folklor/edebiyat, cilt:21, sayı:84, 2015/4

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE YÖRESEL ÜRÜNLERİN TANITIMININ ÖNEMİ VE BU BAĞLAMDA ÂŞIKLARIN TANITIMDAKİ YERİ

Münir Cerrahoğlu[1]

1. Giriş

Küreselleşme kavramı son yıllarda üzerinde en çok konuşulan, ülkeler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri tartışılan konulardan biridir. Küreselleşme kavramı ile ilk akla gelen dünyanın ekonomik, sosyal, kültürel, bilim ve teknoloji gibi alanlarda ortak bir "Pazar" halini almasıdır. Kavramın sınırlarına bakıldığında ülkelerin ekonomik, sosyal, teknolojik, kültürel, politik ve ekolojik dengeler açısından bütünleşmesini, birleşmesini ve dayanışmasını hedefleyen çok boyutlu bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küresel bütünleşmenin ve dayanışmanın artmasını amaçlayan bu kavramı kısaca bizde olanın diğer dünya ülkelerine verilmesi, diğer ülkelerde olanın ise alınması şeklinde ifade etmek mümkündür.

Her geçen gün dünyanın farklı alanlarını nüfuzu altına almaya devam eden küreselleşme, ekonomik hayattan sosyal-kültürel yaşantıya, siyasetten güvenliğe, iletişimden teknolojiye kadar hemen her sahada etki alanını genişletmektedir. Özellikle yirminci yüzyılın sonlarına doğru teknolojinin hızla değişmesi ve gelişmesi, dünyanın hemen her kesimini etkisi altına alan iletişim ağının ve yollarının yaygınlaşması, toplumları birbirine yakınlaştırmış, farklı kültürlerin birbirini daha yakından tanımasına zemin hazırlamış,

1 Yrd. Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi.

sosyokültürel anlamda birbirleriyle ileri seviyede etkileşimine imkân vermiştir. Bu süreçte birbirine yabancı toplumlar yaşam tarzları başta olmak üzere kültür, sanat, bilim ve teknoloji gibi hemen her sahada birbirine benzerlik göstermeye başlamıştır.

Kültürlerin birbirine yakınlaşması, ticari anlamda dünyanın tek "Pazar" haline gelmesi, gelişmiş ülkelerin siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda güç ve çıkarlarını gerçekleştirmeleri adına bir fırsata dönüşürken, ekonomik, siyasi ve kültürel anlamda zayıf veya gelişmekte olan ülkeler küresel güç ve sermaye karşısında daha da gerilmeye başlamıştır. Diğer bir ifadeyle farklı tarihî-kültürel geçmişe sahip ülkelerden bazıları yerel ve yöresel renklerini korumayı başarabilirken bazı milletler ise ekonomik, siyasi ve kültürel anlamda diğerlerinin rengine bürünmüştür. "Dünyanın kültürel değişim ve küreselleşme süreçlerine, egemenlere göre daha edilgen olarak katılan ve daha az sayıda kültürel değerlerini küreselleştiren diğer kültürlerin, daha erken ve daha fazla oranda –iyimser bir ifadeyle- "değişeceği", -kötümser bir ifadeyle- "yok olacağı" söylenebilir." (Oğuz 2002: 12)

Türkiye'nin, bulunduğu jeostratejik konumu gereği diğer dünya ülkelerine nazaran küreselleşme sürecinden oldukça yüksek düzeyde etkilenen ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir. Asya ile Avrupa kıtaları arasında bir köprü olması, Balkanların, Kafkasya'nın ve Ortadoğu'nun buluştuğu noktada yer alması küreselleşme sürecinin hızla yaşandığı dünyada Türkiye'yi sürecin etkilerine açık bir konuma getirmiştir. "Türkiye'nin küreselleşme sürecinden büyük ölçüde etkilenmekte olmasının diğer bir nedeni de coğrafyasında barındırdığı insan topluluğunun özelliğine ilişkindir. Türkiye, sahip olduğu özel coğrafi konumu ve köklü tarihi nedeniyle kültürler ve medeniyetler arası diyaloğa ev sahipliği yapan bir ülke konumundadır. Esasen farklı insan toplulukları arasındaki ilişki ve etkileşimlerin radikal bir şekilde artışı olarak tanımlanan küreselleşmenin, bu özelliği haiz bir ülkeye büyük ölçülerde etki yapması kaçınılmazdır." (Bayar 32)

Küreselleşmenin siyasetten ekonomiye, sosyal yaşantıdan kültürel hayata, bilim ve teknolojiden sanata geniş bir sahada tüm dünya ülkelerini etkilediği günümüzde yöresel renklerin ön plana çıkarılması o ülkeler için kültürel bir zorunluluk haline gelmiştir. "Bu küreselleşme halkasının ekonomik yapılanışının geleceğinin, kültürel yapılanışı da belirleyeceği açıktır. Eğer bu küreselleşme halkası oluşturulmazsa, bu coğrafyanın diğer yakın kültür halkaları tarafından paylaşılacağı uzak bir olasılık değildir. Son derece karmaşık ekonomik, politik ve kültürel sorunları olan bu küreselleşme halkasının, yaptırım gücü kullanabilecek merkezî bir otorite olmadığından, her türlü yapılaşmanın en üst seviyede "uzlaşma" kültürü ile gerçekleştirilebilecek olması, "ulusal kalıt" kavramının tanımlanması ve bölgesel küreselleşmeye katılabilecek unsurların öne çıkarılması stratejilerini daha da önemli hale getirmektedir." (Oğuz 2002: 14) Bu bağlamda küreselleşme sürecinin kültürel olgular üzerinde önemli etkilerinin görüldüğü günümüzde kültürün önemli bir bölümünü oluşturan yöresel ürünlerin tanıtımı oldukça önemlidir.

2. Yöresel Ürünlerin Tanıtımının Önemi

Yöre, bir bölgenin belli bir yer ve çevresini kapsayan sınırlı bölümüdür. (Türkçe Sözlük 2005: 2197) "Yöre, sınırları belli bir coğrafik alandır. Burada yaşayan insan topluluğu, tarih boyunca fiziki ve biyolojik çevre ile beşeri faktörler arasındaki ilişkilerden kaynaklanan entelektüel üretim becerisi oluşturmuştur. Bu beceriden yöresel ürünler ola-

rak adlandırılan kökeni ve ünü o yöreye ait tipik ve kaliteli ürünler üretilmiştir." (Tekelioğlu vd. 2008: 87-102) Tarihî bir geçmişe sahip, yerel kültürün bir parçası olan tarımsal ürünler başta olmak üzere gıda ve el işlerinden oluşan bu ürünler yöre insanının ortak becerileri ve emekleriyle oluşturulmuş ürünlerdir. Belli bir alan veya bölgenin coğrafi sınırları içinde yetiştirilen ve o bölgenin ve yörenin adıyla anılan ürünler "yöresel ürün" ifadesiyle adlandırılmaktadır.

"Yöresel halk ürünleri" ülke ekonomisine büyük gelir sağlayan, ülke tanıtımına katkısı bulunan önemli ürünler arasındadır. Dünyada yetiştirilen birçok yerel ürün, yetiştiği ve üretildiği yörenin adı ile tanınmaktadır. Ürünlerin tanınmasında ve kalitesinin bilinmesinde, yetiştikleri yerin doğal, beşeri ve çevre koşullarının etkisiyle birlikte yöre insanın bilgi, beceri, deneyim ve tecrübeleriyle geleneklerinin birleştirilmesi de önemlidir. Bu birleşenler bir araya gelerek bu tipik ürünlerin "yöresel ürün" olarak adlandırılmasını sağlamaktadır. Üretilen ve yetiştirilen yerleriyle özdeşleşmiş olan Malatya kayısısı, Adana pamuğu, Rize çayı, Giresun fındığı vb. ürünler tüketiciler tarafından o yöreye duyulan güven nedeniyle tercih edilmekte, ürünün adıyla birlikte hangi yöreye ait olduğunun belirtilmesiyle tüketicide bir güven oluşturmaktadır.

Ekonomik anlamda kültürümüzün bir parçası olan bu ürünlerden bazılarının tanıtımı yetiştirildikleri yöreyle sınırlı kalırken bazıları ise ülke ve dünya pazarında tanıtım ve pazarlanma imkânı bulmaktadır. Yörelerimizde yetiştirilen bu tanıdık ürünlerin değerlendirilmesi, gerek iç piyasada gerekse dış piyasada tanıtılması yöre ve ülke ekonomisi açısından büyük önem taşır. Yöresel ürünlerin tanıtımı aynı zamanda kültür ve geleneklerimize ait zenginliklerin yurtiçinde ve yurtdışında tanıtılması anlamına gelmektedir.

"Yörelerimizin topraklarından ve bu toprak üzerinde yaşayan insanların emeği ile yoğrulan yöresel ürünlerimiz; Malatya'nın kayısısı, Aydın'ın inciri, Isparta'nın gülü, Ayvalık'ın zeytinyağı, Antalya'nın portakalı, Nevşehir'in üzümü, Giresun'un fındığı, Bursa'nın ipek kozası en değerli özellikli ihraç ürünlerimizdir." (Ertan 2010: 166)

"Yöresel ürünler yaratmış oldukları katma değer, istihdam ve dış ticaretteki payları ile Türkiye ekonomisinde önemli yere sahiptir. Örneğin Cİ[1](coğrafi işaret) koruması altında bulunan yöresel ürünlerimizden sadece beşi (Giresun fındığı, Malatya kayısısı, Ege sultani kuru üzümü, Ege inciri ve Antep fıstığı) 2, 5 milyar dolara ulaşan dış satımları ile Türkiye tarımsal ihracat gelirinin yaklaşık % 60'nı oluşturmaktadır." (Tekelioğlu vd. 2008: 87-102) Bu ithalat ve ihracat hacminin artışında adına hem yurtiçi hem de yurtdışı tanıtım ve reklam çalışmalarının büyük bir payı vardır. Yöresel ürünlerin yetiştirilmesi kadar ülke genelinde ve dış dünyada pazar bulabilmesi açısından tanıtımı da çok önemlidir.

"Cİ koruması sadece ekonomik kazançların sağlanmasında değil, geleneksel bilgi ve üretim biçimlerinin (traditional knowledge) korunarak, kültürel mirasın korunmasına da olanak sağlar. Yıllarca hatta yüzyıllarca yerel halk tarafından geliştirilen ve aktarılan geleneksel bilgi bu sayede korunmuş olur. Böylece, Cİ bu ülkelerde (yörelerde) turizmi ve diğer coğrafi faaliyetleri olumlu yönde etkileyerek, bunları ekonomik kazanca dönüştürebilir. Daha yüksek bir fiyattan satılan Cİ ile korunan ürünleri üreten küçük ve orta boy işletmeler de bu avantajdan faydalanırlar." (Gökovalı 150)

Ülkemizin doğal ve beşeri zenginliklerinin tanıtımında olduğu gibi yöresel ürünlerin

tanıtımı devlet eliyle, özel sektör ve gönüllü sivil toplum kuruluşları ve kişilerce yapılmaktadır. Büyük bir ekonomik bütçenin, emek ve zamanın ayrıldığı bu tanıtımlar ayrıca basın yayın ve medyanın gücünden yararlanılarak sanatçıların rol aldığı reklam filmleriyle, belgesellerle, kültür ve sanat festivalleriyle vd. yürütülmektedir.

3. Yöresel Ürünlerin Tanıtımında Âşıkların Yeri

Ekonomide küreselleşmenin yaşandığı günümüzde gerek yurtiçinde ve gerekse yurtdışında yöresel halk ürünlerini tanıtımına katkı sağlayacak önemli etkenlerden biri de halkın sanatçısı ve zengin bir geleneğin temsilcisi olan âşıklardır. Türk halk kültürünün tanıtılmasında, kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasında âşıkların yeri ve önemi büyüktür. Âşıklar, yaşadıkları dönemin olaylarına, ahlak sistemine, sanatına, inanç yapısına, gelenek ve göreneklerine, kültürel mirasına, üretim faaliyetlerine tanıklık etmişler, tüm bunları da şiirlerinde işlemişlerdir.

Âşıklar yaşadıkları toplumun yaşam biçimini, duygu ve düşüncelerini, olaylara bakış açılarını en iyi şekilde dile getirmiş halkın sanatçılarıdır. Âşık bulunduğu toplumun sözcüsü ve kültürün tanıtılmasında ise gönüllü temsilcisidir. "Âşık hem döneminde hem de sonraki dönemlerde sesini geniş kitlelere duyurmuş sanatçıdır. " (Artun 2005: 212) "Onlar halkın ortak duygu ve düşüncelerini dile getirmeleri bakımından Türk kültürünün korunmasında kültür taşıyıcıları olarak görev yapmışlardır. (Artun 2000: 296) Doğal güzelliklerimizi, tarihi ve kültürel değerlerimizi, yöresel ürünlerimizin tanıtımını sazlarıyla, sözleriyle aynı zamanda şiirlerinin kalıcı ve etkileyici gücünden yararlanarak destanlarıyla bu görevleri yerine getirmişlerdir. Destanlarıyla ve şiirleriyle kültür ve değerler sisteminin oluşmasında ve şekillenmesinde aktif rol oynamış, böylece bu kültürel değerlerin tanıtımına büyük katkı sağlamışlardır.

3. 1. Destanların Reklamcılık İşlevi

Reklam, "bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için denenen her türlü yol"dur. (Türkçe Sözlük, 2010: 1650) Diğer bir ifadeyle ürün veya servis satışını artırabilmek için yayın araçları vasıtasıyla yapılan duyurulardır. "Destanların Türk sosyokültürel hayatında gördükleri fonksiyondan birisi de reklamcılıktır." (Çobanoğlu 2000: 117) Bu araçlar; üreticinin alıcılarıyla iletişim kurmasına imkân veren elle dağıtılan kâğıtlar şeklinde olabileceği gibi gazete, dergi, radyo, televizyon ve sinema aracılığıyla da yapılabilmektedir. Âşıklar yörelerine ait zenginlikleri kültürel çeşitlilikleri ve yetiştirilen ürünleri destanlarında metheder, över, aynı zamanda reklamını yapar. Diğer bir reklam aracı ve yöntemi ise âşıkların reklam içerikli destanlarıdır.

İçinde yetiştiği halkın kültürel zenginlikleriyle sanatını şekillendiren âşıklar, bazı destanlarında yaşadığı yörenin coğrafi güzelliklerinden, tarihî ve kültürel zenginliklerinden, yöresel halk ürünlerinden söz ederler böylece yörelerinin tanıtımına ve reklamına katkı sağlamış olurlar. Bu tür destanlarda içinde yetiştikleri toplumun ekonomik ve ticari hayatını, sosyal ve kültürel yaşantısını, dinî, siyasi ve ahlaki yapıyı, yörelerinin geçim kaynaklarını, yetiştirilen ve üretilen yöresel ürünleri dile getirirler. Bu destanlar "Âşıkların mahalli veya ulusal mutfakta yer alan çeşitli yemeklerin ya sadece genel olarak ismini vererek güzelliğini methettikleri veya malzemesi ve yapılışıyla da ilgili bilgi vererek övdükleri yemekleri içecekleri anlatan destanlardır." (Çobanoğlu 2000: 82)

Ülkemiz doğasıyla ve kültürel zenginliğiyle dünyada eşi benzeri olmayan coğrafi ürün çeşitliliğine sahiptir. Ülkemizin doğal, tarihi ve ekonomik zenginlikleri âşık destanlarının öncelikli konuları arasındadır. Âşıklar Anadolu'yu karış karış gezerek kahvelerde, düğünlerde, panayırlarda, festivallerde, televizyon ve radyo programlarında destanlarını söylerler. Ülkemize ait yöresel ürünleri destanlarına konu eder, yöresel ürünlerin yurtiçinde ve yurtdışında tanınmasına büyük katkı sağlarlar.

Âşıklar şiirlerinde her zaman vatan ve millet sevgisini işlemişler, yaşadıkları coğrafyanın tüm güzelliklerini mısralarında dile getirmişlerdir.

Güzel Anadolu'm kışım baharım
Benim anam babam sevgili yarim
Kazancım sermayem namusum arım
Sende bir bulunmaz servet yaşıyor (Sever 2008: 141)

Bir Anadolu sevdalısı Âşık Abdülvahap Kocaman mısralarında, anne ve baba kadar kutsal gördüğü Anadolu'ya duyduğu sevgiyi dile getirir; vatan sevgisini en büyük sermaye olarak görür ve namusu kadar aziz bilir. Gerek yeraltı gerekse yerüstü zenginliklerine işaret eder, Türkiye topraklarında bulunmaz servetlerin yaşadığına vurgu yapar.

Anadolu'nun güzelliklerini her fırsatta dile getiren âşıklar yurdun değişik yörelerinde yetişen ve o yöre ile isimleri özdeşleşmiş olan mahsullerin bolluğunu ve kalitesini şiirlerinde işlerler. Âşık Gülabi'nin "Maşallah her yanı güzellik dolu/ Mahsullerin tadı tuzu bambaşka" (Özhan 1992: 186) mısralarında ülkemizin yeşilliğine, güzelliğine işaret edilir, yetiştirilen mahsullerin tadı ve tuzunun benzersizliği ifade edilir.

Yöresel ürünleri şiirlerine konu eden, ürünleri metheden ve kalitesine dikkat çeken önemli âşıklar arasında Âşık Veysel'in önemli bir yeri vardır. Ülkesine sevdalı bir âşık olan Veysel mısralarında yöresel ürünleri şu sözlerle metheder:

Amasya'nın elmasını
Zile pekmez çalmasını
Sivas'ında kıymasını
Yesem amma yesem amma

Gezsem Tokat'ın bağını
Emlek'in taze yağını
Erzurum'un kaymağını
Yesem amma yesem amma

Konya'nın güzel buğdası
Sivas'ta Çorum'da hası
Ayıntab'ın çiğ köftesi
Yesem amma yesem amma

Mersin Dörtyol portakalı
Maraş'tan da pirinç geli

Malatya'da dut zerdali
Yesem amma yesem amma

Kastamonu'nun kendiri
Bursa'nın ipek mendili
Edirne'nin hoş pendiri
Yesem amma yesem amma (Kaya 2005: 106)

Veysel'in şiirinde; Amasya elması, Zile pekmezi, Sivas kıyması, Emlek yağı, Erzurum kaymağı, Konya buğdayı, Gaziantep çiğ köftesi, Mersin ve Dörtyol portakalı, Kahramanmaraş pirinci, Malatya dutu ve kayısısı, Kastamonu kendiri, Bursa ipeği, Edirne peyniri methedilir. Âşık, mısralarında yurdun değişik yerlerinde üretilen ve yetiştirilen bu ürünlere sahip olabilme ve istifade edebilme arzusunu dile getirir.

Malatyalı Abdullah Tuzcu (Gülhanî) adeta Anadolu'nun yöresel ürünlerinin bir haritasını çıkarır. Gülhanî, yöresel ürünleri konu edinen şiirinde (Özhan vd. 1992: 320-321) bazı yörelerin önemli zenginlik kaynaklarına dikkat çeker. Bu bağlamda Malatya'nın kayısısını, Kars'ın kaymağını, Erzincan'ın üzümünü, Tunceli'nin narını, Bingöl'ün balını ve kaymağını, Bursa'nın şeftalisini, ipeğini, şalını, Giresun'un fındığını, Rize'nin çayını, Trabzon'un hamsisini, Amasya'nın elmasını, Muş'un tütünü, Adana'nın pamuğunu, Kayseri'nin sucuğunu, Isparta'nın halısını, Antalya'nın mandalinasını ve muzunu, Nevşehir'in üzümünü, Yozgat'ın ayvasını metheder. Yöresel ürünleri methettiği şiirinden bazı dörtlükler şöyledir:

"Malatya'nın kayısıyla kavağı
Kızlarının ela göz al yanağı
Kars ilinin öz kaymağı has yağı
Güzelinin baldan tatlı dili var

Erzurum'un dadaşı var barı var
Dağlarının bereketli karı var
Erzincan'ın mor sümbüllü bağları
Tunceli'nin şifa diye narı var

Bingöl'ün kaymağı hem zülal balı
Bursa şeftalisi o ipek şalı
Hakkâri'nin geçit vermez dağları
Van ilinin koskoca bir gölü var

Giresun'un fındığı Rize'nin çayı
Koca laz uşağı bir aslan payı
Trabzon'da tatlı hamsi balığı
O illerin bir aydınlık çağı var

Antep'in şahini Maraş gazisi
Saf saf olmuş kahramanlık dizisi
Elazığ'da çayda çıranın sesi
Muş ilinde tütünlerin hası var (Özhan vd. 1992: 320- 321)

Âşık Hacı Karakılçık Anadolu'ya ait güzellikleri ve vatan sevgisini dile getirdiği şiirinde Çukurova'nın pamuk ve portakalını şu mısralarla metheder:

"Akdeniz estirir ılık havayı
Karadeniz deli vurur dalgayı
Paris'e değişmem Çukurova'yı
Pamuk portakalı muzu bambaşka" (Özhan 1992: 187)

Memleketine sevdasını "Paris'e değişmem Çukurova'yı" sözleriyle dile getiren âşık, mısralarında Çukurova'nın pamuğunun, portakalının ve muzunun kalitesine de yer veriyor.

Âşık Hacı mahlasını kullanan Âşık Hacı Yusuf Çetin, Yozgat'ın Çayıralan ilçesinde yetiştirilen patatesin güzelliğini ve kalitesini içten bir yaklaşımla ele alır:

"Yapıları çok planlı kurulur
Hayran olur bakan gözler vurulur
Petetesine birincilik verilir
Petetesi güzel ilçemiz bizim" (Özhan 1992: 82)

Mısralarında Çayıralan ilçesinin şehircilik açısından düzenliliğine işaret eden âşık, yöresinde yetişen patatesin kaliteli olduğunu da ifade eder.

Tokatlı Âşık Muharrem Oylum (Kul Semai), Tokat'ın vişnesini, tütününü ve pekmezini methettiği şiirinde Tokat'ın yöresel ürünleriyle meşhur olduğunu söyler:

"Vişne festivalli Almus barajı
Tufan tepesinde bayram var bacı
Almus'tadır karanlığın ilacı
Ziya saçan var ampülü Tokat'ın

Reşat demiş Reşadiye kurulmuş
Kaynar su fışkırmış kaplıca olmuş
Erbaa tütünü çok rekor kırmış
Metresi otuz bin halı Tokat'ın

Kömür madenlidir dost Artovası
Şu Zile pekmezi hele çalması
Yandı ha yandının Sadık Babası
Bir kumru misali dili Tokat'ın" (Özhan 1992: 243)

Âşık, memleketinde yöresel bir ürün olarak yetiştirilen vişneden ve vişnenin tanıtımına katkı sağlamak amacıyla düzenlenen vişne festivalinden söz eder.

Gümüşhaneli Âşık Kul Nuri ise yöresine ait yetiştirilen ve üretilen yöresel ürünleri mısralarında şöyle dile getirir:

"Arpa buğday pancar domates başka
Elma armut ceviz hoştur ağaçta
Kuşburnu böğürtlen pestil revaçta
Şükür bereketli Gümüşhaneli (Çelik 2008: 314-315)

Bu dizelerle Gümüşhane'nin bereketli toprağında arpa, buğday, domates, elma, armut, ceviz, kuşburnu, böğürtlen gibi yetiştirilen ürünlerden söz eder, buranın pestilinin revaçta olduğunu söyler.

Âşık Nazmi Sakal (Hitabî) ise Sivas'ın doğal güzelliklerini anlattığı, tarihî ve kültürel zenginliklerine dikkat çektiği şiirinde:

"Yüksektir iklimi serin havası
Her zaman çok olur kışı Sivas'ın
Burada yetişir buğdayın hası
Bol olur ekmeği aşı Sivas'ın" (Özhan 1992: 272)

sözleriyle Sivas'ın serin iklimini telmih eder ve en kaliteli buğdayın Sivas'ta yetiştiğini belirtir, ekmeği ve aşının bolluğunu dile getirir.

Âşık Feyzullah Şevki Halıcı "Karadeniz Bölgesinde" adlı şiirinde (Özhan vd. 1992: 161) bu bölgenin güzelliklerini anlatır. Bölgenin yeraltı ve yerüstü zenginliklerinden söz eden âşık, yörede yetiştirilen mahsullerin değerinin olduğunu açıklar:

Lazları var kabadayı
Yeşil Rize'mizin neyi
Bol vatana yeter çayı
Karadeniz bölgesinin (Özhan 1992: 161)

Bu dizeleriyle âşık, Rize'nin yeşilliğini metheder ve Karadeniz bölgesinde özellikle de Rize'de yetiştirilen çayın tüm Türkiye'ye yeteceğini söyler. Âşık Feyzullah Şevki Halıcı yine aynı şiirinde Samsun'un tütünüyle, Giresun'un fındığıyla, Tosya'nın pirinciyle meşhur olduğunu şu sözlerle dile getirir:

Samsun tütünü birinci
Giresun fındık verici
Meşhurdur Tosya pirinci
Karadeniz bölgesinin (Özhan 1992: 161)

Yöresine ait ürünleri şiirinde metheden diğer bir âşık ise Âşık Mahrumî'dir. Mahrumî mısralarında, "Ün yapmış dünyada Bünyan halısı/ Nakış nakış model elin Kayseri", "Pastırma mantısı şöhret olanı/ Kimyadır çemenin balın Kayseri" (Özhan 1992: 348-349) dizeleriyle Kayseri'nin pastırması, mantısı, çemeni ve balıyla şöhret bulduğunu, Bünyan ilçesinin ise halısıyla dünyada ün yaptığını ifade eder.

Âşık Reyhanî Türkiye'nin değişik illerine ait güzellikleri dile getirdiği şiirinde "Gi-

resun fındık yatağı" (Yardımcı 2006: 189) mısrasında Giresun'un fındığıyla bolluğuna dikkat çeker. Reyhanî, Erzurum'u methettiği şiirinde:

"İspir'dir solunda, Hınıs'tır sağın
Tekman Deresi'dir peynirin, yağın,
Pasinler ambarın, ova otlağın,
Tortum Deresi'dir meyvan Erzurum" (Yardımcı 2006: 286)

Sözleriyle Erzurum'un peynirinin, yağının, tahılının ve meyvesinin bolluğuna işaret eder.

Şiirlerinde yöresine ait güzellikleri ve yetiştirilen önemli ürünleri konu eden Âşık Celalî de bazı şiirlerine "yöresel ürün"ün adını verir. Celalî "Van Elması" şiirinde Van elmasını metheder ve sağlık için faydasını vurgular:

"Seni tanıtmamız lazım
Van elması Van elması
Hem kan yaparsın hem hazım
Van elması Van elması" (Yenitürk 2000: 342)

4. Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak her geçen gün dünyanın farklı alanlarını nüfuzu altına almaya devam eden küreselleşme, ekonomik hayattan sosyokültürel yaşantıya, siyasetten güvenliğe, iletişimden teknolojiye kadar hemen her sahada etki alanını genişletmiştir. İletişim ve teknolojideki olağanüstü değişim ve gelişimin yaşanması milletleri ve kültürleri birbirine yakınlaştırmış, ekonomik anlamda dünyanın tek "Pazar" haline gelmesine sebep olmuştur. Bu süreçte halkımızın ürettiği el emeği göz nuru ve aynı zamanda halk kültürünün de bir parçası olan yöresel halk ürünlerinin korunması, değişip yok olmasının önlenmesi ve başka kültürlere mal edilmemesi ve dünya pazarında tanıtımının yapılması, ayrıca yöresel ürünlerin tek bir biçime sokulması önlenerek gerçek kalitesi ve zenginliğinin korunması büyük önem arz etmektedir.

Geleneksel ürünlerin sadece bulunduğu yöre halkına ekonomik bir katkı sağlamasının yanında, bu ürünlerde ulusal rekabet gücünün sağlanarak bu gücün uluslararası çerçeveye oturtulması, ulusal kalkınmada etkili bir rol üstlenecektir. Bu bağlamda ulusal bazda etkin rol oynayabilecek geleneksel gıda ürünlerinin araştırılarak, bu ürünlerin inovasyon kabiliyetinin artırılmasına ve inovasyonlara önem verilmesinin gerekçelerinin firmalara anlatılmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

"Yöresel halk ürünleri"nin tanıtımında âşıkların desteğinin alınması yöresel ürünlerin tanıtılmasına, reklamının yapılmasına büyük katkı sağlayacaktır. Yöresel ürünlerin tanıtımında seslerini geniş kitlelere duyurabilen âşıkların kültür sözcüsü olmaları nedeniyle "reklamcılık sektörü"nde istihdam edilmeleri yöresel ürünlerin tanıtımında ülke ekonomisine faydalar sağlayacaktır. Bu yapılabildiği takdirde âşıklar yöresel ürünlerin tanıtımını yapmak suretiyle hem geleneklerinde yer alan halkın duygu ve düşüncesini dile getirme, sanatkârlıkları içerisinde yaşadıkları çevrenin güzelliklerini destanlarıyla ifade etmek suretiyle ürünlerin tanıtımına katkı sağlayacak hem de onlar için ekonomik anlamda bir gelir kaynağı doğmuş olacaktır. Âşıkların yöresel ürünleri konu alan destan-

larını dile getirebilmeleri, yörelerine ait güzellikleri ifade edebilmeleri için âşıklar yöresel, ulusal ve uluslararası turistik kültür ve sanat festivallerine, turizm beldelerine davet edilebilir. Ayrıca televizyonların kültür ve sanat programlarına konuk edilmek suretiyle sanatlarını icra etmelerine imkân sağlandığı takdirde sazlarıyla ve sözleriyle etkin birer reklamcı olarak istihdam edilebilirler. Böylece kendisinden biri olarak gördüğü âşıkların rol alacağı reklamlar itibar göreceğinden yöresel ürünlerin halk tarafından tüketimi ve kullanımı artacaktır.

Yine bu bağlamda yöresel ürünlerin ulusal ve uluslararası tanıtımı için âşıkların rol aldığı reklam filmleri hazırlanması yöresel ürünlerin tanıtımında etkili olacaktır. Ayrıca ülke kültürüne ve turizmine katkı sağlayacak yöresel halk ürünleriyle ilgili destan örneklerinden oluşan yazılı ve görsel eserler hazırlanması ve yörelerin kültür hizmetine sunulması tanıtımın farklı bir boyutunu oluşturacaktır.

Ayrıca ilköğretim ve lise ders kitaplarında yöresel ürünlerin tanıtıldığı örnek destan metinlerine yer verilmesi; ilköğretim okullarında belirli gün ve hafta kutlamaları çerçevesinde yerli malı haftası kutlamalarında, yörelerinde yaşayan âşıkların okullara davet edilmesi öğrencilerin yöresel ürünleri tüketim konusunda bilinçli tüketici olmalarına teşvik edecektir. Sayıları gün geçtikçe çoğalan yörelere ait internet sitelerine âşıkların sazlarıyla ve sözleriyle yer alacağı yöresel ürünlerin konu edildiği destan örneklerine yer verilmesi yine yöresel ürünlerin tanıtımına büyük katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA:

Artun, E. (2005). *Âşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı*. İstanbul: Kitabevi Yayınları

Bayar, F. *Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye*, Ekonomik Sorunlar Dergisi. Sayı: 32

<www.mfa.gov.tr> (Erişim tarihi 10.07.2013)

Çelik, A. (2008). *Türk Halk Şiiri Antolojisi*. İstanbul: Timaş Yayınları

Çobanoğlu, Ö. (2000). *Âşık Tarzı Kültür Geleneği ve Destan Türü*. Ankara: Akçağ Yayınları

Ertan, A. (2010). Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergis*i Yıl: 2010/2. Sayı 12.

Gökovalı, Ü. Coğrafî İşaretle ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. <http://e-dergi.atauni.edu.tr.> (E.T. 22.07.2013)

Kaya, D. (2004). *Âşık Veysel*. Sivas: Doğan Gazetecilik ve Mat. Sa. A.Ş

Oğuz, M. Ö. (2002). *Küreselleşme ve Uygulamalı Halk Bilimi*. Ankara: Akçağ Yayınları

Özhan, M. vd. (1992). *Yaşayan Halk Ozanları Antolojisi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları

Sever, A. (2004). *Kadirlili Abdulvahap Kocaman*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi

Türkçe Sözlük. (2005). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları

Yardımcı, İ. (2006). Âşık *Yaşar Reyhanî*. Konya: Dizgi Ofset

Yenitürk, C. (2000). *Gönül Gözü-II*. Erzurum: Bakanlar Matbaacılık

Yavuz, T. ve Demirer, R. (2008). Küreselleşme Sürecinde, Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretlerin geleceği, *İGEME'den Bakış*, Sayı: 36. 2008 (17.Şubat 2012),

<http-www.igeme.org.tr-bakış> (Erişim Tarihi: 17.02.2011)

http://www.tpe.gov.tr (E.T . 05.03.2012)

Özet

Küreselleşme Sürecinde Yöresel Ürünlerin Tanıtımının Önemi ve Bu Bağlamda Âşıkların Tanıtımdaki Yeri

Küreselleşme ile birlikte dünya, ekonomik, sosyal, kültürel, bilim ve teknoloji gibi alanlarda ortak bir "Pazar" halini almaktadır. İletişim ve teknolojideki olağanüstü değişim ve gelişim sayesinde milletler/kültürler birbirini daha yakından tanımakta ve kültürler birbirine yakınlaşmakta, böylece ticari anlamda dünya tek pazar haline gelmektedir. Ülkeler ürünlerinin kalitesiyle birlikte bu ürünleri tanıtabildiği ve reklamını yapabildiği ölçüde bu pazarda söz sahibi olmaktadır. Bu bağlamda ülkemizin önemli zenginlik kaynaklarından biri olan "yöresel halk ürünleri"nin ülke ve dünya pazarında istenilen seviyede rağbet görebilmesi iyi reklam ve tanıtımla mümkündür.

Halk tarafından üretilen ürünlerin tanıtımında ve kalitesinin sağlanmasında reklamın büyük önemi vardır. Ülkemiz doğasıyla ve kültürel zenginliğiyle dünyada eşi benzeri olmayan coğrafi ürün çeşitliliğine sahiptir. Ülkemizin doğal, tarihi ve ekonomik zenginlikleri âşık destanlarının öncelikli konuları arasındadır. Türk halk kültürünün tanıtılmasında ve kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli görevleri olan âşıklar uygun ortamlar ve imkânlar oluşturulduğunda aynı zamanda kültür ve geleneklerimizin de tanıtımı anlamına gelecek olan yöresel ürünlerin tanıtımına büyük katkı sağlayacaktır. Bu çalışmada yaşadıkları dönemin olaylarına, ahlak sistemine, sanatına, inanç yapısına gelenek ve göreneklerine, kültürel mirasına tanıklık ederek bunları sonraki nesle aktarımda önemli görevleri bulunan âşıkların Türk sosyokültürel hayatında gördükleri fonksiyondan hareketle yöresel halk ürünlerinin reklamı ve tanıtımı üzerinde durulacak bu ürünlerin tanıtımı bağlamında destan örneklerine yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Halk Ürünü, Ürün Tanıtımı, Âşık Edebiyatı.

Abstract

The Importtance Of The Process Of Globalization Promotion Of Regional Goods And İn This Context, Puplicity, Location Ashiks

With globalization, the world, the economic, social, cultural, science and technology in areas such as common "market" is becoming. The social communities are beter to get on with each other because of extraordinary challenges about communication and technology and cultures are to closed people with together and they have been being neighbor so world becomes just one market in all the floor. Country has word to say just when people have a good advertisement of them production. That's the fundomental point that our regional public production is more important source in our country and if we want to

stand in high place in market it just will be possible with selling.

Ensuring the quality of the products produced by the people of the promotion and advertising is of great importance. The nature and the cultural richness of our country in the world has a unique product diversity non-geographic. Our country's natural, historic and economic riches epics ashıks among the priority issues. Ashıks who takes the most important tasks in transporting Turkish public culture to the next generations will have taken over a big task to introduce our custom and culture that is commercial advertisement when emanetes case and contion. İn this project, they will be witness them treatments, the morality system, art, belief, tradition and custums and the culturel heritage of the time ashıks live in and they will do advertisement and introduction of regional public production in the way they have seen in Turkish socia cultural life and give a place instance of epic.

Keywords: Regional Public Production, Product Description, Ashiks Literature.