarak ayakkabıcılıkta markalaşmaya gittiğini belirtmektedirler.

3.3.3. El Sanatlarına ve Ev Eşyalarına Yansımalar

El sanatları olarak nitelenen değerler toplum içinde değişik işlevleri olan, giyim-kuşamdan çeyizlik eşyalara, mutfak araç-gereçlerinden müzik aletlerine, halı-kilim gibi dokumacılık ürünlerinden günlük farklı kullanım eşyalarına uzanan geniş bir alanda karşımıza çıkan ürünlerdir (Özbek ve Çevik, 2018: 591). Geleneksel el sanatları ortak kimlik, duygu ve aidiyet duygusu gibi özellikleri ile kendisini gösteren kültürel miras ve bu mirasın kodlarıyla oluşan kültürel belleğin bir unsurudur. Halkın doğumdan ölüme hayatın her safhasında gerçekleştirdiği gelenek, görenek ve adetlerin, toplumsal uygulama ve törenlerin vazgeçilmez eşyaları ve estetik değerlerini yansıttığı ürünleridir (Arioğlu ve Atasoy, 2015: 112). El sanatları, bir ulusun kültürel kişiliğinin en canlı göstergeleridir. Kültürel gelişmede el sanatlarının katkısı çok büyük olmuştur. El sanatları, bireylerin bilgi ve becerisine dayanan; çoğunlukla doğal ham maddelerin kullanıldığı el ile basit araçlarla yapılan, toplumun kültürünü yansıtan ve üretimi yapan bireylerin duygu, düşünce ve becerisini kattığı, gelir getiren ürünlerdir (Sarıkaya Hünere ve Er, 2012: 181). El sanatları, toplumların kültürel yapısını yansıtan sanat birimidir.

El sanatlarının geçmişten günümüze yoğun olarak yapıldığı yörelerden biri Hatay'dır. Günümüzde Hatay yöresine özgü olan ipek dokumacılığı, bakırcılık, kalaycılık, semercilik, yemenicilik, kilim dokumacılığı, bitki örücülüğü, üfleme cam yapımı gibi el sanatlarının yapımı devam etmektedir (Eriş ve Çoruh, 2015: 188). Antakya Uzun Çarşı'da bu el sanatlarını yapan az sayıda olsa da ustalar bulunmaktadır.

Uzun Çarşı'da el sanatları ile uğraşan ustalar ve bu sanatkârların işlettiği küçük işletmeler sayıları az da olsa dikkat çekmektedir. Çarşı'da iki tenekeci ustası ve işletmesi bulunmaktadır. Teneke, fabrikaların az olduğu ya da hiç olmadığı dönemlerde insanların günlük ev ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla yapılan ev eşyalarıdır. Bu meslekle uğraşan kişilere tenekeci denilmiştir. Görüştüğümüz kaynak kişi, teneke denilen ev eşyalarını eskiden Antakya'da gelinlerin çeyizlerine mutlaka koyduklarını belirtmektedir. Elektriğin olmadığı dönemlerde fanüsler, çöp kürekleri, tenekeden yapılmış kahve cezveleri gibi ev aletlerini tenekeciler yapmaktadır (KK28).

Eski zamanlarda tuvaletlerde, banyoda ıbrık denilen suyun altına konulup temizlenmeye, yıkanmaya yarayan ev eşyası kullanılmaktaydı. Bu ıbrıkların yine her evde bulunması gerekirdi. Bir de süt koymaya yarayan süt ıbrığı vardır. Bu da sütü koymaya yarayan bir alettir. Bu tarz ev eşyaları Antakyalı birinin evinde yer alan eşyalardandır (KK28, KK29). Bunların yapımını ve bozulduğunda tamirini yapan tenekeçi ustalardır.

Sahada görüşülen tenekeçi ustaları, bu mesleğin artık yok olmak üzere olduğunu, kendilerinin bu işle uğraşan son ustalar olduklarını belirtmektedir. Bunun nedenini ise gelişen teknoloji ile birlikte tenekeden yapılmış bu ev aletlerinin yerini plastiklerin, fabrikasyon ürünlerin alması olarak ifade etmektedirler. Tenekeçiler, mesleği babadan hatta dededen öğrendiklerini söylemektedirler (KK28, KK29). Buradan hareketle tenekeçilik mesleğinde, Çarşı'da bir aile mesleği geleneği ve usta-çırak ilişkisi görülmektedir.

Çarşı'da yer alan bir başka el sanatları mesleği kalaycılıktır. Antakya'da eski zamanlarda yemekler pişirilirken genelde bakır tencereler ve tepsiler kullanılmaktaydı. Özellikle Antakya'da geleneksel künefe bakır tepsilerde yapılmaktaydı. Zamanla bu bakır tepsiler ve tencereler kararmaktadır. Bunların insanların sağlığını olumsuz etkilememesi için mutlaka temizlenmesi yani kalaylanması gerekmektedir. Kalaycılar, bu temizleme işini yapan ustalardır.

Antakya Uzun Çarşı'da bir tane kalaycı ustası bulunmaktadır. Yapılan görüşmede kaynak kişi, bu mesleğin Antakya'da geleneksel yemek ve tatlı yapma işinden doğduğunu ifade etmektedir. Gelen tepsiler, kazanlar kostik denilen bir madde ile yüksek ısıda ateşte ısıtılarak suyla yıkanmaktadır. Yaklaşık 30 dakika bu işlem yapıldıktan sonra tepsiler ve kazanlar kalaylanmaktadır (KK30). Çarşı'daki bu kalaylama geleneğinin 151 yıldır devam ettiğini, günümüzde ise çelik tencerelerin çıkması ve alüminyumun daha ekonomik olmasından ötürü artık bu mesleğin kaybolmaya yüz tuttuğu ifade edilmiştir (KK30).

El sanatları ürünleri; üretildikleri bölgenin iklim şartları, bitki örtüsü, kolay ve ekonomik olarak elde edilen ham maddeler gibi etkenlerle bölgeden bölgeye farklılık ve çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle de zengin el sanatları ürünleriyle geniş bir yelpazeye sahip olan Anadolu'nun her bölgesinde farklı özellikler görmek mümkündür (Sarıkaya Hünere ve Er, 2012: 181). Hatay/Antakya, farklı

medeniyetlerin uzun yıllar var olduğu bir kent olduğundan zengin bir el sanatları birikimi bünyesinde barındırmaktadır.

İpekli dokumacılık, günümüzde Anadolu’da kaybolmaya yüz tutmuş bir el sanatıdır. Hatay’da Defne ilçesinin Gümüşgöze Mahallesi ile Samandağ ilçesi ipek dokumacılığı ile bilinmektedir. Yörede tarih boyunca ipek böceğı yetiştiriciliğı ve ipekli dokuma yapıldığı kaynaklarda yer almaktadır. Nisan-Mayıs aylarında köylerde dut yaprağı ile beslenen ipek böceğinden koza elde edilmektedir. Bu kozalar kaynatılarak ipek ipliğı dönüştürölür. Köylerde yaşlı kadınların kirmanla eğirdiğı ipliklerle yörede “*Kamçılı Tezgâh*” adı verilen ahşap el tezgâhlarında dokumalar yapılır. Şal, giysilik, perdelik ve dekoratif amaçlı kumaşlar dokunmaktadır (Eriş ve Çoruh, 2015: 189). Uzun Çarşı’da büyük bir emekle yapılan bu ipekli el ürünleri kumaşçılarda ve hazır giyim dükkânlarında yerini almaktadır. İpekli dokuma ürünü olan kumaşlar, daha öncede belirttiğimiz “*Kurşunlu Han*” da bulunan kumaşçılarda bulunmaktaydı. Günümüzde ise buradaki Yahudi kumaşçılar, göç ettiklerinden Çarşı’da bulunan diğerk kumaş satan yerlerde bulunmaktadır (KK22, KK41).

Çarşı’da yer alan diğerk bir sanat kolu tahta oymacılığıdır. Oymacılık; ağaç, taş vb. cisimlerin yüzeylerini çeşitli araçlar yardımıyla keserek veya delerek işleme sanatıdır. Bu işle uğraşan sanatkârlara “*oymacı*” denir. Mihrap, minber, kapı ve pencere kanatlarının süslenmesinde, tavan işlemelerinde, kullanım eşyası olarak, Kur’an-ı Kerim muhafazası, sandık, sehpa, yazı takımları, tavla, tespih, vazo, kalem, ağızlık, pipo, beşik, rahle, kaşıklık, süs kaşıkları, sofra altlığı, baston, asa, yazma baskı kalıpları, dokuma tezgâhları, iğ, öreke, çıkırık, kirman, at arabası ağaç işleme Antakya’nın ağaç işleme örneklerindendir (Eriş ve Çoruh, 2015: 192-193). Sahada yapılan gözlemlerden ve görüşmelerden tahta oymacılığının da kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerden olduğı söylenebilir. Bunun önemli sebebi insanların fabrika ürünlerini tercih etmeleridir.

Antakya kenti, tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliğı yapmıştır. Antakya, Halife Ebu Bekir devrinden itibaren Arap Müslümanların seferlerine uğramıştır. Halife Ömer’in komutanlarından Ebu Ubeyde bin Cerrah, 637 yılında Suriye’yi egemenlik altına alınca Antakya’yı da egemenliğine almak istemiştir. Kenti ele geçiren komutan, şehirden ayrılırken birliklerini kentte asayişini sağlamaları için bırakmıştır. Abbasiler döneminde kent, en parlak dönemini yaşamıştır. Antakya, daha sonra uzun yıllar Osmanlı hâkimiyetinde kalmıştır. I. Dünya Savaşı sonunda

Fransız mandasındaki Suriye'ye bağlanmıştır (Turgut, 1986: 94-99). Antakya'da ince ahşap işleri denilen bu zanaat, “*Şam Kakmacılığı*” adıyla da ün kazanmıştır. Abbasiler döneminde başlanan kakmacılık, günümüzde mobilya kakmacılığı olarak yapılmaktadır (Turgut, 1986: 178-179). Görüldüğü üzere Antakya Uzun Çarşı'da görülen tahta oymacılığında bir Arap kültürünün etkisi bulunmaktadır.

Uzun Çarşı'da satılan eşyanın cinsine göre dükkânların bir arada bulunması marangozlar çarşısı, kuyumcular çarşısı, hasırcılar çarşısı gibi isimlerin doğmasına neden olmuştur. Ama günümüzde sadece birkaç tanesi dışında diğerleri özelliğini kaybetmiş, tek tip ürünlerin satıldığı cadde ve sokaklar yerine karmaşık ürünlerin hâkim olduğu yerlere dönüşmüşlerdir. Uzun Çarşı'da Kunduracılar Çarşısı ve Kuyumcular Çarşısı eski özelliğini koruyarak devam ettiren çarşılar olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Üçeçam Karagel ve Karagel, 2014: 178-179).

Kuyumculuk, Antakya'da “*sarraflık*” adıyla bilinmektedir. Eskiden sarrafiye altın dediğimiz altın vardı. Sarrafiye altın, Cumhuriyet'ten önce Reşadiye altını dediğimiz altındır. Cumhuriyet'ten sonra altın; çeyrek, yarım, tam gibi isimler almıştır. Ve bunları devlet basmaktadır. Sarrafiye dediğimiz Reşadiye, Mahmudiye gibi isimleri var. Antakya'nın yöresel altınları vardır: Altın kemer, gümüş kemer. Telkâri denilen ince işçilik var. Bir kalıbın üzerine çok ince bir şekilde altına şekil verilerek bu zanaat yapılmaktadır (KK31). Sarraf, Reşadiye, Kemali dediğimiz altınları yapana denir. Kuyumcu ise bu altınları satandır (KK26). Günümüzde bu altın türlerini Uzun Çarşı'daki kuyumcularda görmek pek mümkün değildir. Çarşı'daki kuyumcularda insanlar düğün ve nişan törenlerinde takı takmak amacıyla kuyumculardan çeyrek, yarım, tam altın veya geline takılan bilezik ve set gibi takı türlerini tercih etmektedirler.

Çarşı'da bulunan kuyumcuların üçte biri Hristiyan sanatkarlardır. Antakya'da 1950-1980 arasında 800-900 Hristiyan aile vardı. 600 erkek çocuk varsa 400'ü kuyumculuğa 200'ü de terziliğe yöneldi. Hristiyanlar bu alanda imalatta ustalaşmışlardır (KK26).

Sarraflık, günümüzde fabrikasyon ürünlerin çıkmasıyla maalesef bitmek üzeredir. Çünkü sarraf ustaları kolay yetişmemektedir. İnce ince altına şekil veren kişidir sarraflar. İlerleyen zamanlarda sarraflığın biteceğini düşünülmektedir (KK26, KK3, KK42, KK43, KK44).

Ticari faaliyet türlerindeki çeşitlilik ve iş yeri sayıları, şehirlerin ticaret fonksiyonu ve bu fonksiyonun çevresine olan etkisinin tespiti bakımından önemlidir. Uzun Çarşı tarihi ticaret merkezi günümüzde çeşitli iş kollarının bulunduğu bir ticaret merkezi haline gelmiştir (Üçeçam Karagel ve Karagel, 2014: 179). Çarşı'daki bu iş kolları eskiden kalma bir yapılaşma tarzıyla küçük bölgelere ayrılmıştır. Çarşı'nın günümüzdeki gelişmiş halinden önce adlandırılan bölgelerden birisi de Bakırcılar Çarşısı'dır.

Bakır, Antakya için büyük önem arz etmektedir. Geleneksel ev yemekleri, künefeler bakır kazanlarda, tencerelerde ve tepsilerde yapılmaktadır. Günümüzde bakır yerine gelen alüminyum ve çelikten dolayı pek fazla kullanılmamaktadır. Fakat Çarşı'daki künefeciler önce künefeyi bu bakır tepsilerde yapıp sonra alüminyum tepsilere koymaktadırlar (KK45). Bakırın günümüzde tercih edilmemesinin bir diğer nedeni ise bakırın maliyetinin pahalı olmasıdır. Alüminyum ve çelik bakıra göre çok daha ucuz kalmaktadır (KK45, KK46). Gelişen teknoloji ve emek isteyen bir meslek dalı olduğundan bakırcılık, eski önemini yitirmiştir (KK45, KK46, KK47).

Osmanlı çarşılarında olduğu gibi lonca sistemine dayalı örgütlenme ile biçimlenen çarşıların iç düzeninde belirli işlevler bir arada yer seçmiştir. Örneğin kumaşçıların ağırlıklı olduğu alanın yakınında terziler yer almaktadır. Geçmişteki çarşı düzeninde manifatura dükkânlarının arasında kebabçı dükkânı; dingin çarşıların olduğu yerlerde hallaç dükkânı olamazken, dericilerin yanında saraçlar, debbağlar ve ayakkabıcılar olabilmektedir. Dükkânların sıralanışı bir sisteme bağlıdır (Gündüz ve Reyhanoğlu, 2018: 862). Antakya Uzun Çarşı'ya bakıldığında buna benzer bir yerleşme biçimi görülmektedir. Kasapların yanında fırınların, buğday ve kuru bakliyatların satıldığı yerlerin yakınında semercilerin, künefecilerin yakınlarında peynircilerin olduğu görülmektedir.

Semercilik sanatı da Uzun Çarşı'da varlığını devam ettiren bir meslektir. Gelişen teknoloji ve okuyan nüfusun artması ile birlikte köylerde insanların artık hayvancılıkla pek ilgilenmemektedirler. Bundan dolayı semercilik de önemini yitiren mesleklerden biri olmuştur. Uzun Çarşı'da iki semerci bulunmaktadır. Bu kişilerden biri de ekonomik sebeplerden ötürü semerciliği bırakıp ahşap işlerine yönelmiştir (KK35). Antakya'ya özgü “*Antakya işi semer*” denilen bir semer türü imal edilmektedir. Antakya işi semer, “*Kırıkhan işi semer*” e göre daha düzdür. Kırıkhan işi semer ise dağlık bölgelerdeki insanların kullandığı bir semer türüdür. Semerin

yanı sıra atların ve diğer binek hayvanlarının boyunlarına takılan “*amud*” adı verilen bir tür boyunduruk yapılmaktadır. Halen az da olsa çevre köylerden gelen insanlar semercilerden alışveriş yapmaktadırlar (KK34, KK35).

Antakya kent kimliğinin yansıdığı alanlardan birisi olan el sanatlarının Uzun Çarşı’da varlığını çok yaygın bir şekilde görmekteyiz. İpek satıcılığından semerciliğe kadar birçok alanda el sanatları ürünleri kendini göstermektedir. Ayrıca Antakya kent kimliğini yansıtan geleneksel ev eşyaları da Çarşı’da varlığını sürdürmektedir.

3.3.4. Ahilik Kültürüne Yansımalar

Ahilik teşkilatı Türklere kültürel, ekonomik ve sosyal birçok konuda yüzyıllarca önemi tartışılmaz katkılar sağlamıştır. Özellikle Anadolu’nun Türkleştirilmesinde ve Avrupa’nın fethinde etkin görevler üstlenen bu teşkilat tüm yurttaki kaynaşmanın harcı olmuştur (Turan ve Gümüş, 2015: 598). Ahilik, teşkilatlı ve organize bir güç olarak medeniyetimizin Anadolu’da mayalanmasında etkili olmuş, Türk-İslâm medeniyetinin özünü teşkil eden ana unsurlardan olmuştur. İslami inanç ve uygulamaları ile Türklerin Orta Asya’dan getirdikleri özellikleri Anadolu coğrafyasında sentezleyerek yeni bir medeniyet hareketi olarak ortaya çıkmasında temel dinamik olmuştur (Ceylan, 2014: 141). Ahilik, Anadolu’nun Türkleşmesinde ve Müslümanlaşmasında etkili olmuş bir esnaf birliğidir.

Antakya Uzun Çarşı’da Ahiliğin izlerini görmek mümkündür. Yapılan görüşmelerde Çarşı esnafı eskisi kadar olmasa da kardeşlik kültürünün varlığından bahsetmektedir. İyi ve kötü günde esnafın bir arada olduğu belirtilmiştir (KK 10, KK11, KK 43, KK44, KK45, KK61).

Nusayri (Alevi Müslüman), Sünni Arap, Arap Hristiyan, Sünni Türk, Museviler Antakya kent nüfusunu meydana getiren belli başlı topluluklardır. Bunlardan Sünni Türkler kent nüfusunun en büyük bölümünü oluştururken, bunu Alevi ve Sünni Araplar takip etmektedir. Etnik ve dinsel anlamda ortaya çıkan bu çeşitlilik, doğrudan kültürel anlamdaki çeşitliliğin de temelini oluşturur (Çetin, 2010: 218). Antakya bir “*medeniyetler şehri*” dir. Hatay’ın genelinde görülen etnik yapı farklılığı Uzun Çarşı’ya yansımıştır. Çarşı’da bu bağlamda bir birlik, beraberlik, kardeşlik, hoşgörü ve huzur hâkimdir. Yapılan görüşmelerde müşterilerin Çarşı’ya bakışı da bu yöndedir (KK48, KK49, KK50, KK77). Örneğin Alevi Müslümanların

bayramı olan Gadir-i Hum Bayramı'nda Uzun Çarşı'daki Sünni Müslüman esnaf, Alevi Müslümanların bayramlarını tebrik ederler.

Ahiliğin temel felsefesini, üretilen mal ve hizmetle müşteri odaklı bir düşünceyi ifade eden, müşteri velinimetir anlayışı oluşturmaktadır. Ahilik teşkilatında kalite anlayışı, müşteri odaklı üretim ve her kademede yürütülecek eğitim anlayışından geçmektedir. Mal ve hizmet üreten Ahiler her şeyden önce müşteri isteklerini göz önüne almak zorundaydılar. Kaliteli mal ve hizmet üretimi, iyi eğitilmiş çırak, kalfa ve ustalardan oluşan personel kadrosuyla sağlanırdı (Çelen, 2014: 10). Ahilik teşkilatında sanatkârlar, usta-çırak ilişkisi içerisinde sanatlarını öğrenmektedirler. İşe giren çırak, gündüz işbaşında ustasında mesleğin gerektirdiği bilgileri ustasından öğrenmekte ve akşamları da edep, erkân, ahlak gibi konularda eğitim almaktadır. Meslek kademeleri yamaklık, çıraklık, kalfalık ve ustalık diye sınıflanmıştır (Şahinkesen, 1991: 391-393). Uzun Çarşı esnaf birlikleri arasında da Ahilikte var olan bu kademelerin olduğunu görmekteyiz. Her ne kadar zamanın değişen şartlarından ve insanların eğitimlerine devam etmelerinden ötürü esnaflar, çırak bulmada zorlansa da Ahiliğin çırak yetiştirme modeli Çarşı'da görülmektedir. (KK1, KK2, KK3, KK4, KK22, KK23). Örneğin Uzun Çarşı'daki esnaf, öğrencilere özel indirim yapmaktadır. Bu yönüyle Uzun Çarşı'da Ahiliğin izleri görülmektedir.

Ahilikte usta-çırak arasındaki ilişki adeta bir baba-oğul ilişkisi gibi sevgi ve saygı esasına dayalı bir özellik göstermekteydi. Bu eğitim, doğal olarak sosyal ilişkilere yansımaktaydı. Üstelik eğitim, usta-çırak ilişkisinde esnaf ve sanatkârlar tam anlamıyla çekirdekten yetişmekte, mesleğin bütün inceliklerini usta ellerin gözetiminde uygulamalı bir şekilde öğrenmekteydi (Çelen, 2014: 12). Uzun Çarşı'da görüşülen birçok esnaf mesleğe çok küçük yaşlardan itibaren başladığını veya mesleklerini dededen/babadan görerek öğrendiklerini ifade etmektedir (KK30, KK44, KK45, KK46, KK47).

Ahilikte görülen kardeşlik kültürünün Uzun Çarşı'da varlığı görülmektedir. Görüştüğümüz kaynak kişiler, özellikle de eskiden Çarşı esnafı arasında birlik ve beraberliğin çok güçlü olduğunu vurgulamışlardır. Bir dükkâna müşteri geldiğinde eğer komşu esnaf “*siftah*” etmemişse yani ilk satışını yapmamışsa esnaf, müşteriye komşu esnafına göndermektedir. Buradaki amaç “*Komşum da kazansın.*” anlayışı olmaktadır. Günümüzde bu ilişkinin zayıfladığı Çarşı esnafı tarafından belirtilmiştir (KK28, KK29, KK32, KK33).

Anadolu'nun her kasabasında ve şehrinde bulunan Ahilerde, her sanat dalı için ayrı birlikler oluşturulmaktadır (Şahinkesen, 1991: 393). Uzun Çarşı'da esnaf ve sanatkârlar bir araya gelerek örgütlenme yoluna gitmişlerdir. Ayakkabıcılar Çarşısı Güzelleştirme ve Koruma Derneği, Kuyumcular Çarşısı Derneği vb. toplumsal birlikler kurarak aralarındaki dayanışmayı sağlamaktadırlar.

Özetle Antakya Uzun Çarşı'da Ahiliğin izlerini görmek mümkündür. Anadolu Türk esnaf ve sanatkârlarının yetişmesinde önemli role sahip olan Ahilik sistemi, Uzun Çarşı'da kardeşlik, usta-çırak ilişkisi, müşteriye değer verme, kaliteli ürün yapma vb. alanlarda işleyişini devam ettirmektedir.

3.3.5. Dini İnanışlara Yansımalar

Nazar inanışları, hemen hemen bütün toplumlarda yaygın olarak görülen bir inançtır. Girit'te, Aşağı Mısır'da, Malta'da, Kuzey Fransa'da ve Britanya'da Bronz çağına ait, balta şeklinde yapılmış nazarlıklar (amuletler) bulunmuştur. Eski çağlardan itibaren Batı'da ve Doğu'da büyüün ve nazarın kötü etkilerine inanma ve bunlara karşı tedbirler alma bilgisinin köklü olduğu görülmüştür. Aynı şekilde uğursuz gözlerden gelen fenalığı ortadan kaldırmak için Mısırlılar, Fenikeliler, Yunanlılar ve Romalılar tarafından el şeklindeki muskaların kullanıldığı tespit edilmiştir (Çıblak, 2004: 104). Eski Mısır'da "Osirisin gözü" veya "Horus gözü" diye bilinen amuletler mevcuttur. Yine Yunanlılarda ve Romalılarda kıskançlığın nazara sebep olduğu inancı vardır (Keskin, 2008: 192-193). Kıskançlık veya bir beğeni ile ortaya çıkan nazar, güzel bir insanı yahut bir şeyi tedbirsizce övme sonucunda da oluşabilmektedir. Bazen insanın bu yolla kendine, eşine, çocuklarına ve hayvanlarına da zarar vermesi mümkündür. Çeşitli kültürlerde kötü bakış yoluyla karşısındakine zarar verme gücü belli kişilerle özdeşleştirilmiş, dolayısıyla nazara büyüye benzer bir fonksiyon yüklenmiştir. Bunun yanı sıra birçok insanın potansiyel olarak nazar gücüne sahip bulunduğu, ayrıca kem gözle zarar vermenin kişinin mutlaka kötü niyetli veya bilinçli oluşuna bağlı olmadığı şeklinde görüşler de mevcuttur (Gürkan, 2006: 443). İslam inancında da nazarın varlığını görmekteyiz. Kur'an-ı Kerim'de nazar konusuna doğrudan temas eden ayet bulunmamakla birlikte dolaylı biçimde bu meseleye işaret eden ayetlerin mevcut olduğu kabul edilir. Kalem suresinde (68/51), Kur'an'ı işiten inkârcıların onun derin anlam ve belagatini ve Hz.

Peygamber'in bu şerefe nail oluşunu kıskandıkları haber verilerek, “*Nerdeyse gözleriyle seni yere yıkıp öldürecekler.*” denilmektedir (Çelebi, 2006: 444). Türk boylarının hepsinde nazar inancının varlığını görmekteyiz. Nazar için Türk boyları tedbirler almaktaydı. Örneğin Kazaklar, nazardan korunmak için “*nüşha(muska)*” veya “*tumar*” yazdırıp üzerlerinde taşırdı. Gagauz Türkleri muskayı Haç ile birlikte kullanırlardı. Yine Budist Uygurların dinî kitaplarında tılsımlara ve çeşitli şekillere rastlanılmaktadır. Türklerde görülen ve uğurlu olduğuna inanılıp boyna asılan bir taş parçası, bir bitki, kurt dişi, ayı veya kartal tırnağının nazardan koruyacağına inanılmaktadır (Keskin, 2008: 194).

Nazar inancının eski dönemlerden günümüze kadar birçok toplumlarda var olduğunu anlamaktayız. Toplamlar nazarla birlikte başlarına kötü olayların meydana geleceğine inanmışlar ve bunlardan korunmak için de dinî veya dinî olmayan çeşitli ritüellere başvurmuşlardır.

Antakya Uzun Çarşı'da eskiden beri görülen nazar inancının var olduğu gözlemlenmiştir. Esnafların dükkânlarında duvarlarda nazar boncuklarının, nazardan ve musibetlerden koruduğuna inanılan Ayet-el Kürsi, Felak, Nas sureleri gibi ayetlerin duvarlarda asılı olduğu görülmüştür. Kaynak kişilerle yapılan görüşmelerde bunların hem korunma amaçlı hem de bereket getireceğine inanıldığı belirtilmiştir (KK28, KK42, KK43, KK51, KK52).

Antakya'da nazardan korunmak için yapılan bir diğer dinî ritüel de pohurlamadır. “*Pohur yakma*” veya “*pohurlama/buhurlama*” Uzun Çarşı'da Alevi ve Sünni Müslümanlarda görülmektedir.

Buhur, kutsal olduğuna inanılan bitki ya da kurban edilen hayvanın bir parçasının kap içinde yakılması veya yanmakta olan bir ateşin üzerine atılmasıyla ortaya çıkan koku ve dumanın tanrıya ulaşip onu mutlu ederek yarar sağlayacağına inanılmıştır. Aynı zamanda ateşin arındırıcı ve iyileştirici gücünün olduğunun kabul edilmesi de tütsünün anlamını güçlendirmiş olmalıdır (Köroğlu, 2015: 53). Çok tanrılı ve tek tanrılı dinlerde inanç farklılıkları bulunmasına rağmen, ateş yakarak buhur elde etme, güzel kokularla mekânı doldurarak istenmeyen kokuları bastırma, yakılan maddelerin şifa verici olduğu bilinen özelliklerinden yararlanma ve belki de Tanrı'ya yakınlaşma, yukarıya doğru dağılan dumanın etkisiyle duaların Tanrı'ya daha kolay ulaşması ve manevi temizlenme sağlaması gibi ortak amaçların tümü ya da biri için kullanılmış olmalıdır. Aynı zamanda buhurun güzel kokusu mekânları

doldurarak melek ve iyi ruhları tütsü çevresine toplarken, iyi şeylerden hoşlanmayan şeytan, kötü ruhlar ve diğer zararlıları da kaçırdığına inanılırdı (Gedük, 2013: 129). Müslümanlıkta ibadetlerle ilgili bir buhur yakma geleneği yoktur. Ancak güzel kokuyu çok seven, devamlı surette kokulu yağ kullanarak bunu ashabına da tavsiye eden ve hatta kızı Hz. Zeynep'in vefatında na'sının birkaç defa sidr ile yıkanıp sonuncu suyuna kâfur katılmasını isteyen Hz. Peygamber'in ibadet maksadıyla değil fakat güzel kokmaları için mescitlerde buhur yakılmasını emrettiği bilinmektedir (Erdem, 1992: 383-384). İslam toplumlarında da buhur yakma geleneğinin varlığı bilinmektedir.

Türkler tarafından kullanılan ilk buhurdan örnekleri hayvan biçiminde olup VIII. yüzyıl Horasan atölyelerinde üretilmiştir. Büyük Selçuklu dönemine gelindiğinde ise XI. ve XII. yüzyıllarda hayvan biçimli buhurdanlar yapıldığı bilinmektedir (Gedük, 2013: 129-130). Eski Türklerde nazar inancının ve buhur yakma ritüelinin varlığı görülmektedir.

Uzun Çarşı'da yapılan görüşmelerde buhurlamanın Alevi ve Sünni Müslümanlarda yapıldığı belirtilmiştir. Buhurlama, dükkânın içerisinde güzel kokması ve dükkânın içerisindeki var olduğuna inanılan kötü nazarın ve kötü/habis ruhların kovulması amacıyla yapılmaktadır. Özellikle cuma günleri günün herhangi bir vaktinde bazı esnaflar dükkânlarında buhur yakmaktadır. Alevi Müslümanlarda ise haftanın her gününde yapılmaktadır. Ayrıca buhurlama işini bir meslek haline getiren insanlar da Çarşı'da bulunmaktadır. Bu kişiler ellerinde yaktıkları buhurlarla isteyen esnafların dükkânlarının içerisine girerek buhur dumanının içeri girmesini sağlar, dükkân sahibi de “*gönlünden ne koparsa*” o kişiye vermektedir (KK 28, KK51, KK52, KK74, KK75).

Buhurlamada kullanılan malzeme dinî gruplara göre değişiklik göstermektedir. Alevi Müslümanlar, buhurlama için “*günlük sakızı*” adı verilen taş buhuru yakarlarken Sünni Müslümanlar buhur bitkisi yakmaktadırlar. Sünniler buhur yakarlar, bunu yaparken de Hz. Muhammed'e salavat getirirler. Bu şekilde sevap kazanıldığına inanılmaktadır (KK51, KK76, KK77, KK79).

Uzun Çarşı'da gözlemlenen diğer bir inanç geleneği ise dükkânın duvarına, yüksek bir yere dükkân sahibinin dedesinin/babasının veya aile büyüğünün fotoğrafının asılmasıdır. Görüşülen kaynak kişiler, bunun sebebinin dükkân sahibinin tanıtılarak müşterinin güvenini kazanma ve dükkânın şimdiki sahibinin atalarına olan

sevgisini ve saygısını göstermesi olarak belirtmiştir (KK51, KK79). Burada dükkân sahibinin bir kimlik kazanma işlevi görülmektedir.

Uzun Çarşı'daki çoğu dükkânda dükkân içerisindeki duvarda kutsal sayılan Ayet-el Kürsi, Karınca duası, Bereket duası ve Besmele ayetinin yazılı olduğu duaları görmekteyiz. Çarşı esnafı, bu duaların/ayetlerin dükkânı ve sahibini kötü olaylardan koruduğuna, ayrıca bu duaların/ayetlerin dükkâna bereket getireceğine inanmaktadırlar (KK51, KK52).

Uzun Çarşı'da görülen diğer bir inanış da yere para atma geleneği denilen “*siftah etme*” dir. Çarşı esnafının çoğunda görülen bu gelenek, geçmişten günümüze kadar süregelmektedir. Esnaf gün içerisinde yaptığı ilk satışının kazancı olan parayı siftah sayar ve o parayı bir süreliğine yere atar. Esnaf için kazanılan bu para kutsaldır. Bu para yere atılmazsa yani kutsallık sayılan bu davranış yapılmazsa dükkânın bereketinin kaçmasına neden olacağına inanılmaktadır (KK28, KK51, KK62).

Antakya Uzun Çarşı içerisinde insanların kutsal mekânlar olarak adlandırdıkları yerler de bulunmaktadır. Türbe ve ziyaretler halkın kutsal gördükleri, buralara gelip dua ve dilekte bulundukları mekânlardır. Uzun Çarşı içerisinde bulunan Saka Hamamı içerisinde Şeyh Muhammed el-Saka'nın türbesi bulunmaktadır. Saka Hamamı'nın Uzun Çarşı içerisinde Meydan Mahallesi'nde bulunmaktadır. Hamamın adı, Sokollu Mehmet Paşa'nın 1573 tarihli vakfiyesinde geçmektedir. Yapının bu tarihlerde yapıldığı düşünülmektedir. Hamam, iki çapraz tonoz ve ortada kubbe ile örtülmüş bir soyunmalık, yine kubbe ile örtülmüş iki ılıklik, sıcaklık ve külhan bölümlerinden oluşmaktadır. Ilıklık bölümünde bir türbe bulunmaktadır (Eriş ve Çoruh, 2015: 112). Kaynak kişinin anlatısına göre el-Saka Hazretleri burada vefat eder ve hamamın ılıklik bölümüne defnedilir. Zamanın valisi bu mezarın buradan taşınması için emir verir. Valinin rüyasına el-Saka Hazretleri girerek bunu yapmamasını söyler. Vali sözü dinler ve mezar taşınmaz. O günden beri de mezar hamamın içerisinde bulunmaktadır. Saygı gereği mezar çevrelenmiş ve türbe haline getirilmiştir (KK55, KK56).

Antakya Uzun Çarşı aynı zamanda bir inanç turizm mekânı haline de gelmiştir. Çarşı'nın üst caddesinde Habib-i Neccar Cami ve Katolik Kilisesi bulunmaktadır. İnanç bağlamında saha içerisinde görüştüğümüz kaynak kişilerden edindiğimiz bilgiler ise şöyledir:

Habib-i Neccar Cami'si Anadolu'da yapılan ilk cami özelliği taşımaktadır. Kur'an-ı Kerim'de Yasin suresinde adı geçmektedir. İnaniş'a göre Hz. İsa'nın havarileri Antakya şehrine gelir ve halkı Allah'a imana davet ederler. Halkın çoğu havarilere inanmaz. Habib-i Neccar bir marangozdur, havarilerin çağrısına kulak verir. Fakat halk buna müsaade etmez ve Habib-i Neccar'a işkence edip öldürürler. Vefat ettiği yere cami ve türbesi inşa edilir. Dünyanın birçok yerinden sadece Müslümanlar değil, Hristiyanların da gelip ziyaret ettikleri tarihi bir camidir. Buraya gelen yerli ve yabancı turistler cami ziyaretinden önce veya sonra mutlaka Uzun Çarşı'yı ziyaret eder, Çarşı'yı gezer ve alışverişini yapar. (KK57).

Habib-i Neccar Cami'sinin avlusunda bulunan Habib-i Neccar Türbesi'ndeki kitabeden öğrenilen bilgiye göre Habib-i Neccar, MS 33 yılında Antakya'da marangozluk mesleğiyle uğraşan bir Allah dostudur. Marangozluk yaptığı için "Neccar" adıyla anılmıştır. Dağda gezerken Hz. İsa'nın iki havarisiyle karşılaşır ve onların Allah'a iman davetini kabul eder. İki havari aynı daveti Antakya halkına da yapar. Fakat halk, bu daveti kabul etmediği gibi iki elçiyi öldürmek ister. Bu olay üzerine Habib-i Neccar, şehir halkına nasihatlerde bulunur ve havarilere iman etmelerini söyler.

Kur'an-ı Kerim'de bu olay şöyle anlatılır: *"O sırada şehrin öbür ucundan bir adam koşarak geldi, şöyle dedi: Ey kavmim! Bu elçilere uyun! Sizden bir ücret istemeyen bu kişilere tabi olun. Çünkü onlar hidayete ermiş kişilerdir."* (URL-3).

Şehir halkı, Habib-i Neccar'a iman etmemiş ve onu şehit etmişlerdir.

"Gir Cennet'e denildi. Rabbimin beni bağışladığını ve beni ikrama mazhar olanlardan kaldığını keşke kavmim bilseydi, dedi. Biz ondan sonra onun milletini helak etmek için üzerine gökten bir ordu indirmedik ve indirecek de değildik. Onları helak eden, korkunç bir sesten başka değildi. Birdenbire sönüverdiler." (URL-3).

Çarşı'nın üst caddesinde eski Antakya sokakları arasında Katolik Kilisesi bulunmaktadır. Katolik Kilisesi, Roma İmparatorluğu ile bağlantılı olup 1846'da kurulmuş ve 1977'den beri şu an bulunduğu yerde bulunmaktadır. Antakya, Hristiyanlar için önemlidir, çünkü Hristiyan kelimesi ilk burada kullanılmıştır. Ayrıca Museviler dışındaki Paganlar yani putperestler bu şehirde Hristiyanlığa iman etmişler ve buradaki Hristiyan halk, Kudüs'teki Hristiyanlara yardım ederek bu dinin yayılmasını sağlamışlardır. Her yıl dünyanın her yerinden Hristiyanlar Antakya'ya

gelerek burada “*Hacı*” olmaktadırlar. Kiliseye gelen misafirler burada bir gece konaklarlar ve mutlaka Uzun Çarşı’yı ziyaret ederler (KK58, KK80).

Hem Habib-Neccar Cami’si imamı hem Katolik Kilisesi Baş Pederi ve 2. Pederi ile yapılan görüşmelerde Antakya’nın dünya ve Anadolu için önemli bir yere sahip olduğu belirtilmiş, hoşgörü ve kardeşlik kültürünün bu şehirde var olduğu ifade edilmiştir. Uzun Çarşı’nın da bu sevgi, barış ve kardeşlik kültürünün bir mozaik halinde kurulmuş bir mekân olduğu ifade edilmiştir. “*300 yıl önce ölen bir insan dirilse Uzun Çarşı’ya gelir, Antakya simidini yer ve çayını içer* (KK57).” ifadesi bu mekânın Antakya insanı için vazgeçilmez bir yer olduğunu göstermektedir.

Kilisenin içerisinde 25 yıldır Kilise’ye hizmet eden bir aile yaşamaktadır. Antakya’daki farklı bir dinin mensubu olarak aile üyelerinin Antakya’ya ve Uzun Çarşı’ya bakışlarının ne olduğunu sorduğumuzda yine benzer ifadelerle karşılaşmıştır. 25 yıldır Antakya’da yaşadıklarını, bu sürede hiçbir olumsuz durum yaşamadıklarını, inançlarını özgürce yaşadıklarını dile getirmişlerdir. Uzun Çarşı, Antakya için çok önemli bir merkez konumundadır ve her inançtan ve kesimden insanların kardeşçe yaşadıkları bir hoşgörü mekânıdır (KK63, KK64, KK65, KK81, KK82).

Antakya Uzun Çarşı, Çarşı’ya gelen misafirler için de farklı anlamlar taşımaktadır. Çarşı’nın tarihi dokusu, Hatay’daki herkesin; Alevi’si ve Sünni’siyle başvurduğu ortak bir alandır (KK66, KK67). Uzun Çarşı, adeta şehrin bir minyatürüdür (KK68). Uzun Çarşı, bir hoş vakit geçirme yeri, şehrin bütün nimetlerinin gezginlerine sunduğu geniş ve eşsiz bir sofrası olan bir mekândır (KK69, KK70). Uzun Çarşı, insanların ihtiyaçlarını, eksikliklerini bulabildiği bir alışveriş merkezidir (KK71, KK72). Ayrıca Çarşı esnafı, kadim bir esnaflık kültürü taşımaktadır. Çarşı esnafının müşterilerine içten davranışları (KK73, KK74) ve alışveriş yaparken pazarlık yapma rahatlığı müşterilerin Çarşı’ya gelme sebeplerindendir (KK75, KK76, KK84).

Antakya Uzun Çarşı’da farklı dinlere ve mezheplere mensup esnafları görmek mümkündür. Bu insanlar, Hatay halkının asırlardır meydana getirdiği kardeşlik ve hoşgörü, inanca saygı gibi değerlere günümüzde de sahip çıkmaktadırlar. Bu yönüyle Uzun Çarşı’da manevi huzuru ve barış havasını görmek mümkündür.

SONUÇ

Çalışma, sosyo-kültürel bellek bağlamında kent kimliğinin nasıl oluştuğu ve bu kimliğin Hatay ili Antakya merkez ilçesinde bulunan Uzun Çarşı'ya nasıl yansıdığını incelemektedir. Çalışma sonucunda Antakya'nın asırlar boyunca sosyo-kültürel bellek bağlamında bir kent kimliğinin oluştuğu ve bu kimliğin çok sayıda ögesiyle Uzun Çarşı'ya yansıdığı tespit edilmiştir. Saha araştırmalarında görüşülen kaynak kişilerin yaş ortalaması genelde orta ve ileri yaş düzeyindedir. Buradan hareketle kent kimliğinin oluşumunu tanımlamada gençlerin pek bilgi sahibi olmadığı görülmüştür.

Hatay/Antakya'ya atfedilen “*Gastronomi Şehri*”, “*Hoşgörü Kenti*”, “*Medeniyetler Şehri*” gibi kimliklerin Uzun Çarşı'da kent halkı tarafından sürdürüldüğü görülmüştür. Saha araştırmalarında kişilere Antakya kent kimliğini meydana getiren unsurların Uzun Çarşı'ya nasıl ve ne şekilde yansıdığı sorulmuş ve kişilerden alınan cevaplara göre Antakya'nın yüzyıllardır oluşturduğu tarihsel, ekonomik ve sosyo-kültürel kimliğinin Uzun Çarşı'da varlığının devam ettiği gözlemlenmiştir. Çok eski çağlardan bu yana birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Antakya'nın kadim bir kent kimliği oluşmuştur. Uygarlıkların hâkimiyeti sonucu Antakya'da Roma, İslam ve Türk medeniyetlerinin kimliksel özelliklerinin şehirde ve Uzun Çarşı'da her alanda kendini göstermektedir. Giyim-kuşamdan dinsel inanışlara kadar birçok kimlik bileşeni varlığını sürdürmektedir.

Çalışmada, saha araştırmalarında Antakya'da yaşayan etnik grupların kendi kimlikleri ile var oldukları görülmüştür. Özellikle kentte olan iki dilliliğin yani Türkçe ve Arapça dillerinin çarşı esnafında ve müşterilerinde kullanılmaktadır. Kentin tarihsel ve sosyo-kültürel kimliğinden gelen Arap kültürünün ev eşyalarında ve yemeklerde çok yaygın kullanılmaktadır. İnanışlarda da etnik grupların farklılıkları mevcuttur. Antakya'da yaygın olan nazar inancı ve korunma yöntemleri çalışma alanında tespit edilmiştir. Nazara karşı bir korunma yöntemi olan buhurlamanın Alevi ve Sünni Müslümanlarda farklı ritüeller şeklinde gerçekleştiği görülmüştür.

Antakya, barış ve kardeşlik kültürünün asırlardır oluştuğu bir şehir olmuştur. Yüzyıllar boyunca kentte farklı topluluklar ve bunlara bağlı olarak da farklı inanışlar var olmuştur. Tarihi süreçte Antakya çok uzun bir süre Roma medeniyetinin, sonraları ise Arap Müslümanların ve Türklerin yönetiminde kalmıştır. Bu sürede

Hristiyanlar ve Müslümanlar kente yerleşmişler ve barış içerisinde, bir birlerinin inançlarına saygı duyarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir. Bu durum günümüzde de devam etmektedir. Ayrıca Antakya'daki diğer bir büyük inanç grubu olan Alevi Müslümanlardır. Sahamız olan Uzun Çarşı'da bu toplulukların barış ve huzur içerisinde yaşamlarını devam ettirdikleri görülmüştür.

Antakya özellikle yemek kimliğiyle ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede 2017 yılında UNESCO tarafından “*Gastronomi Kenti*” ilan edilmiştir. Bu zengin yemek kültürünün oluşumunda tarihsel kimliği etkili olmuştur. Bulunduğu konum itibarıyla tarihi İpek Yolu'nun üzerinde olmasından Antakya, birçok kültürle etkileşime girmiştir. Ayrıca Asi Nehri üzerinden düz tabanlı gemilerin Antakya içlerine girebilmesi ve ticaret yapılabilmesi de çeşitli ürünlerin şehre girebilmesine olanak sağlamıştır. Osmanlı Devleti döneminde Halep, bir Osmanlı eyaletiydi. Bu sebeple kent, Araplarla da uzun yıllar bir etkileşim süreci yaşamıştır. Sahada yaptığımız görüşmelerde Antakya'nın çok çeşitli ve lezzetli yemek kültürünün oluşmasında özellikle Arap kültürünün etkili olduğu tespit edilmiştir.

Antakya, Roma hâkimiyetinden sonra İslam fetihleriyle Müslümanların, daha sonra da Türklerin kontrolüne geçmiştir. Yüzyıllardır Türk-İslam kültürünü yaşayan Antakya'nın mimari unsurları da bu kültür çizgisinde şekillenmiştir. Araştırma alanı olan Uzun Çarşı'nın mimari yapısına bakıldığında Türk-İslam kültürünün Çarşı'ya hâkim olduğu görülmüştür. Uzun Çarşı'da Türklere özgü olan “*arasta*” yapısının varlığı tespit edilmiştir. Türk ve İslam şehirlerinde görülen çarşıların bir cami (Ulu Cami) etrafında gelişmesi, Uzun Çarşı'da da görülmüştür. Selçuklularda ve Osmanlılarda görülen meslek öğrenme ve esnaf yetiştirme okulu denilen, aynı zamanda esnaflara dinî, kültürel ve ticarî eğitimin verildiği, Anadolu'nun Türkleşmesinde önemli bir role sahip olan “*Ahilik*” sisteminin izleri, Uzun Çarşı'da görülmüştür. Uzun Çarşı'da görülen esnafların dayanışması, dernekleşme yoluna gitmeleri, her türden inançtan esnafların varlığı, usta-çırak ilişkisi yüzyıllardır oluşan kent kimliğinin göstergeleri olmaktadır.

Sahada kişilerle yapılan görüşmelerden Ahilik sistemi içerisinde görülen çırak yetiştirme modelinin varlığı Uzun Çarşı'da az da olsa devam ettiği tespit edilmiştir. Görüşülen kişilerden orta yaş ve üzeri olan esnafların usta-çırak ya da baba mesleği geleneğiyle yetiştikleri görülmüştür. Kaynak kişiler, son yıllarda çırak yetişmediğinden bahsetmiştir. Bunun nedenin ise ailelerin çocuklarını örgün eğitime

yönlendirmelerinin ve ekonomik zorlukların olduğu ifade edilmiştir. İş sahipleri, kazançlarının azlığından, dükkânların kira ve gider maliyetlerinin artmasından dolayı çıracak yetiştirmede zorlandıklarını belirtmişlerdir.

Uzun Çarşı'da görüşülen kişilerden elde edilen veriler, sahada yapılan gözlemler ve alan yazın taraması sonucunda ulaşılan bilgilerden sanayileşmenin etkisi ve yaşanan ekonomik zorluklardan dolayı bazı meslek dallarının bitme noktasına geldiği söylenebilir. Tenekecilik, kalaycılık, tahta oymacılığı, sarraflık, köşgerlik gibi mesleklerin Uzun Çarşı'da son ustalarının kaldığı gözlemlenmiştir. Çıracak yetiştirmedeki zorluklardan dolayı da bu mesleklerin artık kaybolmaya yüz tutmuş meslekler arasında olduğu tespit edilmiştir.

Uzun Çarşı'da tespit edilen diğer bir husus dükkânlara dedenin, babanın ya da bir aile büyüğünün fotoğrafının asılması geleneğidir. Görüşülen kaynak kişilerin verdiği bilgilerden bu geleneğin dükkânın veya dükkân sahibinin kimliğinin tanınması olduğu anlaşılmıştır. Gelen müşterilere bir güven verme duygusuyla bu gelenek devam ettirilmektedir.

Araştırma sahasında yapılan gözlemlerde Uzun Çarşı'da kadınların da çalışma hayatına ortak olduğu görülmüştür. Özellikle giyim satıcılarının ve baharatçıların olduğu dükkânların sahiplerinin kadın olduğu veya dükkânda çalışan kişilerin kadınlar olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan görüşmelerde bazı kadınların baba ya da dede mesleği olarak işlerini sürdürdükleri belirtilmiştir.

Çalışma alanındaki gözlemler, kaynak kişilerle ve çarşı müşterileriyle yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere göre Uzun Çarşı, Antakyalıların ve şehre dışardan gelen misafirlerin mutlaka ziyaret ettikleri bir mekândır. Antakyalılar için Uzun Çarşı, hem ihtiyaçlarını karşıladıkları bir ticarî mekân hem de gezmek, dinlenmek amacıyla dolaştıkları bir yer olmaktadır. Çarşı içerisinde bazı tarihi mekânlar günümüzde kafe, çay ocağı, künefecî gibi dinlenme mekânlarına dönüştürülmüştür. Uzun Çarşı, bu yönüyle insanların stres attıkları bir tarihî/turistik mekân haline gelmiştir.

Uzun Çarşı'daki dükkânların kiralarının yüksek olması, dükkân giderlerinin artması, şehirde açılan alışveriş merkezlerinin Çarşı müşterilerini çekmesinden dolayı Uzun Çarşı esnafı, Çarşı'nın “*eski tadı*”nın kalmadığını, “*eskisi gibi kazanmadıkları*”nı ifade etmişlerdir. Görüşülen kaynak kişiler; fabrika ürünlerinin artması, teknolojinin gelişmesi ve sanayileşmenin etkisinden dolayı insanların,

birçok ürünü AVM mağazalarından tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu durum Çarşı esnafını, ekonomik olarak zorlamaktadır.

Sahadaki gözlemlerden hareketle Uzun Çarşı'nın bütün olumsuzluklara rağmen halen canlı bir ticarî merkez olduğu söylenebilir. İnsanlar, Çarşı'ya “**hiçbir işleri olmasa**” da uğradıklarını söylemektedir. Orta ve ileri yaş düzeyindeki müşterilerin alışveriş için Uzun Çarşı'yı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Kent insanının “**ne ararsan bulursun**” dediği Uzun Çarşı, tarihî ve kültürel yapıyla da insanlara ilham vermektedir. “**Barış, hoşgörü ve medeniyetler şehri olan Hatay**”da, Uzun Çarşı şehrin adeta kalbidir. Kentte görülen huzuru, Çarşı esnafında görmek mümkündür. Uzun Çarşı, her inanıştan ve görüşten insanların bulunduğu bir ticari merkez olmuştur. Uzun Çarşı, Antakya'nın yüzyıllardır oluşturduğu sosyal, ekonomik, tarihî ve kültürel kimliklerini göstermesi bakımından önemli bir mekândır denilebilir.

KAYNAK KİŞİLER

Kişi Kodu	Adı-Soyadı	Yaşı/Doğum Yeri	Mesleği
KK1	Mehmet TEMİZKAN	31/Antakya	Kasap
KK2	Hasan KILIÇ	47/Antakya	Kasap
KK3	Semir ÖTER	58/Antakya	Kasap
KK4	Mustafa YAŞAR	49/Antakya	Kasap
KK5	Yahya ERASLAN	45/Antakya	Baharatçı
KK6	Hakan CAM	31/Antakya	Baharatçı
KK7	Füruzan KUMRU	60/Antakya	Baharatçı
KK8	Adnan ÇIRAY	36/Antakya	Baharatçı
KK9	Mevlüt YALDIZ	50/Antakya	Baharatçı
KK10	İsmail KAHRAMAN	56/Antakya	Peynirci
KK11	Mehmet BİLGİN	62/Antakya	Peynirci
KK12	Selim BALCIOĞLU	55/Antakya	Peynirci
KK13	Mehmet KÜÇÜK	33/Antakya	Peynirci
KK14	İbrahim DİZLİK	40/Antakya	Peynirci
KK15	Hüseyin ELMAS	52/Antakya	Künefeci
KK16	Fatih UZUNPARMAK	39/Antakya	Künefeci
KK17	Yunus BUCAK	59/Antakya	Fırıncı
KK18	Ahmet YENER	60/Antakya	Fırıncı
KK19	Mücahittin TUNCAY	63/Antakya	Şerbetçi
KK20	Mehmet MISIRLIOĞLU	41/Antakya	Ayakkabıcı
KK21	Armağan ÖZTÜRK	35/Antakya	Ayakkabıcı
KK22	Murat CEVRİOĞLU	35/Antakya	Derici
KK23	Uğur YILMAZ	44/Antakya	Ayakkabıcı
KK24	Mustafa İPEK	43/Antakya	Ayakkabıcı
KK25	Sabahattin ÇETİN	57/Antakya	Köşger
KK26	Nebil HURİGİL	58/Antakya	Kuyumcu
KK27	M. Ali ÇELİK	40/Antakya	Pazarlamacı
KK28	Mustafa GÜRLER	75/Antakya	Tenekeci
KK29	Hasan ERİŞEN	75/Antakya	Tenekeci
KK30	Nebil MURATOĞLU	58/Antakya	Kalaycı

KK31	Özkan TÜTÜNCÜ	46/Antakya	Kuyumcu
KK32	Naim Can VAROĞLU	60/Antakya	Sobacı
KK33	Feyyaz LEYLA	29/Antakya	Sobacı
KK34	Mustafa GEZER	50/Antakya	Semerci
KK35	Halil İbrahim SÜRER	56/Antakya	Semerci
KK36	Muharrem ÇAYIR	40/Antakya	Baklacı
KK37	İlhan ÇAĞLAR	34/Antakya	Baklacı
KK38	Müslüm TOPAL	27/Altınözü	Baklacı
KK39	Ayşe GÜL	50/Antakya	Baklacı
KK40	Elif KAHRAMAN	35/Antakya	Haytalıcı
KK41	Hüsniye TUFENKÇİ	60/Antakya	İpek Satıcısı
KK42	Hikmet ÖZTÜRK	56/Antakya	Kuyumcu
KK43	Mustafa Can ÖZTÜRK	26/Antakya	Kuyumcu
KK44	Özhan CABİROĞLU	40/Antakya	Kuyumcu
KK45	Ali AZİZOĞLU	60/Antakya	Bakırcı
KK46	Mehmet AZİZOĞLU	57/Antakya	Bakırcı
KK47	Cemal AZİZOĞLU	50/Antakya	Bakırcı
KK48	Rifat TOKDEMİR	42/Kumlu	Berber
KK49	Hamza ARTAR	40/Antakya	Berber
KK50	Ahmet TAŞKIRAN	27/Antakya	Berber
KK51	Ertan BOYACIOĞLU	37/Antakya	Serbest Meslek
KK52	Ferdi ÖZDEMİR	38/Antakya	Serbest Meslek
KK53	Hüseyin EGE	38/Antakya	Büfe İşletmecisi
KK54	Zekeriya ŞEKEROYMAKLI	60/Antakya	Meyan Şerbetçisi
KK55	Yeter ARACI	60/Antakya	Hamam İşletmecisi
KK56	Mehmet ÇOBAN	55/Antakya	Hamam İşletmecisi
KK57	Fetullah UĞRAŞ	51/Antakya	İmam-Hatip
KK58	D. Valentino BERTOGLİ	85/İtalya	Baş Peder
KK59	Hakan BOYACI	45/Antakya Hat. Turizm Der. Baş.	
KK60	Mehmet HARAK	75/Yayladağı	Bakliyatçı
KK61	İsmail TEKKALAN	61/Yayladağı	Kuru Yemişçi
KK62	Tuncay RAGİMOĞLU	28/Antakya	Pazarlamacı

KK63	Lidya YAKICI	22/Antakya	Üni. Öğrencisi
KK64	Cristina YAKICI	24/Antakya	Üni. Öğrencisi
KK65	Zeyni YAKICI	48/Altınözü	Ev Hanımı
KK66	M. Hakkı BAL	42/Elazığ	Öğretmen
KK67	Ayşe GÜLTUTAN	25/Antakya	Yük.Lisans Öğr.
KK68	Zülfiye SÖNMEZ	56/Antakya	Ev Hanımı
KK69	Musab GÜLTUTAN	32/Antakya	Mobilyacı
KK70	Hatice GÜLTUTAN	29/Antakya	Ev Hanımı
KK71	Sena ERGİN	22/Antakya	Ünv. Öğrencisi
KK72	Ebru SARI	24/Antakya	Terzi
KK73	Şeyma ERASLAN	24/Antakya	Ev Hanımı
KK74	Hikmet KIZILDAĞ	25/Antakya	Pazarlamacı
KK75	Emrullah KIZILDAĞ	50/Antakya	Pazarlamacı
KK76	Mustafa ÇELİK	45/Antakya	Sağlık Memuru
KK77	Ratip KIRGIZ	42/Antakya	Tuhafiyeci
KK78	Fadıl AKSAKAL	52/Antakya	Kumaşçı
KK79	Rıfat CAN	60/Antakya	Zücciyeci
KK80	Francis DONDA	53/Hindistan	Rahip
KK81	Mustafa YAKICI	52/Altınözü	Makine Bak. Ustası
KK82	Kristofer YAKICI	22/Antakya	Ünv. Öğrencisi
KK83	Yunus YILDIZ	28/Antakya	Baharatçı
KK84	Özlem AKKUYU	37/Antakya	Öğretmen

KAYNAKLAR

1. Yazılı Kaynaklar

- ACARLI, B. (2017). *Geçmişten günümüze Taksim Meydanı'nın İstanbul kent kimliği üzerine etkisinin irdelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Tekirdağ.
- ADAŞ, S. (2019). *Bartın'ın kentsel imgeleri ve kent kimliği oluşumunda etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Türk Edebiyatı Bilim Dalı, Edirne.
- AKAR, T. (2009). "Osmanlı kentinde ticari mekânlar: bedesten-han-arasta-çarşı mekânları, literatür değerlendirmesi,". *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, C.7, S.13, s. 267-292.
- AKDAĞ, M. (1979). *Türkiye'nin iktisadi ve içtimai tarihi*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- ALİAĞAOĞLU, A. (2012). "Balıkesir şehrinde haftalık pazarlar: çekicilikler ve sorunlar". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (27), s. 43-72.
- ALİAĞAOĞLU, A. ve UĞUR, A. (2016). "Osmanlı şehri". *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 38, s. 203-226.
- ALTINÇEKİÇ, H. S. (2000). *İstanbul metropolünde meydanların rekreasyonel işlev yönünden önemi üzerine araştırmalar* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ALTUĞ TURAN, İ. (2010). *Kentsel tasarımda fiziksel kent kimliği kodlarının oluşturulması: İzmir Konak ilçesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, İzmir.
- ALVER, K. (2012). *Kent sosyolojisi*. Ankara: Hece Yayınları.
- ALVER, K. (2015). "İslam şehrini kurmak: Hz. Peygamber'in şehir tasavvuru" (ed. D. Mehmet Doğan). *3.Milletlerarası Şehir Tarihi Yazarları Kongresi Bildirileri*, 6-8 Mart, s. 32-41.
- ALVER, K. (2017). *Kent sosyolojisi*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- ARIOĞLU, İ. E. ve ATASOY AYDOĞDU, Ö. (2015). "Somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel el Sanatları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı".

Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 10/16, Fall 2015, p. 109-126.

- ARI, B. (2020). *Hatay halk kültürü üzerine araştırmalar*. İstanbul: Kriter Yayıncılık.
- ASAR, B. (2012). *Ankara Ulus tarihi kent merkezindeki ticaret binalarının değişimi ve mekânsal analizi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, Konya.
- ASLANOĞLU, A. R. (2000). *Kent, kimlik ve küreselleşme*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- ASSMANN, J. (1997). *Kültürel bellek* (çev. Ayşe Tekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ATÇEKEN, Z. ve BEDİRHAN, Y. (2012). *Selçuklu müesseseleri ve medeniyeti tarihi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- AYBİCİN, S. (2018). *Anadolu kervansaraylarının tarihsel ve mimari gelişimi, kervansaray yapılarının işlevlendirilerek yeniden kullanımı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- AYDOĞDU, H. (2004). “Modern kimlikte öznenin ölümü”. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, S. 10. s. 115-147.
- AYTAÇ, Ö. (2007). “Kent mekânlarının sosyo-kültürel coğrafyası”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 17, S. 2, s. 199-226.
- AYTAÇ, Ö. (2013). “Kent mekânları ve kimlik/farklılık sorunu”. *İdeal Kent*, S. 9, s. 138-169.
- AYTAÇ, Ö. (2017). “Kent, metropol ve değişen yer/mekân imajları”. *Mukaddime*, 8(1), s. 1-23.
- BAŞEYMEZ, F. (2009). *Çokkültürlülük açısından Hatay; sosyolojik bir yaklaşım* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Konya.
- BAŞKAYA, A. (2001). “Yalın bir işaret dizgesi”. *Gazi Üniversitesi Mimarlık Mühendislik Fakültesi Dergisi*, C. 16, No. 2, s. 63-75.
- BATI, U. (2007). “Tüketim katedralleri olarak alışveriş merkezlerinin toplumsal göstergebilimi: Forum Bornova Alışveriş Merkezi örneği”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C. 4, S. 1, s. 1-26.

- BAYAZIT, E. (2018). *Kentsel donatı elemanlarının kent kimliği ve estetik değerler yönünden incelenmesi: Trabzon ve hükümet caddeleri örneği, Kahramanmaraş* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Kahramanmaraş.
- BAYRAM, M. (2002). “Türkiye Selçukluları döneminde bilimsel ortam ve ahiliğin Doğuşuna etkisi”. *Türkler*, C.VII, s. 258.
- BAYRAM, M. (2012). “Osmanlı Devleti'nde ekonomik hayatın yerel unsurları: ahilik teşkilâtı ve esnaf loncaları”. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, S. 21, s. 81-115.
- BEŞİRLİ, H. (2010). “Yemek, kültür ve kimlik”. *Milli Folklor Dergisi*, Y. 22, S. 87, s. 159-169.
- BEYAZIT, E. ve GÜNEŞ, M. (2017). “Küreselleşme ve kent kimliği: kentsel değerlerin küreselleşme sürecinde aşınması”. *International Journal of Academic Value Studies*, Vol. 3, Issue 9, p. 323-331.
- BEYAZIT, E. (2019). *Hatay kent kimliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BİLGİN, N. (2011). “Sosyal düşüncede kent kimliği”. *İdeal Kent*, S. 3, s. 20-47.
- BİNGÜL, A. (2004). *Ankara'nın farklı mekânlarında kent kimliği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Kentleşme ve Çevre Sorunları Bilim Dalı, Ankara.
- BOOKCHİN, M. (2014). *Kentsiz kentleşme*. İstanbul: Sümer Yayıncılık.
- BOYER, P. ve WERTSCH, J. V. (2021). *Zihinde ve kültürde bellek* (çev. Yonca Aşçı Dalar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Büyük Türkçe Sözlük (2019). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- CAN, N. (1999). *Kent kimliği* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yönetim Bilimi Bilim Dalı, Ankara.
- CEVİZCİ, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma.
- CEYLAN, K. (2014). “Türk-İslâm medeniyetinin öncülerinden Ahi Evran Velî ve medeniyetimize etkileri”. *Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması*, 26-28 Mayıs, s. 131-144.

- CEZAR, M. (1981). “Türk tarihinde kervansaray”. *VIII. Türk Tarih Kongresi II. Cilt* ’ten ayrı basım, s. 931-940.
- CHEN, C. (1979). *Osmanlılardan önce Anadolu’da Türkler*. İstanbul: E Yayınları.
- CONNERTON, P. (2014). *Toplumlar nasıl anımsar* (çev. Alaeddin Şenel). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ÇAĞATAY, N. (1976). “Fütüvvetçilikle ahiliğin ayrıntıları”. *Belleten Dergisi*, C. XL, S. 159, s. 423-438.
- ÇAĞATAY, N. (1988). “Anadolu Türklerinin ekonomik yaşamları üzerine gözlemler (Bu alanda ahiliğin etkileri)”. *Belleten Dergisi*, C. 52, S. 203, s. 485-500.
- ÇAKIR, E. (2013). “Akademik dünyanın kentsel imgelerinden mitolojik simgelerine üniversite logoları”. *Milli Folklor Dergisi*, Y. 25, S. 97, s. 53-69.
- ÇAM, N. (1991). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 3, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- ÇAY, A. R. (2022). *Hatay Künefe Peynirinde Farklı Üretim Metotlarının Kalite Parametreleri Üzerindeki Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Adana.
- ÇELEBİ, İ. (2006). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 32, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- ÇELEN, A. İ. (2014). “Toplam kalite yönetiminin çekirdeği: ahilik”. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Araştırma Dergisi*, C. 4, S. 10, s. 5-14.
- ÇELENK, G. ve BURGAÇ, N.; KAFADENK, S.; TEKİN M., 2000 yılında Hatay. Hatay: Gaye İç ve Dış Ticaret A.Ş. Yayınları.
- ÇETİN, B. (2010). *Antakya (Hatay) nüfusunun 1940-2008 yılları arasındaki gelişimi ve temel özellikleri*. Hatay Araştırmaları, Ankara: Cantekin Matbaası.
- ÇIBLAK, N. (2004). “Halk kültüründe nazar, nazarlık inancı ve bunlara bağlı uygulamalar”. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, C. XV, S. 15, s. 103-125.
- ÇORUK, F. G. J. (2009). *Kayseri esnafının kent kimliği oluşumuna etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Ana Bilim Dalı, Ankara.

- ÇÖL, Ş. (1998). *Kentlerimizde Kimlik Sorunu ve Günümüz Kentlerinin Kimlik Derecesini Ölçmek İçin Bir Yöntem Denemesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- DARI, A. B. (2018). “Sosyal bütünleşmede ahiliğin rolü”. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 1, S. 2, s. 390-399.
- DEMİR, M. (2004). *Ahilik, Ahi Evren’i Veli ve Kırşehir’de ahilik kutlamaları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Ana Bilim Dalı, İslam Mezhepleri Tarihi Bilim Dalı, Sivas.
- DEMİRPOLAT, A.; AKÇA, G. (2004). “Ahilik ve Türk sosyo-kültürel hayatına katkıları”. *Selçuk Üniversitesi Araştırma Dergisi*, (15), s. 355-376.
- DEMİRSOY, M. S. (2006). *Kentsel değişim projelerinin kent kimliği üzerindeki etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı, İstanbul.
- DENİZ, K. (2004). *Konya’da farklı üç kentsel mekânda kent kimliği üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Konya.
- DEPELİ, G. (2010). “Görsellik ve kültürel bellek ilişkisi: göçmenin evi”. *Kültür ve İletişim*, 13(2), yaz, s. 9-39.
- DEHKHODA, L. (2011). *İran ve Türkiye’deki tarihi çarşıların doğal aydınlatma açısından irdelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- DOĞRUEL, F. (2005). *İnsanîyetleri benzer*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- DRAAİSMA, D. (2014). *Bellek metaforları*. İstanbul: Metis Yayınları.
- DURAK, İ. ve YÜCEL, A. (2010). “Ahiliğin sosyo-ekonomik etkileri ve günümüze yansımaları”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 15, S. 2 s. 151-168.
- EKİNCİ, Y. (1989). *Ahilik ve meslek eğitimi*. İstanbul: MEB Yayınları.
- ELIOT, T. S. (1987). *Kültür üzerine düşünceler* (çev. Sevim Kantarcıoğlu). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- ERDEM, S. (1992). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 5, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- ERENOĞLU, G. (1998). *Kentsel kimlikte sürekliliğin rolü ve Akaretler Evleri-Teşvikiye Bölgesi örnek alanında tarihi çevrede modern yapı incelemesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ERDÖNMEZ, E.ve AKI, A. (2005). “Açık kamusal kent mekânlarının toplum ilişkilerindeki etkileri”. *Megaron YTÜ Mimarlık Fakültesi e-dergisi*, C. 1, S. 1, s. 67-87.
- ERİŞ, M. ve ÇORUH, H. (2015). *81 İlde kültür ve şehir Hatay*. İstanbul: Hatay Valiliği Yayınları.
- ERSOY, B. (1994). , “Osmanlı şehir-içi hanları-plan tasarımı ile cephe ve malzeme özellikleri”. *Sanat Tarihi Dergisi*, C. VII, s. 75-97.
- ERTON, M. (1995). *Kent kimliği: İznik ve Mudurnu yerleşmeleri örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ERTÜRK, T. (1996). *Şehir kimliği: Amasya örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ES, A. (2007). *Kent üzerine düşünceler*. İstanbul: Plato Danışmanlık.
- EYİCE, S. (1992). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 5, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- GEDÜK, S. (2013), *Osmanlı sarayın buhur ve gül suyu geleneği*. İstanbul: Topkapı Sarayı Müzesi Yıllık 6.
- GOODY, J. (2013). *Yemek, mutfak, sınıf karşılaştırmalı sosyoloji çalışması* (çev. Müge Günay Güran). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- GÖKALP, Z. (2018). *Türkçülüğün esasları*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- GÖKSEL, N. (2007). “Gençlerde giyim modası ve kimlik ilişkisi”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, S. 1, s. 48-53.
- GÖLE, M. (2007). “Doğru olmadığını biliyorum ama öyle hatırlıyorum”. *Cogito Dergisi*, S. 50, s. 23-31.
- GÖNCÜ, N. (2007). *Kent öğelerinin kent kimliği üzerinde etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Ana Sanat Dalı, İstanbul.

- GÜL, A. (2008). *Antakya Kazası'nın sosyal ve ekonomik yapısı (1709 – 1806)* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- GÜLEÇ SOLAK, S. (2017). “Mekân-kimlik etkileşimi: kavramsal ve kuramsal bir bakış”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 6, S. 1. s. 13-37.
- GÜNDÜZ, A. Y.; KAYA, M. ve AYDEMİR, C. (2012). “Ahilik teşkilatında ve günümüzde tüketicilerin korunmasına yönelik çalışmalar üzerine bir değerlendirme”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, C. XIV, S. II, s. 37-54.
- GÜNDÜZ, S. ve REYHANOĞLU, G. (2018). “Kadim kentin kimliği Antakya Uzun Çarşı”. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, C. 6, S.15, s. 857-871.
- GÜNEYLİ, N. (2019). *Kürtlerde kültürel bellek ve destanlar; dewrêş û edûlê* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Kültürel İncelemeler Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
- GÜNGÖRDÜ, Z. (2016). *Kent kimliğinin değişim sürecinin işlevler üzerinden irdelenmesi Antakya Uzun Çarşı örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Mersin.
- GÜRKAN, S. L. (2006). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 32, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- GÜRZ, Ş. (2014). *Alışveriş merkezlerinin tarihi ve Kapalıçarşı'nın incelenerek modern alışveriş merkezleriyle karşılaştırılması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, İç Mimarlık Programı, İstanbul.
- GÜVENÇ, B. (2002). *İnsan ve kültür*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- GÜVENÇ, B. (2020). *İnsan ve kültür*. İstanbul: Boyut Yayınları.
- GÜVENÇ, B. (2021). *Kültürün abc'si*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hatay Valiliği (2017). *Hatay ili ekonomik görünüm raporu*. Hatay Hatay Valiliği (2012). *Hatay il turizm stratejisi ve eylem planı*. Hatay..

- HAYTA, Y. (2016). “Bireylerin kent seçimlerini etkileyen faktörler: İzmir örneği üzerinden bir inceleme”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, C. 5, S.8, s.2564-2589.
- HUGO, V. (1996). “Kentin felsefesi”. *Cogito Dergisi*, S. 8, s.63-66.
- HUOT, J.L.; JEAN, P.T. ve DOMINIQUE, V. (2000). *Kentlerin doğuşu* (çev. Ali Bektaş Girgin). Ankara: İmge Kitabevi.
- İLGAR, E. (2008). *Kent kimliği ve kentsel değişimin kent kimliği boyutu: Eskişehir örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, Eskişehir.
- İNAN, K. (1996). “Bedestenlerin Türk ticari mimarisindeki yeri ve Trabzon bedesteni”. *OTAM*, S. 7, s.119-134.
- KALAYCIOĞLU, M. (2001). *Hatay halk bilimi II*. Hatay: İhsan Ofset.
- KALLEK, C. (2007). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 34, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- KARAMAN, M. (2004). *Üsküdar’ın Türkiye kimliği: Üsküdar Anadolu* (Ed. Zekerya Kurşun, Ahmet Emre Bilgili, Kemal Kahraman, Celil Güngör). *Üsküdar Sempozyumu I Bildiriler Kitabı*, C. 1, s. 213-242.
- KARAGÜL, M. (2016). *Ahilik ve ekonomi, ahilik ve meslek ahlakı* (Genel ed. Ömer Akdağ, Meltem Kurtuluş; Bölüm ed. Ali Erbaşı). Konya: KTO Karatay Üniversitesi Yayınları.
- KARTAL, S. (2013). *Alışveriş (çarşı) yapılarının tarihsel süreç içerisindeki gelişimi üzerine bir inceleme; Çankırı örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karabük Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, Karabük.
- KAYA, Y. (1985). *Sosyal değişimin yeni bazı boyutları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Yapı-Sosyal Değişme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- KAYPAK, Ş. (2010). “Antakya’nın kent kimliği açısından irdelenmesi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.7, S.14. s. 373-392.
- KAYPAK, Ş. ve UÇAR, A. (2018). “Antakya kentinin yemek kültürüne bakışı”. *International Journal of Academic Value Studies*, V. 4 , I. 18, p. 190-202.
- KAZICI, Z. (1991). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 1, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

- KEJANLI, T. (2010). "Anadolu'da Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde kent sistemi, kale ve merkez-çarşı gelişimi". *e-Journal New World Sciences Academy*, V. 5, N. 3, p. 287-302.
- KELEŞ, R. (2002). *Kentleşme politikası*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- KELEŞ, R. (2016). *Kentleşme politikası*. Ankara: İmge Yayınları.
- KESKİN, Y. M. (2008). "Türk toplumunda nazar olgusu ve buna karşı geliştirilen korunma ve kurtulma pratikleri: Elazığ örneği". *Dini Araştırmalar Dergisi*, C. 11, S. 32, s. 191-214.
- KIR, İ. (2009). *Kent meydanlarının kent kimliği üzerine etkileri; İzmir Örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, İzmir.
- KIZILER, H. (2015). "Osmanlı toplumunun sosyal dinamiklerinden ahilik kurumu". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, C. 4, S. 2, s. 408-423.
- KOCA, E.; KOÇ, F. ve VURAL, T. (2007). "Kültürlerarası etkileşimde giyim kuşam". 38. *ICANAS Uluslararası Asya Ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15 Eylül, s. 793-808.
- KOYUNCU, A. (2013). "Kimliğin inşasında kent: Konya örneği". *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. 8, S. 2, s. 155-179.
- KÖPRÜLÜ, M. F. (1976). *Türk Edebiyatı'nda ilk mutasavvıflar*. Ankara: DİY Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- KÖPRÜLÜ, M. F. (2009). *Osmanlı İmparatorluğunun kuruluşu*. Ankara: Akçağ.
- KÖROĞLU, G. (2015), "Bizans döneminde buhur geleneği ve buhurdanlar". *Selevcia ad calycadnm v Olba Kazısı Serisi V* (ed. Emel Erten, Diane Favro, Murat Özyıldırım, Tuna Akçay), S. V, s. 51-77.
- KUBAN, D. (1968). "Anadolu Türk şehri tarihi gelişmesi sosyal ve fiziki özellikleri üzerine bazı gelişmeler". *Vakıflar Dergisi*, S. 7, s. 55-56.
- KUBAN, D. (2010). *Mimarlık kavramları*. İstanbul: YEM Yayınları.
- KUZAY DEMİR, G. (2018). "Mekân-zaman-insan ilişkisi bağlamında 21. yüzyılda pazarlar". *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, V. 21 - Issue: 40, p. 63-74.
- KÜÇÜKKÖMÜRCÜ, B. (2005). *Geleneksel Türk Osmanlı çarşı yapıları ve günümüzdeki alışveriş merkezleri üzerine bir inceleme* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri

Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, Mimari Tasarım Sorunları Programı, İstanbul.

LEFEBVRE, H. (2015). *Şehir hakkı*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

LEVİ-STRAUSS, C. (2020). *İrk, tarih ve kültür*. İstanbul: Metis.

LYNCH, K. (2015). *Kent imgesi* (çev. İrem Başaran). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

MAI, U. (2010). *Doğu Almanya kentlerinde kültür şoku ve kimlik bunalımı, mekân, kültür, iktidar: küreselleşen kentlerde yeni kimlikler* (der. Ayşe Öncü ve Petra Weyland). İstanbul: İletişim Yayınları.

MALINOWSKI, B. (1992). *Bilimsel bir kültür teorisi*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

MERİÇ, C. (2013). *Kültürden irfana*. İstanbul: İletişim Yayınları.

MERTCAN, H. (2017). *Asi gülüşlüm ah güzel Antakya*. İstanbul: İletişim Yayınları.

MİYASOĞLU, M. (1999). *Kültür hayatımız*. Ankara: Akçağ.

MÜNÜSOĞLU, H. (2017). *Kültürel bellek bağlamında imrozlu kimliği üzerine etnografik bir inceleme* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halk Bilimi Ana Bilim Dalı, Ankara.

OKAY, A. (2018). *Kurum kimliği*. İstanbul: Derin Yayınları.

OKTAY, D. (2011). “Kent kimliğine bütüncül bir bakış”. *İdeal Kent*, S. 3, s. 8-19.

ONCAR, O. (2016). *Osmanlı Devleti’nin kuruluşunda Ahiler ve Ahilik kurumunun rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırşehir.

OZANKAYA, Ö. (1975). Toplumbilim terimleri sözlüğü. Ankara: TDK Yayınları.

ÖNCEL, F. (2014). “Osmanlı bedestenleri bağlamında Kayseri Hançerli Sultan Vakfı bedesteni”. *Megaron Dergisi*, 9(1), s. 55-69.

ÖNEM, B. ve KILINÇASLAN, İ. (2005). “Haliç bölgesinde çevresel algılama ve kentsel kimlik”. *İtü Dergisi*, C. 4, S. 1, s.115-125.

ÖZAK ÖYMEN, N. ; PULAT GÖKMEN, G. (2009). “Bellek ve mekân ilişkisi üzerine bir model önerisi”. *İtü Dergisi*, C. 2, S. 8, s. 145-155.

ÖZALP, D. (2008). *Tarihî kent imajının korunmasında kentsel tasarım – Antakya örneği* (Uzmanlık Tezi), Kültür Ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Ankara.

- ÖZBEK, Ö. ve ÇEVİK, S. (2018). “Somut olmayan kültürel mirasın taşıyıcısı olarak geleneksel el sanatları: Gönen ilçesinin yaşayan mirası”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/4, p. 588-603.
- ÖZBEY, D. (2020). *Kıyı alanlarının kent kimliğine olan yansımaları: İzmir örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir Demokrasi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, İzmir.
- ÖZDEMİR, A. (2009). “Katılımcı kentli kimliğinin oluşumunda kamusal yeşil alanların rolü: Ankara kent parkları örneği”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri A, S. 1, s. 144-153.
- ÖZDEMİR, N. (2011). “Kentlerin gezgin imgeleri veya kent imgeleri giydirilen otobüsler”. *Milli Folklor Dergisi*, Y. 23, S. 89, s. 41-53.
- ÖZDEMİR, D. K. (2016). *Kent kimliğinin sürdürülebilirliği için peyzaj yönetim anlayışının geliştirilmesi: Bartın-Amasra örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bartın Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Bartın.
- ÖZGÜÇ, N. ve MITCHELL, A. (2000). “Şehirlerin alternatif alışveriş mekânları: İstanbul’da haftalık pazarlar”. *Tasarım-Kuram Dergisi*, S. 2, s. 35-58.
- ÖZKALP, E. (2018). *Kültür ve kültürel değişme davranış bilimleri I* (Ed. A. Çiğdem Kırel, Zerrin Sungur). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖZKAN, Ö. (2014). *İstanbul için üretilen kent projelerin İstanbul kent imajına etkileri*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı, İstanbul.
- ÖZKÖSE, K. (2011). “Ahilikte ahlak ve meslek eğitimi”. *C.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. XV, S. 2, s. 5-19.
- ÖZTÜRK, Ö. (2007). *Kentsel kimlik oluşumunda güzel sanatların yeri: İzmir örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Ankara.
- RİCE, T. T. (2002). *Bizans’ta günlük yaşam* (çev. Bilgi Altınok). İstanbul: Özne Yayıncılık.
- SAGIR, A. (2012). “Bir Yemek Sosyolojisi Örneği olarak Tokat Mutfağı”. *Electronic Turkish Studies*, 7(4), p. 2675-2695.

- SANCAK, A. (2009). *Kentsel mekân kimliğinin oluşumunda kent mobilyası tasarım kriterlerinin irdelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- SARI, Z. (1996). *Çağlar içinde Harbiye (Defne)*. Hatay: Temizyürek Matbaacılık.
- SARIKAYA HÜNEREL, Z. ve ER, B. (2012). “Halk kültürünün tanıtılmasında el sanatlarının yeri ve önemi”. *Batman University Journal of Life Sciences*, Volume 1, Number 1, p. 179-190.
- SARLO, B. (2012). *Geçmiş zaman*. İstanbul: Metis Yayınları.
- SATI, M. (2013). *Muğla ticaret yapıları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı, Sanat Tarihi Bilim Dalı, Denizli.
- SAY ÖZER, Y. (1996). *Ticaret mekânlarının oluşum ve gelişim ilkelerinin incelenerek tipolojik açıdan sınıflandırılması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, Mimarlık Tasarım Programı, İstanbul.
- SCHLESİNFER, P. (1991). *Medya, devlet ve ulus*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SCHUDSON, M. (2007). “Kolektif bellekte çarpıtma dinamikleri”. *Cogito Dergisi*, S. 50, s.180-200.
- SOLAK, F. (2009). *Ahilik kuruluşu, ilkeleri ve fonksiyonları*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- SOUİCİ, B. ve KILINÇASLAN, T. (2005). “İletişim teknolojisindeki değişimin kent açık mekânına etkisi”. *İTÜ Dergisi*, C. 4, S. 1, s.97-106.
- SOYSAL, İ. (1985). “İletişim inkılabı ve milli kültür”. *Erdem Dergisi*, S. 1. s. 236-237.
- SÖKMEN, T. (1992). *Hatay’ın kurtuluşu için harcanan çabalar*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- SÜNE, D. (2018). *Anadolu Selçuklularında ahilik teşkilatının şehir yönetimine katkısı ve günümüze yansımaları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Aksaray.
- ŞAHİN, N. (2010). *Kent kimliği ve değişim sürecinin Kayseri kenti örneğinde irdelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel

Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Kentsel Tasarım Programı, İstanbul.

ŞAHİN, H. (2011). *Bariş, kültür ve hoşgörü kenti Hatay*. Hatay: Hatay Valiliği Yayınları.

ŞAHİN, K. (2012). *Hatay mutfak kültürü ve yemekleri*. Ankara: Hatay Valiliği Yayını.

ŞAHİNALP, M. S. ve GÜNAL, V. (2012). “Osmanlı şehircilik kültüründe çarşı sisteminin lokasyon ve çarşı içi kademelenme yönünden mekânsal analizi”. *Millî Folklor Dergisi*, Y. 24, S. 93. s. 149-168.

ŞAHİNALP, M. S. ve GÜNAL, V. (2016). “Osmanlı dönemi Anadolu şehirleri çarşı sisteminin fonksiyonel analizi”. *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Volume 11/8, p. 335-360.

ŞAHİNKESEN, A. (1991). “Çıracılık eğitiminin Osmanlı dönemi durumu”. *Ankara Üniversitesi*

ŞAVKAY, T. (2000). *Osmanlı mutfacı*. İstanbul: Şekerbank Yayınları. *Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, C. XXIV, S. 2, s. 387- 403.

TANPINAR, A. H. (2012). *Beş şehir*. İstanbul: Dergâh Yayınları.

TATLIDİL, E. (1992). “Kent sosyolojisi kuram ve kavramlar”. *Sosyoloji Dergisi*. S.3, s.25-44.

TAYANÇ, M. (2021). *Kent imgesi ve kentli kimliği*. İstanbul: DBY Yayınları.

TEKELİ, İ. (1990). “Bir kentin kimliği üzerine düşünceler, Prof. Dr. Mübeccel Kıray’a armağan”. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. VII, S. 1-2, s.251-259.

TEKİN, M. (1993). *Hatay mutfacı sempozyumu*. Antakya: Kültür Ofset Basımevi.

TEKİN, M. (2000). *Hatay tarihi Osmanlı dönemi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.

TEKİN, M. (2006). “Bir sosyal kontrol aracı olarak ahilik ve toplumsal dinamikleri”. *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. 21, S. 21, s. 219-235.

TEMEL, H. (2007). *Ahilik teşkilatının halkın eğitim ve öğretimindeki rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü, İlköğretim Ana Bilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı, Konya.

TOGAN, Z. V. (1982). *Oğuz destanı*. İstanbul: Enderun Yayınları.

TOKOL, T. (1996). *Alış-veriş merkezleri, çevre ve mekân ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İç Mimarlık Ana Sanat Dalı, İstanbul.

TOMAR, C. (2007). *Türkiye Diyanet Vakfı İslam ansiklopedisi*. C. 34, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.

TOPAL, A. K. (2004). “Kavramsal olarak kent nedir ve Türkiye’de kent neresidir?”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 6, S 1. S. 276-294. Kuşaklara Aktarılacağı Kaygısı”. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, C. 23, S. 3, s. 291-309.

TOPÇU, M. (2003). *Şehir morfolojisi üzerine bir çalışma Konya ve Antakya’nın tarihi dokularının karşılaştırılması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Şehirselle Tasarım Programı, İstanbul.

TOPÇU, K. (2011). “Kent kimliği üzerine bir araştırma: Konya örneği”. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C. 8, S. 2, s. 1048-1072.

TOPÇU, K. (2011). *Alışveriş alanlarının mekânsal kalite açısından değerlendirilmesi: karşılaştırmalı bir analiz* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı, Konya.

TOPÇU, K. ve BİLSEL, S. G. (2016), “Geleneksel Gaziantep çarşısının mekânsal kalite açısından değerlendirilmesi”. *Artium*, C. IV, S. 1, s. 58-74.

TOPÇU, N. (2020). *Kültür ve medeniyet*. İstanbul: Dergah Yayınları.

TORUN, A. (2020). *Tarihi süreç içinde Çorum çarşısının gelişimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İslam Tarihi ve Sanatları Ana Bilim Dalı, Çorum.

TRAVERSO, E. (2009). *Geçmiş kullanma kılavuzu*. İstanbul: İletişim Yayınları.

TUNÇEL, H. (2003). “Anadolu şehirlerinde semt pazarları: Elâzığ örneği”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), s. 49-70.

TUNÇEL, H. (2009). “Geleneksel ticaret mekânı olarak Türkiye’de haftalık pazarlar”. *eJournal of New World Sciences Academy*, 4 (2), s. 35-52.

- TURAN, A. ve GÜMÜŞ, K. S. (2015). “Türk dünyasında kültür, sosyal dayanışma ve birlik köprüsü olarak ahilik teşkilatı ve bu bağlamda Türk devletlerine öneriler”. *Journal of International Social Research*, VIII, 41, p. 597- 612.
- TURGUT, N. (1986). *Antakya tarihi ticaret merkezi mekânsal yapı değişim ve gelişim sürecinin kent ticaret merkezi planlamasına etkinliği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- TURGUT, H., ÖZALP, A. Y. ve ERDOĞAN, A. (2012). “Artvin ilinde doğal çevrenin kent kimliğine etkileri”. *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi*, S. 13, s.172-180.
- TÜRK, H. ve ŞAHİN, K. (2004). “Antakya geleneksel yemek kültürü”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), s. 115-132.
- TÜRK, H. (2010). “Nusayrilerde Hızır inancı”. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırmaları Dergisi*, S. 54, s. 225-242.
- TÜRKMEN, A. (2018). “Yapı estetiğinin kent kimliğindeki karşılığı ve yapı disiplini sistemi”. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 13, s.1-29.
- TÜRKAN, H. K. (2015). *Hatay yöresi Arap Alevileri folkloru* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Halk Bilimi Bilim Dalı, Isparta.
- TÜRK, S. M. (2018). “Osmanlı döneminde Anadolu kentleri” (ed. Prof. Dr. Timuçin Kodaman ve Dr. Öğretim Üyesi Emel Iştar Işıklı). *Sosyal Beşerî ve İdari, Bilimlerde Akademik Araştırmalar-III, Gece Kitaplığı*, s. 65-80.
- UÇKAÇ, L. (2006). *Kentsel tasarımın kent kimliği üzerine etkileri: Keçiören örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Ana Bilim Dalı, Ankara.
- UÇMA, İ. (2003). *Bir sosyal siyaset kurumu olarak ahilik* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- ULU, Ali. ve KARAKOÇ, İ. (2004). “Kentsel değişimin kent kimliğine etkisi”. *Planlama/3*. s.59-66.
- ULUSOY, A. (1997). “ Devlet Ana romanında ahilik teşkilatı”. *Milli Folklor Dergisi*, C:5, S. 36, s. 49-59.

- ÜÇEÇAM KARAGEL, D. ve KARAGEL, H. (2014). “Tarihi bir ticaret merkezinin pazarlama coğrafyası kapsamında analizi: Uzunçarşı (Antakya /Türkiye)”. *European Journal of Research on Education*, 2 (Special Issue), p. 166-184.
- ÜLKEN, H. Z. (1969). *Sosyoloji sözlüğü*. Ankara: MEB Basımevi.
- ÜLKER, A. (2010). *Kültürel değerlerin korunmasında sivil toplum örgütlerinin rolü: (ahilik kültürü)* (Uzmanlık Tezi), Kültür ve Turizm Bakanlığı Milli Kütüphane Başkanlığı, Ankara.
- ÜLTANIR, G. (2003). “Eğitim ve kültür ilişkisi-eğitimde kültürün hangi boyutlarının genç kuşaklara aktarılacağı kaygısı”. *Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, C. 23, S. 3, s. 291-309.
- ÜNLÜ, T. S. (2017). “Kent kimliğinin oluşumunda kentsel bellek ve kentsel mekân ilişkisi: Mersin örneği”. *Mersin Üniversitesi TMMOB Şehir Plancıları Odası, Akdeniz Kent Araştırmaları Merkezi*, 27(1), s. 75-93.
- YALÇIN, R. (2012). *Heykelle şekillenen kamusal alan ve Kayseri örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ana Sanat Dalı, Kayseri.
- YARGIÇ, M. S. (2009). *Küreselleşen kentlerde ikonik yapıların kentsel kimlik oluşumuna etkileri üzerine irdeleme* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- YAŞAR, Y. (2021). *Osmanlı dönemi Urfa çarşıları (Hanlar bölgesi)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Sanat Tarihi Bilim Dalı, Konya.
- YEŞİLBAŞ, E. (2013). *Diyarbakır’da Osmanlı dönemi ticaret mimarisi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- YILDIRIM, M. (2021). “Kültürel miras bağlamında yükselen değer olarak aktarılığın yeniden keşfi”. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Y. 11, S. 22, s. 327-357. *Yurt Ansiklopedisi* (1982), C.5, İstanbul: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

- YÜCEŞAHİN, M. ve ÖZGÜR, M. M. (2008). “Türkiye kentlerinin kentleşme düzeylerinin demografik, ekonomik ve sosyal değişkenlerle belirlenmesi”. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 6(2), s. 115-139.
- ZENGEL, R. (2001). “Tarih içinde değişen tüketim mekânları”. *Ege Mimarlık Dergisi*, S. 40-41, s. 10-13.
- ZİLLİOĞLU, M. (1984). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi*. İstanbul: Üçdal Neşriyat.
- WEBER, M. (2003). *Şehir*. İstanbul: Bakış Yayınları.
- WILLIAMS, R. (2018). *Anahtar sözcükler* (çev. Savaş Kılıç). İstanbul: İletişim Yayınları.



2. Elektronik Kaynaklar

URL-1: <https://www.antakyatb.gov.tr/AntakyaTanitim/> (Erişim Tarihi: 20.01.2022).

URL-2: <https://insanvehayat.com/uzerimizdeki-kimlik-giyim-kusam/> (Erişim Tarihi: 11.04.2022).

URL-3: https://kuran.diyamet.gov.tr/tefsir/Yâsîn_suresi/3718/13-32 (Erişim Tarihi: 02.05.2022).



EKLER

FOTOĞRAFLAR

Çalışmada verilen fotoğraflar saha çalışması sürecinde tarafımızca çekilmiştir.

KASAPLAR/KASAP FIRINLAR



Fotoğraf 1: Antakya'nın meşhur kâğıt kebabı



Fotoğraf 2: Kasap fırın



Fotoğraf 3: Kasap fırın

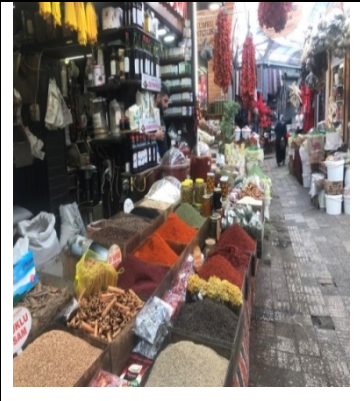
BAHARATÇILAR



Fotoğraf 4: Baharatçı



Fotoğraf 5: Baharatçı



Fotoğraf 6: Antakya'nın zengin baharatları



Fotoğraf 7: Bir kadın baharatçı	Fotoğraf 8: Baharatçı	Fotoğraf 9: Baharatçı
KÜNEFECİLER		
		
Fotoğraf 10: Uzun Çarşı'nın dar sokaklarında bir künefeci	Fotoğraf 11: Künefeci	Fotoğraf 12: Künefe peynirinin hazırlanışı
		
Fotoğraf 13: Künefenin hazırlanışı	Fotoğraf 14: Küçük tepsilerde künefe	Fotoğraf 15: Uzun Çarşı'da bir künefe ustası

ŞARKÜTERİ/PEYNİRCİLER		
		
Fotoğraf 16: Peynirci	Fotoğraf 17: Peynirci	Fotoğraf 18: Tuzlu yoğurt ve zahter
		

Fotoğraf 19: Tereyağı ve çökelek ürünleri	Fotoğraf 20: Antakya'nın patlıcan reçeli	Fotoğraf 21: Şarküteri dükkânı
--	---	---------------------------------------

AYAKKABICILAR

		
Fotoğraf 22: Sayacı makinası	Fotoğraf 23: Ayakkabı ustası	Fotoğraf 24: Ayakkabı satıcısı

ANTAKYA UZUN ÇARŞI

		
Fotoğraf 25: Antakya Uzun Çarşı	Fotoğraf 26: Uzun Çarşı'daki Tarihi Çınar Ağacı	Fotoğraf 27: Tarihi Çınar Altında Bir Künefeci
		
Fotoğraf 28: Uzun Çarşı	Fotoğraf 29: Uzun Çarşı İçindeki Tarihi Kurşunlu Hanı	Fotoğraf 30: Kurşunlu Han İçinde Bir İpek Kumaşı Satıcısı

**ANTAKYA UZUN ÇARŞI'DA KAYBOLMAYA YÜZ TUTMUŞ
MESLEKLERDEN FOTOĞRAFLAR**



Fotoğraf 31: Meyan
Şerbetçisi



Fotoğraf 32: Tenekeci



Fotoğraf 33: Tenekeci



Fotoğraf 34: Kalaycı



Fotoğraf 35: Semerci



Fotoğraf 36: Bakırcı