



folk/ed. Derg, 2022; 29(2)-110. sayı
DOI: 10.22559/folklor.2018

Araştırma makalesi/Research article

Oyanın Mirası Nallıhan İğne Oyasının Miras Olma Serüveni

Heritage of Lace
The Inheritance Journey of Nallıhan Needle Lace

Solmaz Karabaşa*
Çiğdem Kara**

Öz

Bu makalenin konusu kültürel bir unsur olarak Nallıhan iğne oyalarıdır. Makale, resmi miras listesinde doğrudan yer almayan Nallıhan iğne oyalarının gelenek taşıyıcıları ve çeşitli profesyoneller aracılığıyla nasıl bir miras unsuru ve değerli bir ticari ürüne dönüştürüldüğünü sorun edinmektedir. Adı üstünde iğneyle yapılan ve bir çeşit örgü olan iğne oyaları, geçmişten günümüze geleneksel giyim-kuşam ve süslenmenin önemli bir parçası olagelmıştır. Bununla birlikte toplumsal ve ekonomik yapıdaki değişimlere bağlı olarak iğne oyalarında da bir değişimin yaşandığı gözlenmektedir. Bu değişimi anlayabilmek üzere makalede Nallıhan iğne oyalılarına inovasyon (*innovation*), normatif kültür (*habitus/normative culture*) ve kültürel mirastan (*cultural heritage*) oluşan üçlü bir kültürel form modeli çerçevesinden

Geliş tarihi (Received): 7-11-2021 – Kabul tarihi (Accepted): 13-04-2022

* Dr., Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür ve Turizm Uzmanı (Ministry of Culture and Tourism, Culture and Tourism Specialist). solmazkarabasa@gmail.com, ORCID 0000-0002-2265-4983

**Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü. (Anadolu University Department of Turkish Language and Literature). cigdemk@anadolu.edu.tr. ORCID 0000-0002-6059-6382

yaklaştık. Bu kapsamda iğne oyasını, miras öncesi kültürel formdan miras olarak etiketlenmeye doğru seyreden süreçte; oyunun aktörleri, oyaya yüklenen anlam, değer ve işlev, uygulamalar, politikalar, mirasa ilişkin bilinç ve farkındalık kadar kültürel ve toplumsal yapıdaki değişimler açısından tartışarak betimledik. Makalede kullanılan verilerin önemli bir kısmını alan araştırmasıyla elde ettik. Yaşanan Covid-19 pandemisi araştırma tekniklerimizde hibritleşmeye yol açmıştır. Bu sebeple görüşmelerimizi 2020-2021 aralığında Ankara ve Nallıhan'da kimi zaman yüz yüze, kimi zaman da telefonla gerçekleştirdik. Sonuçta ise Nallıhan iğne oyalarmın normatif kültürden yüksek farkındalıkla kültürel miras düzeyine yükseldiğini, bu süreçte özellikle turizmin araç olarak işlev gördüğünü ve iğne oyasını yaratıcı/girişimci bakışla yeniden tasarlanmanın önemli olduğunu tespit ettik.

Anahtar sözcükler: *Nallıhan iğne oyaları, kültürel miras, normatif kültür, yenilik, turizm*

Abstract

This article is about Nallıhan needle lace as a cultural element. The problem examined in this article is how Nallıhan needle lace, which is not directly included in the official heritage list, is turned into a heritage element and a valuable commercial product by tradition bearers and various professionals. Needle lace, which is a kind of knitting made with needles, has been an important part of traditional clothing and decoration from past to present. However, it is observed that there is a change in needle lace depending on the changes in the social and economic structure. In order to understand this change, we approached Nallıhan needle lace within the framework of a triple cultural form model consisting of innovation, normative culture (*habitus/normative culture*) and cultural heritage. In this context, in the process that moves needle lace from a pre-heritage cultural form to being labeled as a heritage; we discussed and described the lace in terms of the actors, meaning, value and function attributed to the embroidery, the policies, practices, the consciousness and awareness of the heritage as well as the changes in the cultural and social structure. We obtained a significant part of the data used in the article through field work. The current Covid-19 pandemic has led to hybridization in our research techniques. For this reason, we held our interviews in Ankara and Nallıhan between 2020-2021, sometimes face-to-face and sometimes over the phone. As a result, we have determined that Nallıhan needle lace has risen from normative culture to cultural heritage level with high awareness, that tourism especially functions as a tool in this process and it is important to redesign needle lace with a creative/entrepreneurial perspective.

Keywords: *Nallıhan needle laces, cultural heritage, normative culture, innovation, tourism*

Giriş

Kral ve İpek yollarının kavşağında yer alan Ankara'nın kuzey batısındaki ilçesi Nallıhan'da uzun süre çeltik ve tiftik keçisinin yanı sıra ipekböceği yetiştirilmiştir. İlçede ipekböcekçiliği 19. yüzyılın başından ortalarına kadar önemini sürdürmüş; ip işleme tesisleri faaliyet göster-

miş, 1900'lerin başında Nallıhan'daki iki fabrikadan biri olan (diğeri gülyağı fabrikası) Ermeni Manukyan'ın işlettiği ipek fabrikasında 100-150 kadın çalışmıştır (Şener, 2018: 104). İpeği işlemeye dayalı bir halk sanatı olan iğne oyası bu dönemde ilçeye özel tekniklerle gelişmiştir.

Türkiye'de iğne, tığ, firkete gibi araçlar kullanılarak yapılan örgüler oya adı altında toplanmıştır. Bunlar içinde iğne oyaları genellikle ipek ipliğin iğneyle ilmik haline getirilerek düğüm- lenmesi tekniğiyle üretilmiştir (Markaloğlu, 1984: 62). Geleneksel iğne oyası yapıcılığı; model, renk, yapım tekniği ve kullanılan araç-gereç farklılıklarına rağmen Nallıhan dışında Adana, Adıyaman, Afyon, Balıkesir (Gönen), Bolu (Mudurnu, Gerede), Bursa, Elâzığ, İçel (Tarsus), İzmir (Ödemiş), Kahramanmaraş, Kastamonu, Konya, Kütahya (Gediz), Mardin, Mersin, Muğla (Köyceğiz), Ordu, Rize, Samsun illerinde de sürdürülmüştür (Onuk, 2010: 14).

Burry Palliser'in (1902) hacimli kitabı incelendiğinde, Türkiye'de oya genel adı altında toplanan işlemlerin; Avrupa kültür tarihinde asalet, saray, yüksek zevk, şık giysilerin ana parçası ya da aksesuarı, değerli iç ve dış ticaret ürünü, uluslararası fuarlarda sergi ürünü, müze nesnesi gibi farklı anlam ve değer katmanlarıyla kendine çok yönlü bir yer edindiği görülmektedir. Nallıhan iğne oyası da böylesi anlam, değer ve işlevi paylaşan oyalardan biridir.

Ticari değerindeki değişme, dut ağaçlarının kesilmesi gibi nedenlerle ipekböcekçiliğinin Nallıhan'da giderek terk edilmesi sonucu günümüzde iğne oyasının ham maddesi nadiren yerelden ya da hane içinden temin edilmektedir. Buna rağmen iğne oyası ilçenin kültür ve ekonomisindeki yerini korumaktadır. Dahası iğne oyası, bir toplumsal grubun kültür tarihini sırtlanacak şekilde kültür mirası olarak etiketlenmiş ve mahreç türünde bir coğrafi işaretle² tescillenmiştir. Öyle görünüyor ki Nallıhan iğne oyasının "miras" haline dönüştürülmesi Nallıhanlıların bilinçli çabalarının bir sonucudur.

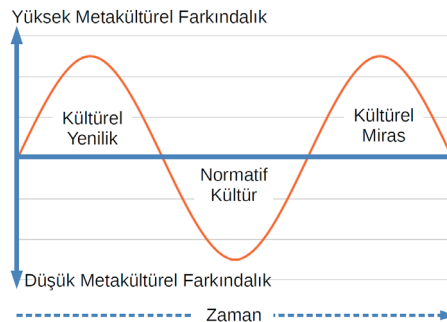
Buradan hareketle makale Nallıhan iğne oyalara odaklanmakta, resmî miras listesinde doğrudan yer almayan³ bu unsurun gelenek taşıyıcıları ve çeşitli profesyoneller aracılığıyla nasıl bir miras⁴ unsuru ve değerli bir ticari ürüne dönüştürüldüğünü sorun etmektedir. Makalede, Jason Baird Jackson, Johannes Müske ve Lijun Zhang'ın (2020: 112, 118, 123) literatüre dayalı olarak geliştirdikleri üçlü kültürel form modeli uygulanmaktadır. Bu kapsamda Nallıhan iğne oyaları; miras öncesi kültürel formdan miras olarak etiketlenmeye doğru seyreden süreçte oyanın aktörleri, oyaya yüklenen anlam, değer ve işlevler, geliştirilen uygulama ve politikalar, mirasa ilişkin bilinç ve farkındalık kadar kültürel ve toplumsal yapıdaki değişimler açısından sorgulanarak incelenmektedir.

Kavramsal çerçeve

Uluslararası resmî bir etiket olarak *kültürel miras*, UNESCO tarafından yürütülen çalışmalar dolayısıyla yaygınlık kazanmıştır. Chiara Bortolotto'ya (2007) göre UNESCO'nun kültürel miras yaklaşımının tarihi iki evrede ele alınabilir: Birinci evrede 1990 öncesinin arşivci, sanatsal şaheserlere odaklanan, Batı müzebilim anlayışı ve klasik sanat tarihi sınıflamalarıyla biçimlenmiş yaklaşım; ikinci evredeyse 1990'lardan itibaren, Japon paradigmasına dayalı süreç odaklı, daha antropolojik ve dinamik bir kültür anlayışı hâkimdir. Bu ikinci yaklaşımla üç önemli politika geliştirilmiştir: 1) Kurumlar ve topluluklar arasında diyalog geliştirilmesi; 2) Bir çeşit küreselleşme

olarak değerlendirilen, dünya ölçeğinde kurumsallaştırılmış uluslararası bir kültürel miras standardının oluşturulması; 3) Kültürel farklılık, çatışma ve çoğulculuk için somut olmayan kültürel mirasın (SOKÜM) önemini vurgulanması. İkinci evre aynı zamanda SOKÜM’ün “ekonomik ve özellikle sürdürülebilir kalkınmaya katkısını” öne çıkaracak şekilde *yaratıcı ve yenilikçi* hareketlere de olanak sağlamıştır çünkü SOKÜM’ün “Çeşitli bilgi alanlarını bir arada harekete geçirebilme kabiliyeti; aynı zamanda birey ve girişimleri bilgi alışverişine dahil ederek söze veya yazıya dökülmeden anlatılan bilgi ve sözlü bilgiyi ortaya çıkarma ve yayma kapasitesi” vardır (Cominelli ve Greffe 2019: 105). Bu noktada *fikri mülkiyet hakları* sorunu gündeme gelmektedir. UNESCO ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) bu konuda çeşitli düzenlemeler yaparak miras sahibi topluluklar ile miras koruma alanındaki çeşitli uygulayıcıların ihtiyaçlarını dengelemeye çalışmaktaysa da bazı ajansların, devletlerin ya da yerel aktörlerin kimi zaman “fırsatçı” uygulamalara başvurduğu görülmektedir (Noyes, 2010). Halbuki SOKÜM ve folklor topluluk temellidir. Bu özelliği nedeniyle fikri mülkiyet mevzuatıyla korunması da mümkün değildir. Bunun için miras unsurunun özel ya da kamu sektörüne değil, bir topluluk tarafından paylaşılan ortak bir varlık alanına ait olduğunun hatırlanması; yaratıcılık ve yenilikçiliği teşvik edecek şekilde miras unsuruyla ilgili sektörler ve paydaşların listesinin ve bu yöndeki politikaların genişletilmesi; miras taşıyıcısı ustaların uzmanlık ve deneyimlerini etkileşimsel bir biçimde paylaşacağı ortamların oluşturulması ve miras unsuru gelir kaynağı haline gelirken, söz konusu ağ içinde yer almayan ama bu ortaklaşa mirası paylaşan diğer topluluk üyelerinin de engellenmeyeceği dengeli bir sistemin kurulması önemlidir (Comelli ve Greffe, 2019: 106, 110-11, 114).

Kültürel mirasın uluslararası örneklerinin yaşatılma yollarından hareketle Jason Baird Jackson, Johannes Müske ve Lijun Zhang (2020: 112, 118, 123) üçlü bir kültürel form modeli geliştirmiştir: İnovasyon (*innovation*), normatif kültür (*habitus/normative culture*, [halkbilimciler açısından *yaşayan gelenek*]), kültürel miras (*cultural heritage*). Bu üç boyut “zaman” ve “farkındalık” olmak üzere iki önemli değişkene bağlı olarak gerçekleşmekte; kültürel formlar zaman içinde değişen farkındalık düzeyine bağlı olarak şekil almaktadır. Yüksek farkındalık “yenilik” ve “kültürel miras” formlarını desteklemektedir. Bir grupta “düşük meta-kültürel farkındalık⁵” hâkimse, kültürün icrası “normatif kültür/habitus” düzeyindedir. Zaman içinde kültürel miras farkındalığı gelişebileceği gibi akabinde farkındalık düzeyi düşerek kültür formu normatif kültüre de dönüşebilmektedir.



Figür 1: Kültürel formların farkındalık düzeyleri. (Kaynak: Jackson, Müske ve Zhang 2020: 118) (Türkçe Haz: Abdullah Anar).

Buna göre makalede Nallıhan iğne oyaları örneğinde normatif kültürün yüksek farkındalıkla *kültürel miras* düzeyine yükseldiği; bu süreçte özellikle turizmin araç olarak işlev gördüğü iddia edilmektedir. Öte yandan bu sürecin ekonomik bir bakış açısından *inovasyon* sürecine kaynaklık ettiği de söylenebilir.

İnovasyon geçmişten günümüze on üç farklı terimle ilişkilendirilmiştir (Godin, 2008:44): İmitasyon, icat, keşif, hayal gücü, ustalık, kültürel değişme, toplumsal değişme, örgütsel değişme, politik inovasyon, yaratıcılık, teknolojik değişme, teknolojik inovasyon, ticarileşmiş inovasyon. Günümüzdeki çalışmalarda ticari ve teknolojik inovasyon görüşü baskındır. Bunun kaynağı, girişimciliğin esasları olarak da nitelendirilen Schumpeter'in beşli inovasyon sınıflamasıdır: 1) Yeni ürünler, 2) Yeni üretim yöntemleri, 3) Yeni tedarik kaynakları, 4) Yeni pazarlar, 5) Yeni organizasyon yolları" (akt. Fagerberg, 2003: 4). Dolayısıyla inovasyon "yeni bir ürün ya da süreç için bir fikrin ilk ortaya çıkması", "bir fikrin ilk kez ticarileştirilmesi" olup yeni düşüncelere ve çözümlere "açıklık" inovasyon için esastır (Fagerberg, 2003: 3, 7).

Geleneğin, yenilik (*novelty*) inşa etmede ve rekabeti biçimlendirmede firmalara stratejik bir yol sunabileceğini savunan bazı araştırmacılar "Gelenek Yoluyla İnovasyon Modeli"ni (GYİM) önermektedir (Petruzzelli ve Albino 2012: 117, 126; Petruzzelli ve Savino, 2015; De Massis vd., 2016: 97-98). GYİM, geleneğin etkisinin tasarım, üretim, markalaşma, kimlik, ürünün anlam ve değeri gibi aşamalarda belirlenmesine ve bunun en geniş anlamda inovatif bir bakışla birleştirilmesine dayanmaktadır.

İnsan bilimciler inovasyon terimini kültürel değişme, evrimci bakış, kültürel yayılma gibi terim ve yaklaşımlar çerçevesinde ele almıştır. Bu açıdan "inovasyon -sanatsal, bilimsel, teknolojik, örgütsel, kültürel, sosyal ya da bireysel- her türlü yenilikle ilgili" olarak algılanmaktadır (Godin, 2008: 26, 43).

Yöntem

Bu niteliksel araştırmanın tasarımı sorun odaklıdır (Lawrence, 1992: 141-142; Kottak, 2014: 279). Makale, Nallıhan iğne oyalalarını, halkbilim ve sosyal-kültürel antropoloji çerçevesinden ve çalışmanın sorusu olan kültürel formlar arası geçişin nedenleri açısından incelemektedir.

Örneklem olarak Nallıhan iğne oyları seçilmiştir ve bunun pratik birkaç nedeni vardır. İlki, ilçede iğne oyası konusunda yaşananların -dışarıdan yapılan destekler söz konusuysa da- yerli halkın gönüllü katılımı, talebi ve girişimiyle gerçekleşmiş olması; ikincisi, ilçenin araştırmacıların rahat ulaşabileceği bir konumda olması; üçüncüsü de araştırmacıların birinin Nallıhanlı oluşudur.

Makalede unsurun kültürel formlar arasındaki seyri alan araştırmasından elde edilen veriler ışığında incelenmiştir. Yaşanan Covid-19 pandemisi hayatın pek çok alanı gibi bu çalışmayı da etkilemiş, araştırma tekniklerinde hibritleşmeye yol açmıştır. Nallıhan'da ve Ankara'da 17 ve 28 Ekim 2020, 3 Aralık 2020, 8-10 Temmuz 2021 tarihlerinde yüz yüze, Aralık 2020'de telefonla görüşmeler yapılmıştır. Makale süreci tamamlanncaya dek ilçeye düzensiz ziyaretler ve telefonla yapılan görüşmeler sürdürülmüştür. Yirmi kaynak kişi⁶ arasında iğne oyası

satan dükkân sahipleri, kooperatif ve dernek üyeleri, turizm gönüllüleri ile Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) “Geleneksel El ve Türk Süsleme Sanatları Sanatkârı” belgesi sahibi geleneksel sanatçı, kimi aynı zamanda Nallıhan İlçe Halk Eğitim Merkezi Müdürlüğü (NİHEMM) el sanatları usta öğreticisi de olan Nallıhanlı oya yapıcıları bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında bilimsel literatür gözden geçirilmiş; sanal ya da basılı ortamlarda yayınlanmış haber, röportaj, ilan gibi çeşitli belge ve kayıt da incelenmiştir.

Gerek alandan gerekse de yazılı kaynaklardan derlenen bilgilerin dışında, araştırmacılar-
dan birinin Nallıhanlı oluşu, yazım ve değerlendirme aşamasında kültürel yoluya edinil-
miş birikimden de yararlanılmasını olanaklı kılmıştır.

Bu veriler ışığında makalede Nallıhan iğne oyasının; normatif kültür, kültürel miras ve kültürel inovasyon formlarındaki anlam ve işlevi “yaşatanlar”, “üretim dinamikleri”, “öğ-
renme ve aktarım yolları”, “model ve tasarım”, “değer” ve “değişim” başlıkları altında ele
alınmakta ayrıca iğne oyası geleneğini deneyimleyenlerin farkındalık düzeyleri ve zaman
içindeki değişimi de ortaya konmaktadır. Bu amaçla öncelikle, iğne oyasının bu serüvenini
başlatan Nallıhan’daki turizm hareketine değinmekte yarar görülmektedir.

Oya turizmi

Nallıhan’da özellikle kırsal turizm kapsamında yapılan çalışmalarda birçok doğal ve so-
mut kültürel miras kadar yemek kültüründen çeşitli örneklerle iğne oyası da ilçe kimliğinin
miras unsuru olarak önerilmektedir. Örneğin 2002 yılında kurulup 2006 yılına kadar faaliyet-
lerini sürdüren Nallıhan Enerji Üretim Sanayi ve Ticaret A.Ş.; “adından aldığı enerjiyle kül-
türel değerlere sahip çıkmayı hedeflemiş”⁷, bu kapsamda Nallıhan Kaymakamlığı’nın maddî
destekleriyle geleneksel oyaların fotoğraflarının ve adlarının yer aldığı *Nallıhan İpek İğne
Oyaları* isimli bir kitapçık hazırlamıştır.

Bir başka örnek de KTB tarafından 2004-2006 tarihleri arasında İpek Yolu güzergâhındaki
il ve ilçelerin kamu ve özel kurum/kuruluş temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen “İpek
Yolu Turizmi Geliştirme Çalışmaları”dır. Çalışmanın son aşamasında Nallıhan’ın da dahil
olduğu bölgeye düzenlenen tanıtım turuyla ilgili raporda “bölgenin tarihi ve kültürel değerle-
rinin ön plana çıkarılması ve el sanatlarının gelişmesi” amaçlandığı belirtilmiştir.⁸

İlçenin turizm çalışmalarına yön verecek olan ilk örgütü Nallıhan Turizm Gönüllüleri
Derneği (NALTUD) Nallıhan’ın eski belediye başkanı S. Gür’ün (2020) girişimleriyle ve yedi
kadın kurucu üyeye (Müceher Gür, Hamiyet Güreli, Gül Gümüş, Sıdika Akgün, Şenay Di-
lek, Ebru Aydın, Sema Aydın) 2005 yılında kurulmuştur. Dernek, kurulduktan sonra turizm
konusunda yardım almak üzere ilçeye M. Bektaş’ı davet etmiştir. Derneğin ilk toplantısında
“Nallıhan iğne oyalarını ön plana alalım ama çeşitlendirelim” kararı alınmıştır (H. Güreli,
2020). Bu amaçla H. Güreli’nin öncülüğünde NALTUD bünyesinde tasarım çalışmalarına
başlanmış, ilk tasarımlara Nallıhan’ı tanıtmaya amacını güden “Nasuh Paşa’nın Tespihi”, “Ba-
cım Sultan”, “Tabduk Emre’nin Tespihi”, “Kuş Cenneti”, “Tek-Çift Kuyusu” gibi isimler ve-
rilmiştir. Bu çalışmaların bir araya getirilmesiyle daha sonra *Nallıhan Geleneksel El Sanatları
Kültür ve Turizm* adı altında bir katalog yayınlanmıştır. Yeni tasarım ürünler, yeni geniş paza-

rın ve yeni usta tipinin de etkisiyle, modern sanat ya da ticari ürünlerde alışık olunduğu ama halk sanatında pek de görülmeyen bir tarzda, “endüstriyel tasarım” olarak tescillenmiştir. Bu kapsamda 2005 yılında NALTUD’un başvurusuyla, tasarımcısı H. Gürelli olan 28 adet takı 04255 numarasıyla; 2 adet oyuncak bebek de 04256 numarasıyla tescillenmiştir.

Bazı oya yapımcıları Dernek’te “gönüllü rehberlik” de yapmıştır. İlçeye o zamanlar günde genellikle 5-6 turist grubu gelir, her gruba bir gönüllü rehber eşlik eder, tur kapsamındaki gezilecek yerleri turistlere anlatır. İğne oyası bu gezilerin nadiren tek ve önemli konusu olduğu halde gezi sırasında ilçenin küçük çarşısındaki iğne oyası satış yerleri de ziyaret edilir ve iğne oyası alışverişi yapılır. Böylece iğne oyasını örtünme ya da çeyiz amacıyla satın alanların dışındaki ilk alıcılar turistler olmuştur.

NALTUD’un iğne oyası ticaretiyle ilgili bütün işlerini devralmak üzere 2009 yılında S.S. Nal-Etik Kooperatifi (Nal-Etik) kurulmuştur. Nallıhan iğne oyası piyasasında yaşanan gelişmelerin sonucunda da 2014 yılında S.S. Han İpek Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi (Han İpek) faaliyetlerine başlamıştır.

Nallıhan Kaymakamlığı, NALTUD, Ankara Üniversitesi Kırsal Kalkınma Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi ile Sürdürülebilir Kırsal ve Kentsel Kalkınma Derneği, Ankara Kalkınma Ajansı’nın maddî desteğiyle *Nallıhan Kırsal Turizm Stratejisi 2023*’ü hazırlamıştır. Burada Nallıhan kırsal turizmi kapsamında değerlendirilen konulardan biri de geleneksel el sanatları olmuş, iğne oyası bu faaliyet alanında ilçe kimlik ve mirasının önemli bir parçası olarak öne çıkarılmıştır (*Nallıhan Turizm*, 2011: 91-92). Hatta “İpek iğne oylarına ilişkin sektörün gelişmiş olması” ve “Kadınlar arasında üretim isteğinin bulunması” Nallıhan turizminin güçlü yönleri arasında gösterilmiştir (*Nallıhan Turizm*, 2011: 106; Akar-Şahingöz, Kızıleli ve Çetin, 2018: 107-108).

Bütün bu olumlu gelişmelere rağmen ilçedeki turizm hareketliliğinde 2011-2012 yıllarında düşüş yaşanmıştır. Yerel yönetimlerdeki değişiklikler ve serbest piyasa koşullarının rekabetçi ortamı, ilk başlarda “kültürel mirasa sahip çıkma” farkındalığıyla oluşturulan “birlik”in dağılmasına; akabinde de turizm gelirleriyle iğne oyası satışlarına zarar verecek ayrılıklara neden olmuştur. Buna 2020-2021 pandemi kısıtlamaları da eklenmiştir. Yine de yaşanan bu olumsuzluklara rağmen, iğne oyaları sosyal medya ve dijital ticaretin yaygın kullanımıyla Nallıhan dışındaki meraklılarına ulaşmaya devam etmiştir.

Yaşatanlar

Linda Dégh ve Andrew Vázsonyi, halkın değişken anlam seçme ve verme kalıbını çoklu iletişim hattı (*multi-conduit theory*) terimiyle ifade etmektedir (Dégh, 2001: 418-422). Buna göre halkbilimsel unsurlar, çeşitli toplumsal itici güçlerle biçimlenmiş “benzer referans çerçeveleri”ne sahip, benzer kişilik özellikleri gösteren insanlar arasındaki iletişim dizilerinde iletilmektedirler. Dolayısıyla halk kültürü unsurundaki yaşamsal, anlamsal ve işlevsel süreklilik, benzer nitelikleri paylaşanlar arasında ilerlemesiyle mümkündür.

Nallıhan iğne oyası özelinde, aynı tarihsel süreçte bir arada etkin olabilen en az dört referans grubundan söz edilebilir:

1) *Geleneksel kullanımıyla iğne oyasına çeyiz ve kadın giyim süsü işlevini verenler*. Bu referans grubunu, ilçenin yerel halkı ve onlarla benzer kültür çevresinden olan Nallıhan'a yakın Beypazarı, Mudurnu/Bolu ve Ankara'nın çeşitli kesimlerinde yaşayanlar gibi diğer topluluk üyeleri oluşturmaktadır. Bu grubu oluşturan aktörlerin iğne oyası geleneğinde üstlendikleri roller farklıdır: Çeyiz hazırlayan Nallıhanlı kadınlar, siparişleri karşılayan yerel oya yapımçıları, oya alan ve yakın pazarlarda satış yapan tüccar ya da pazarıcılar vb.

2) *Turistler*. Turistlerin satın aldığı hatıra eşya gruplarından birini yerel ürünler oluşturmaktadır (Gordon, 1986: 142-143). İğne oyası, turla ya da bireysel olarak ilçeye gelen turistlerce, özellikle tarihi Kocahan içinde bulunan dükkânlardan, otantik/yerel/el yapımı turistik hatıra eşyası işleviyle üretilip tüketilmektedir. Bu anlam üretiminde turistler, yerel satıcılar, turizmciler, siparişle çalışan yerel oya yapımçıları gibi aktörler rol almaktadır.

3) *Yüksek kültürel miras bilincine sahip topluluk üyeleri*. İğne oyasına Nallıhan kimliğinin bir göstergesi, geleneksel bir el sanatı, gelecek kuşaklara aktarılması gereken bir miras unsuru olarak bakan bu grup üyeleri gönüllülükle çeşitli düzeylerde sorumluluk üstlenen kişilerden oluşmaktadır. Yaygın eğitimde görev alan öğretmenler ve kursiyerler kadar yerel yönetimin kültürle ilgili birimleri, dernek ve kooperatif üyeleri, gönüllü turizm rehberleri bu grup içinde yer almaktadır. Bu grup iğne oyasına ilişkin yerel farkındalığın yükselip yaygınlaşmasında turistik gezi, fuar, kurs, yarışma, festival, sergi, defile gibi modern yaşama özgü organizasyonlardan⁹ yararlanmaktadır.

4) *Etnik moda stili, yerel, otantik, el sanatı ürünü meraklısı tüketiciler*. İlçeyi ziyaret eden turistlerin bir kısmı da etnik stilde aksesuar meraklısı olabilir ancak bu grubu oluşturanlar ağırlıklı olarak yabancıdır ve ilçeyi hiç ziyaret etmeden dijital ortamdaki hediyelik eşya fuarlarından, panayirlardan, ilçe içi ya da dışında farklı amaçlarla bir araya gelmiş davetlilere özel yapılan satışlardan iğne oyası ürünler satın alanlardır.

Etnik moda stili “Batı karşıtı” bir estetik anlayış olarak 1990’lardan beri moda dünyasını etkileyen akımlardan biridir (Lorusso, 2019; Skoy, 2021). 2020 yılının dijital tüketici trendlerinden biri olan “Onurlu ve Güçlü Yerel Kültür” (Angus ve Westbrook, 2020: 54, 60) bu akımın günümüzde hâlâ etkili olduğunu göstermektedir. Trend “gururla yerel” olan ürünlerin pazarlanmasını, yerelden esinlenerek ulusal kimliklerin büyümesini, ürünlerin çekirdek kimliğini ve yerel niteliğini yitirmeden çokulusluluğa uygun biçime dönüştürülmesini ifade etmektedir. Görüşülen N. Kemik (2020) ve Z. Akın (2020) gibi kaynak kişiler yabancı müşterilerin iğne oyasına verdiği önemi tam da bu çerçeveden yorumlamış; müşterilerinin iğne oyasını “hand made” olduğu, el emeğine saygı duydukları ve üretilen ürünün biricikliğine değer verdikleri için tercih ettiklerini söylemişlerdir.

H. Gürelli'ye (2020) göre iğne oyasının bu tüketici grubuyla buluşmasını sağlayan ilk gelişme, DMEDD (Dışişleri Mensupları Eşleri Dayanışma Derneği) ile iş birliğinde gerçekleştirdikleri etkinliklerdir. Bunlardan biri 2004 yılında VEKAM'da (Koç Üniversitesi Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi) “Kadim Toprakların Sessiz Dili: Nallıhan İpek İğne Oyaları ve Gündelik Hayatta Kullanım Alanları” adıyla düzenlenen sergidir. Günümüzde kooperatiflerin ve oya yapımçılarının resmî ya da bireysel sosyal medya

hesaplarıyla ve dijital bankacılık kullanımının getirdiği avantajlar sayesinde iğne oyaları İrlanda, İngiltere, Almanya, Fransa, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Dubai gibi ülkelerdeki tüketicilere ulaşmaktadır.¹⁰

Üretimin dinamikleri

Geleneksel olarak kadın beğenisi, yaratıcılığı ve emeğiyle oluşturulan Nallıhan iğne oyalının günümüzde en az şu beş gerekçeyle üretildiği ileri sürülebilir:

1) Nallıhan iğne oyaları *geleneksel olarak kadın giyiminin önemli bir parçası* olan başörtüsünün kenarını süslemektedir. Normatif kültürde estetik bir unsur olarak oya hâlâ *yazma* kenarlarında ayrıca “gelin tacı” ve “yaka çiçeği” yapımında kullanılmaktadır.

2) Oyalar, Nallıhan’da geçmişten bu yana çeyizlik eşyaların estetik değerini ve simgesel anlamını arttırmak için de kullanılmaktadır. Çeyiz için sayısı 100-150’ye ulaşan yazma oyası yapılmış. Bu oyalarda menekşe, portakal, sarmaşık, üzüm gibi “en ağır” modeller tercih edilmiş. Çeyiz yazmalarının bir kısmı düğün töreni esnasında hediye olarak dağıtıldığından iğne oyalı yazmaların gelinin görgüsü ve becerisinin simgesel ifadesi olduğu ileri sürülebilir. Günümüzde, özellikle NİHEMM kurslarına katılanların çeyizlerinde duvar panosu, şöen tablosu, salon ve oda takımı örtüsü, namaz başörtüsü, fular, tespih ucu ve vazo çiçeği gibi birçok yeni ve farklı iğne oyalı eşya bulunmaktadır. Yoğun iş gücü ve masraf yüklü bu işlemlerin çeyizi zengin göstermesi açısından önemsendiği anlaşılmaktadır.

3) İğne oyası Nallıhanlı kadınlar için geleneksel bir *geçim sağlama yolu* olmuştur. Kadınlar kendi kullanım ihtiyaçları dışında ürettikleri dört metre uzunluğundaki yazma oyalarını bir dükkâna ya da Nallıhan pazarındaki alıcılara satmış.¹¹ Geleneksel oya ticaretinin önemli bir ismi olan İ. Çalıçukur (2021), bir dönem ağırlıkla takasla oya alımı yapmıştır. Bugün Kocahan’daki dükkânında tuhafiyeye ürünlerin yanı sıra hâlâ oya da satmaktadır. Kadınlar, oyalara nakit para karşılığı satışı ya da takasıyla elde edilen kazancı “harçlık” olarak ifade etmişlerdir ancak bu “harçlık” *ev düzme*, yeni bir ev inşa etme, çocuk okutma¹², gıda malzemesi ve giysi alma gibi hiç de azımsanamayacak amaçlarla kullanılmaktadır.¹³

4) Geleneksel olarak Nallıhan’da, *oyaya ihtiyaç duyan ama onu yapamayanların taleplerini karşılamak* için de iğne oyası yapılmaktadır. Çeyiz hazırlamak için vakti olmayanlar veya oya yapmayı bilmeyenler çeyiz için gerekli oyalara çevrelerindeki kişilere ücret karşılığı yaptırmaktadır.

5) İğne oyası günümüzde *geleneksel sanata dayalı ana geçim kaynağı* olarak da yapılmaktadır. Kaynak kişiler oya yaparak ev geçindiren, çocuk okutan kadın sayısının giderek arttığını aktarmıştır. Bu üretim, 19. yüzyıldaki iç ve dış pazar talebini karşılamak için el emeğiyle evlerde yapılan imalat sistemini hatırlatmaktadır.¹⁴

Turizmin öncülüğünde gelişen pazar ve artan ürün çeşitliliği, iğne oyası satışının daha sistemli bir şekilde yapılmasını ve kurumsallaşmayı arttırmıştır. Dernek ve kooperatifler kadar, özel dükkân sahipleri ve toptan oya satışı yapan tüccar siparişleri yetiştirmek için sürekli ve kaliteli üretim yapan kişilere ihtiyaç duymuştur. Satış için iğne oyası yapımcılarının sayısının

artmasıyla ve düzenli siparişe gelir yükselmiş, bu da iğne oyasının asıl geçim kaynağına dönüşmesini sağlamıştır. Örneğin 2007-2008 yıllarında oyadan ayda 2.500 TL kazanan kadınların olduğu söylenmiştir. Kooperatifin kurucu üyesi M. Gür'ün (2020) ifadesiyle iğne oyaları “bir sektör haline gel[miştir]”. Derneğin internet sitesinde¹⁵ 2012 yılı itibarıyla Nal-Etik'in 549'u kendi bünyesinden olmak üzere toplam 736 kadından iğne oyası aldığı bilgisi verilmektedir. Yapılan görüşmelerde bu sayının günümüzde yine 700 civarında olduğu belirtilmiştir.

Günümüzde kimi kadınlar serbest oya üreticisi olarak çalışmak yerine, sabit ücret alabildikleri İş-Kur bünyesine geçmeye çalışmaktadır. Bu durumda oya tüccarı kimi zaman siparişe çalışan kadın bulmakta zorlandığını söylemiştir.

Genişleyen bir iş kolu olsa da görüşme yapılan siparişe iş yapan kadınlardan hiçbiri bir emeklilik sistemine dâhil değildir ve oya yapımcılarının hiçbiri bunu profesyonel bir meslek olarak tanımlamamıştır. Bu kadınlar “boş oturup dedikodu yapmak yerine” iğne oyası yapmayı tercih ettiklerini söylemişlerdir. Belki de bu nedenle adil fiyatlandırma taleplerini çekingenlikle dile getirmişlerdir. Nal-Etik yerel piyasada oyaların her yıl yapım ve satış fiyatlarını belirlemekte ve bu fiyatlandırma piyasada genel kabul görmektedir.

Bilgi edinim ve aktarım yolları

İğne oyası alışlageldik şekliyle kadınlar tarafından icra edilen geleneksel bir el sanatıdır. İdeal kültür söyleminde kız çocuklarının ortalama onlu yaşlarından sonra ya da “eli iğne tutabilecek yaşa gelince” annesi, yakın çevresi ya da komşularından öğrenerek oya yapmaya başladığı anlatılmaktadır. Bununla birlikte günümüzde kız çocuklarının ilkokuldan sonra genellikle okumaya devam etmesi, bu aktarım biçiminin değişmesine neden olmuştur. İğne oyası eğitim süreci tamamlandıktan sonra, evlendikten sonra ya da ilçede iğne oyası konusunda artan farkındalığın etkisiyle düzenlenen kurslardan da yararlanarak öğrenilmektedir.

Yine *ideal kültür* söyleminde kadınların oyaı genellikle kış döneminde, geleneksel zaman ve iş döngüsüne uygun bir zaman aralığında yaptığı anlatılmaktadır. Bunun sebebi Nallıhanlı kadınların yaz döneminde kendi köylerine, komşu ilçe Beypazarı'nın tarım işletmelerine günlük yevmiyeci olarak çalışmaya gitmeleridir. Tarım işinin olmadığı diğer zamanlardaysa kadınlar sabah ev işlerini bitirir, öğlen saat iki gibi “oturmaya gider” ve orada “herkes işini çıkarır” oya yaparmış. Hava koşullarının izini verdiği dönemlerde kadınlar, mahalle aralarında gruplar halinde oturarak da oya yaparmış. Birlikte yapınca “rekabet olur, iş daha çabuk ilerler”miş. M. Tunar (2021), oya yapmak için beş-altı kadın bir araya geldiklerini, birinin kahve yaptığını, öğlen yemek için ara verdikten sonra, tekrar bir araya gelerek akşama kadar oya yapmaya devam ettiklerini anlatmıştır.

İğne oyasının yeni tasarımlarda kullanılmasına olanak tanıyan eğilim kapsamında ilçede çeşitli kurslar düzenlenmektedir. NİHEMM'deki iğne oyası kursları; KTB'nin Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi'ne (HKBBM) etnografik eser olarak iğne oyası almak amacıyla ilk kez 1998 yılında düzenlediği yarışmalar sonrasında, “nar çiçeği” isimli oya ile birinciliği alan E. Ünsal'ın¹⁶ usta öğretici olarak görevlendirilmesiyle 1999 yılı güz döneminde açılmıştır. Kurs açıldığında “Nallıhan'da herkes oya yapmayı biliyor, bu kursa kim gelir...” denmişse de talep

oldukça yüksek olmuştur. Dahası komşu ilçe Beypazarı'ndan da kursiyerler gelmiştir. İğne oyası BELMEK (Ankara Büyükşehir Belediyesi Meslek Edindirme Kursları) ve ADEM (Nallıhan Aile Destek Merkezi) projesi kapsamında desteklenen kurslarla da öğretilmiştir.

Bu yaşananların sonucunda ve NİHEMM'in girişimleri doğrultusunda, 2019 yılında Milli Eğitim Bakanlığı Nallıhan İğne Oyası Yapım Modülü¹⁷ oluşturulmuştur. Modül sayesinde Türkiye'nin her yerinde Nallıhan İğne Oyaları Yapım Kursu açılabilir hale gelmiştir. Örneğin 2020 yılında İstanbul'dan NİHEMM aranmış ve onlara online görüşme yoluyla Nallıhan iğne oyaları hakkında bilgi verilmiştir.

Geleneksel bilginin yaygın eğitimle edinilmesi ülkeyle sınırlı kalmamıştır. Kendisi de NİHEMM kursundan yetişen H. Tırlı (2021), Yunus Emre Enstitüsü'nün Nallıhan Belediyesi'nden talebi üzerine 2019'da Karadağ'da 15 öğrenciye 10 gün boyunca iğne oyası öğretmiştir.

Normatif kültürde kadınların oya geleneğinin; ipek böceği yetiştirme, *koza çekme, kelefe sarma, çile boyama*, ip bükme gibi aşamalarını da yakın çevrelerine yardım ederken öğrendikleri anlaşılmaktadır. Günümüzde geniş renk paletine sahip ve erişilebilir fiyatlarla satılan sentetik ipek iplerin yaygınlaşması, yukarıda sıralanan oya geleneğine ait bilgi ve uygulamaların toplumsallaşmayla aktarımını ve imece dayanışmasının da sonunu getirmektedir. Öte yandan ilçede ipek böceği yetiştiriciliği konusunda bazı girişimlerin başladığı görülmektedir. Nallıhan Belediyesi'nin Ankara Kalkınma Ajansı'nın maddî desteğiyle yürüttüğü "İpek Böceği Yetiştiriciliği ile Nallıhan Kırsal Kalkınma Projesi" kapsamında önce dut fidanları dikilmiş ardından 2016'da Ozan Mahallesi'nde bir "İpek Böceği Yetiştiriciliği Üretim Merkezi" kurulmuştur.

İster toplumsallaşmayla ister yaygın eğitimle öğrenilmiş olsun, iğne oyası yapma ve bu geleneği sürdürmede belirleyici olduğu iddia edilebilecek bir duygu vardır: Tutku. Görüşmeler sırasında iğne oyasını zorunluluktan yapanların yanında kültürel miras olmasını sağlayan, ona yenilikçi boyutlar katan tutkulu bireylerle karşılaşmıştır. Bir köyde doğup 1979 yılında evlendikten sonra Nallıhan'a yerleşen ve o günden beri siparişe iğne oyası yapıp satan H. Sarıkaya (2021), yıllardır iğne oyası yapsa da hiç yapmadığı bir modeli yapmayı ve nasıl yapıldığını keşfetmeyi çok sevdiğini anlatmıştır. İğne oyası yapmayı hamileliği sırasında kayıncılarından öğrenen N. Kemik (2020) ise önceleri canı sıkılmasını diye başlamışsa da sonra kendi deyimiyle "aşık" olmuştur. Bugün iğne oyası yapmayı çok rahatlatıcı bir iş olarak görmektedir. Annesi ve onun arkadaşlarının da rahatlamak için oya yaptıklarını hatırlamaktadır. NİHEMM'de el sanatları alanında 13 yıl boyunca usta öğreticilik yaparken bu işi başta sıkıcı bulan öğrencilerine "biraz bekleyin hastası olacaksınız" dermiş. Bu tutku ilçede iğne oyalarıyla tanınan erkek oya yapımcıları için de geçerlidir. Bunlardan biri olan M. Gümüşdağ (2021); "bazı kadınların yapamadığını yapmak gurur verdi" demiştir. H. Tırlı (2021) da oya yarışmasında ilk ödülünü aldığı anda erkeklerin kendisini tebrik ettiğini söylemiştir. Tutku, ortaya konan esere de yansımaktadır. Henry Glassie (2002a: 926) bu durumun zanaatkârın kendini sanatına adanmasının bir sonucu olduğunu söyler. Zevkle/şevkle üretilen ürün alıcısına/kullanıcısına da aynı tadı vermektedir. Örneğin iğne oyası yapımcısı E. Ünsal'ın (2020) işi o kadar iyidir ki ilk oyasını yapıp satmak için Nallıhan pazarına götürdüğünde,

oyasını kolaylıkla satar. Dahası “sergici” (pazarıcı) oyaı alır ve etrafındaki oya satmaya gelen diğer kadınlara göstererek “böyle oya yapın” der. E. Ünsal (2020), bu kadar iyi oya yapmasının ardındaki oya tutkusunu şöyle anlatır: “Gece saat üçlere [03.00] kadar oya yapmak isterdim”.

Model ve tasarım

Normatif kültürde oyalara; kök tipine, modeline göre çeşitlenir ve yeni model üretmede, adlandırmada kadınlar özgürdür.

Model seçimindeki etkenler çeşitlidir. Normatif kültürde iğne oyası ağırlıklı olarak yazma kenarlarına dikilmektedir. Bu nedenle “yazma”, “oya ipi” ve “oya modeli” üçlüsünün ortak noktası olarak renk önem kazanmakta ve model seçiminde belirleyici olarak öne çıkmaktadır. Eldeki iplerin rengine göre bir model yapılabilirdiği gibi istenilen modele uygun ip de boyanabilir yahut satın alınabilir. Benzer şekilde yazmanın üzerindeki modele uygun oya yapılır ya da eldeki oya modeline göre yazma satın alınır. Bununla birlikte satışa sunulmuş kimi eski yazmaların, yazma üzerindeki modeliyle oyasının ve hatta oya ipinin uyumsuz olabildiği görülmüştür. Bu durumu kaynak kişiler eldekilerin değerlendirilmesi biçiminde açıklamıştır. Bu konuda günümüzün satış kaygısının oyanın albenisini arttırmaya dönük göze hitap eden özelliklerde daha dikkatli davranılmasına yol açtığı yönünde bir değerlendirme yapmak da mümkündür.

Normatif kültürde oya modelinin seçiminde belirleyici olan ikinci etken modelin adı ve simgesel anlamıdır. Çeyizde ve geleneksel yazma kenarı oyasında kullanılan modeller doğadan esinle (menekşe, portakal, sarmaşık, küpe çiçeği, kızılıcak, biber, iğde çiçeği, balık kılıcı, meşe/söğüt/asma yaprağı, papatyaya, üzüm, karanfil, muz, çitlak kahve, kelebek, yılan yemişi, yıldız vb.) veya günlük hayatın etkisiyle (kaynana oyası, gönül kurdu, kınalı parmak, çapkın bıyığı, asker oya, apartman katı, ana yüreği vb.) oluşturulmuş stilize işlerdir. Kimi desenler simgesel anlam da taşımaktadır. Oya desenlerine yüklenen bu simgesel anlamlar nedeniyle düğün bohçasında¹⁸ yer alacak oya desenlerinin seçimine özen gösterilir. Örneğin papatyaya (mutluluk), üzüm (tatlılık), yıldız (yıldızı barışsın), sarmaşık (birbirine sarılsın) oyalara bohçaya konurken; biber (acı), kızılıcak (ekşi) genevir (güçlük), çilek (çile) gibi olumsuzluk çağrıştıran¹⁹ oyalara yer verilmez²⁰.

Turizm çalışmalarının da katkısıyla kültürel miras statüsüne yükseltelen iğne oyasının, modelleri kadar modellere yüklenen simgesel anlamları da farklıdır. Örneğin H. Güreli'nin (2020) “Hoşbebe”, “Kocahan”, “Adalet Ağaoğlu”, “İpek Yolu” gibi adlar taşıyan tasarımları, turizmin ihtiyaç duyduğu, Nallıhan'ı anlatan hikâyeler barındırmaktadır. Her birinin bir hikâyesi de olan 60 adet takı tasarımı bulunan H. Korkmaz'ın (2021) “asker kazması” tasarımı bunun bir başka örneğidir. H. Korkmaz (2021) oyasını yaparken bir kadının oğlu askere gider ve şehit olur. O askerin mezarı kazıldığından H. Korkmaz (2021) da oyasına bu adı vermiştir. “Tasarım süreci ve ürün kullanımında anlatıdan yararlanma, tasarım çalışmalarında farklı biçim ve işlevlerle kullanılan bir tekniktir (Grimaldi vd. 2003: 204, 207). Tekniğin burada da ürünün özgülüğünü belirtme işleviyle kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Model seçiminde belirleyici olan bir diğer etken kullanılan malzemelerin niteliğidir. Normatif kültürde de üç boyutlu modeller mevcut olup menekşe, papatya, portakal, çiğdem gibi adları olan bu modeller “borulu” diye adlandırılmaktadır. Bu oyalarda oyayı dik tutmak için önceleri at kılı kullanılmıştır²¹. Günümüzde ürünü yıkanabilir hale getirdiği için yaygınlıkla kullanılan sentetik ipekle birlikte ürünü dik tutmak için kullanılan malzemeler de çeşitlenmiş, daha çok bakır tel kullanılmaya başlanmıştır. Böylece yıkansa da biçimini koruyan ve rengi solmayan bu ipliklerle, ürün çeşitliliği artırıldığı gibi pazara dayanıklı ürünler de sunulabilmektedir.

Model seçiminde bir başka etken olarak masraf-kâr dengesi de gösterilebilir. Bu etkenin, özellikle 2020 yılı pandemi koşulları altında yapılan desen ve renk seçiminde belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Toptan iğne oyası satanlar, her bir deseni birden fazla renk seçeneğiyle ve aynı renkten birden fazla yaptırarak ürün stoğu oluştururlar. Pandemi döneminde satışlar düştüğünden, oya satışı yapanlar sermayelerini stokta bekleyecek mallara yatırmak istememiş ve satışı çok olan model ve renklere yoğunlaşmışlardır. Benzer bir denge arayışı geleneksel üretici-satıcılarca da yapılmaktadır. Pazar için gösterişli ama kısa sürede bitirilecek modellerin yapımı tercih edilmektedir. Uğraştıracak ağır modellerin kullanıldığı oyalarda emek-zaman-kâr açısından tercih edilmemektedir.

Model seçimini belirleyen son etken iğne oyasının sunulduğu pazarın niteliğidir. Oyanın sunulacağı yerel, ulusal ya da uluslararası pazar iğne oyasının uygulanacağı ürünü ve rengini belirlemektedir. Bu durum iki oya yapıcısı üzerinden örneklenebilir: H. Tırlı (2021), sadece tasarım takılar üretmekte bunlar kooperatif adına fuarlarda, kooperatifin sanal/gerçek vitrininde sergilenerek satışa sunulmaktadır. Dolayısıyla müşterilerinin önemli bir kısmı turistler, ilçe dışından el sanatı takı meraklıları ve fuar ziyaretçileridir. M. Gümüşdağ (2021), daha çok geleneksel kenar danteli ve yazma oyası yapmakta ve çeyiz yapanlardan, bir çeyiz evinden, bazen de H. Güreli’den (2020) sipariş almaktadır. Dolayısıyla müşterilerinin önemli bir kısmı ilçe ve çevre ilçe halkıdır.

Günümüzde yarışmalar, iğne oyası yapıcılarının tasarım model ve ürün açısından yaratıcılıklarını teşvik eden bir organizasyon olarak öne çıkmaktadır. İlk yarışma KTB tarafından HKBBM’ye etnografik eser olarak iğne oyası almak üzere 1998 ve 1999 yıllarında düzenlenmiştir.²² Yarışmalar sonucunda adı geçen merkeze 12 adet Nallıhan yöresi iğne oyası alımı yapılmıştır. Adlandırılışı ve tarihlerinde değişmeler olsa da ilki 2010’da düzenlenen “Uluslararası Nallıhan İpek İğne Oyaları Kültür Sanat Festivali” kapsamında bir tema odaklı yapılan iğne oyası yarışmaları da tasarım çalışmalarını desteklemektedir. Bu yarışmaya yılda ortalama 200-300 oya ile 50-60 oya yapan kadın katılmaktadır.

Oyanın değeri

Normatif kültürde iğne oyasının değerinin ham maddesinin doğasından, üretim tekniğinin zorluğundan, ustasının becerisinden, simgesel anlamından ve ticari niteliğinden kaynaklandığı söylenebilir. Günümüzdeyse iğne oyasına değer yükleyen kaynaklar *miras etiketi*, *yaratıcılık*, *ticari bir ürün olarak etnik stile sahip olması* ve *el emeğine dayanması* olarak sıralanabilir.

Miras etiketi iğne oyasına yerel bir kimliği temsil etme, grup kimliğinin estetik ifadesi olma gibi görevler vermiştir. İğne oyası bu görevlerini müze, sergi ve fuarlarda teşhir edilerek ve satılarak yerine getirmektedir. İlçe merkezinde bulunan Ayhan Sümer Kültür Merkezi içindeki bir oda, “Nal-Etik Kooperatifi ve İpek İğne Oyaları Müzesi” olarak düzenlenmiştir. Burada farklı tarihlerden iğne oyaları yazmalar ve ilçedeki festival kapsamında düzenlenen yarışmalarda dereceye giren tasarım iğne oyaları sergilenmektedir. Bunun yanı sıra alan araştırmasının sürdürüldüğü tarihlerde H. Güreli (2020), yerel yönetim temsilcileriyle bir müze açma arzusunu paylaşmaktaydı. Müze girişimleri Nallıhan’ın yerel tarihini, kimliğini ve geleneğe yenilikçi bakışı iğne oyası özelinde bir araya getirerek iğne oyasının miras ve ticari değerini pekiştirmektedir.

Ticari bir ürün olarak iğne oyası, kültürel miras unsurlarında gözlenen farkındalık sahibi girişimcilerce üretim ve dağıtımın belli standartlarda yapılabilmesi için kooperatifleşme ve patent gibi yasal araçlarla koruma altına alınma sürecini de deneyimlemektedir. Nallıhan iğne oyası, Nallıhan Kalkınma Vakfı’nın 15.02.2018 tarihli başvurusuyla 325 numarasıyla mahreç türünde bir Coğrafi İşaret tescili almıştır.²³ Nallıhan iğne oyasının coğrafi işareti almasına sebep olan ayırıcı özelliği ilgili belgede şöyle belirtilmiştir: “Nallıhan İğne Oyasının en önemli özelliği ipin bükülmesi tekniğinin kullanılması ve kökün hiçbir zaman tülbent ya da kumaş üzerine yapılmamasıdır.” Kimi tasarımcılar da ticari açıdan değerli olan ürünlerinin kopyalanmasını önlemek amacıyla endüstriyel tasarım patenti başvurusu yapmıştır. Z. Akın (2020), altı-yedi modeli için patent almış fakat patent yaptırımından kaçınma yolunun modelde küçük bir değişiklik yapma olduğunu öğrenince diğer tasarımları için başvurmamıştır.²⁴

Oyanın değerini arttıran bir diğer neden desenlerdeki yaratıcılık ve yenilikçiliktir. Aslında bunun el sanatlarının bir özelliği olduğu söylenebilir ancak halk sanatı olarak iğne oyasında yaratıcılık sadece tasarımcılıkla sınırlı düşünülemez. Glassie (2002b:26-28) geleneği tanımlarken ustaların geleneğe bakışını üç grupta toplayarak Türk ustaların tarzında gelenekten esinlenmiş bir yaratıcılık bulunduğunu, yeniliklere açık olmanın da bir ustalık geleneği olduğunu ifade eder. İğne oyası yapımcılarının da her zaman böylesi bir yaratıcılık içinde değişikliklere ve yeniliklere açık oldukları söylenebilir. Öyle ki tescil belgesinde de iğne oyasının bu özelliğine uygun bir yerel karakter sınırı çizilerek denetleme komisyonunun sorumluluk alanı oya yapım aşamalarından “ip bükme” ve “kök çekme”yle sınırlandırılmış, üçüncü aşama olan “motifin oluşturulması” denetim dışı bırakılmıştır.

Ticari ürün olarak değere sahip olma aslında hem normatif hem de miras ve yenilikçi formdaki iğne oyası için geçerlidir fakat günümüzde tasarımsal boyutun eklenmesiyle ürün çeşitleri artmış, yeni ürünlere yeni pazarlar bulunurken ticari değeri de yeniden hesaplanmış ve bu defa değer biçmede iğne oyasının *gelenek kökenli, el sanatı ve kültürel miras* boyutları da belirleyici olmuştur. Bir başka ifadeyle yerel el sanatının incelikli örneği oylar miras bilinciyle yerel pazarlardan çıkarak ulusal, uluslararası fuarlarla festivallerde de görücüye çıkmakta; koruma, simgeleştirme ve yaşatma çabalarıyla miras haline dönüştürülürken bu niteliği ona müzelerin, galerilerin kapılarını açmaktadır. Bir miras unsuru haline gelen ve müzelerde yer verilen iğne oyasında artık ipin, tekniğin, modelin seçiminde onu miras yapan özellikler aranır hale gelmekte ve resmîleşmiş bir tanımlama çerçevesinde değerlendirilmesine neden olmaktadır. Böylece bir döngü ortaya çıkmaktadır.

Değişme

İğne oyası normatif kültürde de sürekli değişime tabidir. Örneğin motifler uygulanırken geleneksel olarak sadece kenarlardan arttırma ve eksiltme yapılırken E. Ünsal (2020), düz arttırma tekniğini geliştirmiş ve böylece daha birçok çiçek motifini uygulanabilir hale getirmiştir.

İğne oyasının normatif kültürden kültürel mirasa doğru giden süreçte aktörler ve bilgisinin aktarım şeklindeki değişikliklerden yukarıda bahsedilmişti. Buna ek olarak model çıkarma ve çoğaltma yolları da değişmektedir. Eskiden kadınlar oyaları kendi başlarına bir oyaya bakarak ya da birbirlerine sorarak yapmaya çalışırken, günümüzde artan üç boyutlu modeller daha ayrıntılı açıklamaları gerektirmektedir. Bu sebeple iğne oyası satış dükkânı sahibi, aynı zamanda kendisi de oya yapıcısı ve tasarımcısı olan Z. Akın (2020), dükkânındaki tüm ürünlerin bir fotoğrafını bilgisayarında ve kendi sosyal medya sayfalarında saklamaktadır. Yapılacak modeli de bu fotoğrafları göstererek ürettirmektedir ancak fotoğraftan model çıkarabilen, çizim yapıp not tutabilen oya yapıcısı az sayıda olduğundan genellikle bunlarla çalışmayı tercih etmektedir.

Kimi oyalarda da adları zaman içinde değişebilmektedir. Örneğin “kınalı parmak” oyası zaman içinde “hanım eli” ve “ojeli parmak” adlarıyla da anılır olmuştur. Dil, “dış dünyayla ilişkiye geçmenin ve dünyayı hakkında konuşulabilecek ve düşünülebilecek şekilde temsil etmek üzere bir simgeleştirme biçimi” (Nettle ve Romaine, 2002: 122) olarak ifade edilebilir. Buradan hareketle aslında iğne oyası yapıcılığıyla birlikte oluşan yerel dil hazinesine de dikkat çekmekte fayda vardır: *Koza çekmek, kök, kök çekmek, bacak, çilpek, kaya, sinek kanadı* gibi iğne oyası terimleri bu hazineyi gösteren örneklerden bazılarıdır.

Yerel kültürdeki devingenlik kültürleşmeyle de gerçekleşebilmektedir. İğne oyası komşu ilçelerden örneğin Mudurnu’da da vardır ancak bazı oylar Mudurnu oyası olarak Nallıhan’da da kullanılmakla²⁵ birlikte model ve teknik açısından Nallıhan iğne oyasını etkilemediği söylenmiştir. Buna karşın “şaplama” adı verilen gösterişli bir model, olasılıkla Mersin yöresinden öğrenilmiş ve Nallıhan iğne oyası teknikleriyle yorumlanarak ilçede yaygınlaşmıştır.

Değişimde bireysel yaratıcılığın etkileri de görülmektedir. Boyama konusunda örneğin neredeyse doğadaki bütün bitkileri taklit edercesine ara renkler üretilmiştir. Bunun yanında işleme tekniği, renklerin dayanıklılığı²⁶ gibi konularda da yaratıcı uygulamalar görülmektedir.

Nallıhanlılar iğne oyasının malzemesi konusunda piyasadaki gelişmelere açık, hatta yaratıcı bir tutum içindedir. Örneğin sentetik ipek ip ilçede ilk çıktığında elle bükmek için çok sert olduğundan kadınlar beğenmemiştir. Nallıhan iğne oyası geleneğinde ipin iyi bükülmesi oyanın kalitesine etki eden faktörlerin başında gelmektedir. Bu sebeple V. Ceyhan (2021), sentetik ipeğin iyi bükülmesini kolaylaştıracak bir alet geliştirmiştir. Bu aleti önce bir el fenerine, daha sonra da bir oyuncak araba kumandasına monte ederek kullanıma sunmuştur. V. Ceyhan (2021) bunun için Şanlıurfa’dan 140 adet kumanda getirttiğini ve hepsini de sattığını söylemektedir. Bu alet günümüzde hâlâ kimi esnaf tarafından sipariş üzerine yapılmaktadır.

Malzemede görüldüğü gibi yeniliğe açıklık, turizmle başlayan iğne oyasını öne çıkarma hareketinde girişimci bir niteliğe dönüşmüştür: İğne oyası malzemeleri için Ankara, Bursa ve

İstanbul gibi illerden yeni tedarik kaynakları bulunması; tasarımıyla yeni ürünlerin geliştirilmesi; bu ürünler için sosyal medya, fuar, festivaller aracılığıyla yeni pazarların oluşturulması ve sonuçta da küçük kooperatifleşmeler, işletmeler gibi yeni bir organizasyon sisteminin kurulması bu kapsamda ilk akla gelenlerdir. Girişimcilik konusunda çeşitli idari birimler, sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliğinde yerli halkın farkındalığının artmasında kılavuzluk etmişlerdir. Yerli halkın gönüllü katılımı ve birer girişimciye dönüşmesi, unsurun miras olabilmesi için gerekli ortamın oluşmasına olanak sağlamıştır.

Girişimciliğin GYİ örneği olarak “hg” logosuyla markalaşmaya çalışan H. Gürelli (2020) verilebilir. H. Gürelli (2020) geleneksel teknikle dokunan kumaşa, geleneksel tekniklerle üretilmiş iğne oyalarını yerleştirerek yeni bir kumaş tasarımı geliştirmiştir. Bu tasarımlardan 20 adeti 2009 yılında Nallıhan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı ile H. Gürelli'nin (2020) ortak başvurusuyla, tasarımcısı H. Gürelli (2020) olmak kaydıyla 05687 numarasıyla tescillenmiştir.

İğne oyasına bağlı ekonomik yaşamdaki değişmelerin, insanlar arası ilişkiler üzerinde bazı olumsuz etkileri de saptanmıştır. Siparişle oya yapanlarla tüccar arasında fiyatlandırma yüzünden sessiz bir gerilim olduğundan söz edilebilir. Bu soruna bir kaynak kişinin bulduğu çözüm kendi ticari bağlarını kurarak ürettiği işleri aracısız satmak olmuştur.

Bunun yanında oya yapımcılarının iki duygu arasında gelgitler yaşadığı da öğrenilmiştir. Siparişle oya yapanlar bir yandan iş yetiştirme kaygısı yüzünden yoğun baskı yaşamakta, diğer yandan iyi bir gelir için daha çok sipariş almayı arzulamaktadır. Örneğin M. Gümüşdağ (2021), geçmişte iş yetiştirme baskısının kendisini çok zorlasa da geçinmek için sıkı çalıştığından, emekli maaşı bağlandıktan sonraysa bu baskıyı hissetmeden iş aldığından söz etmiştir. Pandemi koşulları altında özellikle kapanma dönemlerinde siparişle oya yapan kadınlar, hem az iş aldıklarından gelirlerinin azalması, hem de evde sorumluluklarının artmasıyla siparişi yetiştirememeye kaygısını aynı anda yaşamışlardır.

Referans gruplarından ulusal-uluslararası ticari ve turistik ürün olarak iğne oyası üretimiyle ilgilenenler arasında çeşitli çıkar çatışmalarının yaşandığı, ilişkilerinde haset duygusunun etkili olduğu anlaşılmaktadır. Eşitsizlik, farklılık ve adaletsizlikle de ilişkilendirilen haset, “başkalarının mülkiyetine ve avantajlarına sahip olma arzudur. ... Eğer artmasına izin verilirse nefrete ve kötü niyete dönüşür” (Watt Smith, 2018: 99, 101). *Sınırlandırılmış mal imgesi* (Foster, 1965: 296-297) teriminin iddia ettiği gibi; herhangi bir “mal”la görece iyileşme, “diğerlerinin kesesinden” alma anlamına geleceğinden ve görece durağan olan sistemi bozacağından, tüm topluluk açısından bir tehdit haline gelmektedir. Bu “mal” Nallıhan örneğinde iğne oyasıdır. İğne oyası pazarının büyümesi, topluluk üyeleri arasında para kazananlar-kazanamayanlar, popüler olanlar-olmayanlar gibi rekabetçi ilişkilerin doğmasına, haset duygusu ve dedikodunun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Basitçe bireyler ve onların özel yaşamlarındaki davranışları hakkında genellikle olumsuz nitelikteki toplumsal konuşma olarak tanımlanabilecek dedikodunun ana işlevi toplumsal ağlar oluşturma, değiştirme ve sürdürmedir. Dedikodunun diğer bir işlevi de birinin sosyal ağlarla olan bağıni koparmaktır. Bu rekabetçi ilişkide “olumsuz dedikoduyla üçün-

cü bir tarafı dışlarız” (DiFonzo ve Bordia, 2007: 25-27). Nallıhan’da iğne oyası yapanlar arasındaki dedikodu yüzünden kişiler; ilçeden, dernek ve kooperatif üyeliğinden ayrılma, kendi işini kurma, meslektaşlarıyla ilişkilerini asgari düzeye çekme gibi tepkiler vermiştir. Bu açıdan başlangıçta miras çalışmaları Nallıhanlıları birleştirse de ticari değerın bölünmelere neden olmaya başladığı söylenebilir. Halen mirasla ilgili farkındalığı yüksek olanlar iğne oyasının Nallıhan kimliğini temsil etmesine, Nallıhan kültüründeki anlamına vurgu yaparken; oya yapıp satan bazı kişiler de oyanın ticari bir ürün ve el işçiliği niteliğine vurgu yapmaktadırlar.

İğne oyasının ekonomik değerindeki artışın, bu sürece eşlik eden turizm çalışmalarıyla birlikte Nallıhan toplumsal ve kültürel yaşamına da etkisi olmuştur. İlçede turistler için tasarlanan yeni kentsel yaşama yerli halk da uyum sağlamıştır. Tarihi 16. yüzyıla uzanan bir yapı olan Kocahan, Vakıflar Genel Müdürlüğü tarafından 2009 yılında restore edilmiş ve içindeki dükkânlar turizm faaliyetleri kapsamında yöresel yemek, kafeterya, iğne oyası satış yerleri gibi işletmeler için kooperatiflere ve özel kişilere kiralanmıştır. Yerli halk bu ortamda vakit geçirmekte, yiyip içmekte, alış-veriş yapmaktadır. Otel olarak işletilen Paşalar Konağı, belediye tarafından işletmeye verilen Akşemseddin Seyir Terası da yerli halkın sosyalleştiği mekânlardandır. Oya yapımcısı 1937 doğumlu M. Tunar (2021), ne geçmişte ne de günümüzde hiç Kocahan’a ya da çarşıya gitmediğini söylemiştir. Eskiden kadınların çarşıya çıkması hoş karşılanmadığı halde günümüzde kafeteryaya gitmenin, çalışanların iş çıkışı ilçedeki lokanta ve kafeteryalarda buluşmasının bir alışkanlık haline geldiği görülmektedir. Kaynak kişiler bu değişimde kadınların girişimci olarak ticaret hayatına atılmasının ve buna bağlı olarak artan gelirin etkisi olduğunu düşünmektedir. Kadınların girişimci olarak iş hayatına atılmasında iğne oyası kooperatifinin etkisi; “kadınlar kooperatifte ticareti öğrendi, kendi işyerlerini açtı” sözleriyle dile getirilmiştir. Bunda KOSGEP-İŞKUR kursları da etkili olmuştur. Böylece eskiden kadınlar oyalarını satmaya bile gidemezken (o zamanlar alıcılar mahalleleri gezer ve oyaları öyle toplarmış) şimdi Kocahan’da 2’si kooperatiflere, 5’i şahsa (kadın) ait işletme bulunmaktadır. Bugün pandemi koşullarında dahi Kocahan’daki kafelerde Nallıhanlıların oturmakta olduğu tespit edilmiştir. Ayhan Sümer Kültür Merkezi 2009 yılında açıldığında “buraya kim gelir oturur” denmiş. Bir akşam adisyon sayılmış ve tam 1500 kişinin geldiği görülmüş. H. Gürelli (2020), “ondan sonra pıtır pıtır kafeler açılmaya başladı” diye anlatmıştır. Gerçekten de Nallıhan Belediyesi Zabıta Müdürü Z. Bağcı (2021) ile yapılan görüşmelerden edinilen bilgi de göstermektedir ki; ilçede yöresel yemek lokantaları, yöresel ekmek fırınları ve kafeteryaları son on yılda iki kat artmıştır.

Turizmin tetiklemesiyle ilçede artan işletmelerde, farklı turistik bölgelerde görülen küresel pazarın seri üretim mallarının baskınlaşması ya da turiste özel canlandırma, yeniden düzenleme gibi sorunlar dikkat çekici boyutta değildir.²⁷ Ürün sadeliği olarak nitelendirilebilecek bu durumun; yöresel yemek ve ekmek fırını müşterilerinin çoğunlukla yerli olması²⁸, iğne oyası satışıyla tatmin edici gelir elde edilebilmesi, iğne oyası satış yerlerinin çoğunlukla Kocahan’da bulunması ve böylece birbirlerinin denetiminde olması, ayrıca kooperatifin iğne oyasıyla ilgili denetim yapması gibi birkaç nedeni olabilir ama belki de miras farkındalığının yüksekliği başta gelmektedir.

Sonuç

Geleneksel bir el sanatı olarak iğne oyası, yüksek farkındalığa sahip Nallıhanlılar ve turizm girişimcileri aracılığıyla uluslararası bir ticari ürüne ve kültürel mirasa dönüşmüştür. Oyaya ilişkin yüksek farkındalıkla gerçekleşen bu dönüşümde, turizmin ve iğne oyasını yaratıcı/girişimci bakışla yeniden tasarlanmanın payı büyük olmuştur.

Nallıhan iğne oyalarnın durumuna ilişkin kültürel formlar üzerinden şu tespitler yapılabilir:

- Jackson, Müske ve Zhang'ın saptamasıyla uyumlu olarak Nallıhan iğne oyası örneğinde de kültürel miras formunda farkındalığın yüksek olduğu tespit edilmiş ve bu dönemde kültürel yenilik kapsamında değerlendirilebilecek projelerin arttığı görülmüştür. Normatif kültürün baskın olduğu kesimlerdeyse farkındalık daha düşüktür.
- Nallıhan iğne oyalari, normatif kültürden yüksek farkındalıkla *kültürel miras* düzeyine yükselmiş, bu süreçte özellikle turizm araç olarak işlev görmüştür. Ekonomik bir bakış açısından söylemek gerekirse bu süreç *girişimci atılımlara* da kaynaklık etmiştir.
- Miras statüsüne yükseltilen iğne oyalari ticari değer kazanırken, bu süreçte oya ticareti yapan bazı kişilerin tutumunun miras farkındalığından daha çok ticari değerini öne çıkarma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir.
- Nallıhan'da düşük ve yüksek kültürel farkındalığın eşlik ettiği normatif kültür ve kültürel miras ardışık şekilde değil, aynı anda deneyimlenmektedir.
- Normatif kültürde iğne oyalarnın miras farkındalığı düşük olsa da ilçede gelenek yaşama devama etmektedir. Bu açıdan geleneğin korunması ve sürdürülmesinde yüksek farkındalık elzem değildir.
- Normatif kültürde iğne oyası, aynı zamanda kendine has bir dil de geliştirmiştir. Kültürel bir form olarak iğne oyalarnındaki süreklilik, sadece el sanatı mirasını değil, farkındalığı biraz düşük de olsa ilgili dilsel zenginliği de devam ettirmektedir.
- Yüksek kültürel farkındalığın işaretleri olan tescil ve kooperatifleşme, miras bilincini yasal ve kurumsal düzleme taşımıştır.
- Tescilleme ve kooperatifleşmenin, Nallıhan iğne oyalarnın kültürel miras formunda; yerel, ulusal, uluslararası pazarda benzer nitelikte ve standartta ürünlerle temsil edilmesinde etkisi olmuştur.
- İğne oyalarnın yüksek farkındalıkla "miras" formuna dönüştürülmesinde Nallıhanlıların gönüllü katılımları çok önemli bir etkidir. Burada yerli halkın katılımında ve sürecin ilerleyişinde etkili olan faktörler şöyle sıralanabilir:
 - o İğne oyası normatif kültürde de ticari bir değere sahiptir, bu durum yerli halkın siparişle oya yapmasını ve girişimci ruhla yeni işletmeler açmasını kolaylaştırmıştır.
 - o İğne oyası normatif kültürde de değişmeye ve uyarlanmaya açıktır, bu durum yeni tasarımlar gibi yenilikçi yaklaşımların kolay benimsenmesine olanak sağlamıştır.

- o Tasarım ürünlerini sadece turistler ve dışarıdan alıcılar değil, yerli halk da tüketmektedir. Bu durum, iğne oyasının sürekliliğini sağlamaktadır şeklinde yorumlanacağı gibi aynı zamanda miras olan iğne oyasının normatif kültüre dönüşmekte olduğunu bir işareti olarak da yorumlanabilir.

Notlar

- 1 İpek işleme tesisleri daha sonra bir yangında yok olmuştur bkz. Öztürk, M. [b.t.y.]. *Aydınlatan İnsanlar Diyarı Nallıhan ve Kültür Değerleri*. [m.y.]
- 2 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununun 34 üncü maddesine göre coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir. <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> Erişim tarihi: 09.09.2021.
- 3 “Nallıhan iğne oyası” Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri’nde doğrudan bu isimle yer almamakla birlikte 01.0051 envanter numaralı “oya sanatı” başlığı bütün oyaları kapsamına almaktadır. Bkz. *Geçmişten Geleceğe Yaşayan Kültür Mirasımız* (2014). (S. Karabaşa, Haz.) KTB, 213.
- 4 Tanımlama, sınırlama ve meşrulaştırma gibi kurumsal süreçlere dahil edilmeyen, belirli şirketler ve sektörler tarafından geliştirilen birçok yerel gelenek, rutin ve bilgi birikimi, gayriresmî (*informal, non-official*) miras terimiyle karşılanmaktadır. Barrère, C. (2019). Kültürel Miraslar: Resmîden Gayriresmîye, *Kültürel Miras Yönetimi içinde*. (E. Uz ve S. Yılmaz, Çev.) (N. Özdemir ve A. Öger, Ed) *Grafiker*, 75-99.
- 5 *Meta-kültür*, kültürel ifadeler ya da temsiller hakkındaki kültürel ifade ya da temsillerdir. Bu açıdan miras bir çeşit meta-kültürdür. *Meta-kültürel farkındalık*, bir ortaklaşmacı yapı içinde yer alan sıradan bireylerde bulunmakta olup “bu farkındalık, zaman içinde anlık bir karaktere sahiptir ve herhangi bir anda belirli bir kültürel biçim, ifade, değer veya karmaşıklığa odaklanır.” (Jackson, Müske ve Zhang, 2020: 115-116)
- 6 Metindeki kaynak kişi ifadelerinde gerekli görüldükçe isimler açıkça yazılmış ancak kaynak kişinin çekinerek verdiği ifadelerde sosyal/ticari ilişkilerine zarar vermemek için özellikle kaçınılmıştır.
- 7 Bu ifade şirketin YK üyesi Meryem Bıçkıcı ile yapılan görüşmeye dayanmaktadır.
- 8 Bilgiler KTB’nin kurum içi proje dosyasından edinilmiştir.
- 9 Burada özellikle Nallıhan’da düzenlenen festival, tasarım yarışması ve defilelerden bahsetmekte fayda vardır.
- 10 Sosyal medyada görünür olmanın etkisine örnek olarak, İngiltere’de yaşayan ve Gürelli’yi sosyal medyadan takip eden Arzu Keleş’in Gürelli’den Birinci Dünya Savaşı anma etkinlikleri (*Remembrance Day*) kapsamında satış sunulmak üzere “gelincik” modelini yapmasını teklif edişi gösterilebilir. Tasarımı bir İngiliz’e ait olan bu modeli Gürelli, Swarovski taşlarla bezeli bir yaka iğnesi olarak tasarlamış ve ürün Victoria ve Albert Müzesi’nde satılmış. Bkz. “Swarovski poppy crochet Brooch – limited edition (as worn by Cowell), £84.99”, Nov. 2010, *Daily Mail*, erişim tarihi: 10.07.2021, <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-1325714/amp/X-Factor-judges-wear-crystal-encrusted-Remembrance-Day-poppies-pride.html>.
- 11 Nallıhan’da pazar hâlâ pazartesileri kurulmakta ve oya satış günü olma niteliğini korumaktadır. Kooperatif de oyaları pazartesileri teslim almakta, böylece kadınlar elde ettikleri parayla pazar ihtiyacını giderebilmektedir.
- 12 Görüşme yapılan kişiler Nallıhan’daki okur-yazarlık oranının yüksekliğini buna bağlamaktadırlar.
- 13 Oyanın maddi değeri belirtmek için şöyle örnekler verilebilir: 1990’larda 1 oya karşılığı 1 kilo şeker ya da 1 kilo çay, bir başka kaynak kişiye göre de 1 oyaya 2 havlu ya da 1 çarşaf alınabiliyormuş. Bir kaynak kişi de 78 oyaya büyük bir Isparta halısı; 41 oyaya da yatak odası halısı aldığını söylemiştir.
- 14 1870 sonrası “el emeği ile yapılan imalat” konusunda bkz. Quataert, D. (2006). 19. Yüzyıla Genel Bakış: İslahatlar Devri 1812-1914, *Osmanlı İmparatorluğu’nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi Cilt 2 1600-1914*. (H. İnalcık, D. Quataert, Eds) Eren, 1024-1027.

- 15 Bkz. <http://www.naltud.org.tr/?&Bid=1422481&/%C4%B0%C4%9ENE-OYALARI>, erişim tarihi: 21.08.2021.
- 16 Oya, EE.1998.0007 kayıt numarasıyla halen o Merkez'dedir. Ünsal'a para ödülü olarak 30 (bin mi milyon mu hatırlamamaktadır) lira verilmiş, o da bu parayla bir soba almış.
- 17 Nallıhan İğne Oyası Yapımı Modülü, MEB Yaygın Eğitim Programları listesinde yer almış. Bkz. https://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kurslar/EI%20Sanatlar%C4%B1%20Teknolojisi_Nall%C4%B1han%20%C4%B0%C4%9Fne%20Oyas%C4%B1%20Yap%C4%B1m%C4%B1%20Kurs%20Program%C4%B1.pdf (Erişim tarihi: 06.12.2020)
- 18 Evlilik töreni öncesi gelin, oğlan tarafından yakın akrabalara (kaynana, görümce, amca, hala vb.) hediye niteliğinde bir bohça hazırlar ve bu törenin bir aşamasında verir. Bohçanın içinde oyalı yazma da dahil kimi giyim eşyaları olur.
- 19 Burada "benzerin kendi benzerini doğuracağı ya da bir etkinin kendi nedenine benzediği"ni ifade eden benzerlik yasanın işlerliğe sokulduğu bir çeşit büyüsel işlem yoluyla bulunmanın da söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Detaylı bilgi için bkz. Frazer, Sir J. G. (2004). *Altın Dal*. (M. H. Doğan, Çev.) YKY.
- 20 Oya ve desenleri hakkında detaylı bilgi için bkz. NALTUD'un internet sitesi (<http://www.naltud.org.tr/?&Bid=1422481&/%C4%B0%C4%9ENE-OYALARI>); *Nallıhan Geleneksel El Sanatları, Kültür ve Turizm* (b.t.y.); Özcan, 1997; Şener, 2018; *Ankara'nın Kültürel Değerleri I* (2017). (H. İvgin ve F. Akpınarlı, Ed) Ankara Valiliği ve Ankara Kalkınma Ajansı. <https://www.ankaraka.org.tr/archive/files/yayinlar/Ankaranın-Kulturel-Değerleri.pdf>.
- 21 Günümüzde at kılı pek kullanılmamaktadır.
- 22 Görüşme yapılan kişiler, Bakanlık'ın bu yarışmayı dört yıl süreyle düzenlediğini söylemişse de KTB, HKBBM'de yapılan taramada sadece iki yıl düzenlendiği tespit edilmiştir.
- 23 <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/38171>, Erişim tarihi: 09.09.2021.
- 24 Patent almaktan vazgeçilmesinin bir başka nedeni patent başvuru ücretinin yüksek bulunmasıdır. Bireysel olarak oya tasarımcılarının patent ücretini karşılamakta zorlanması, iğne oyasıyla ilgili ilk patent başvuruları yapılırken ücretinin belediye tarafından ödenmesinden de anlaşılabilir.
- 25 Mudurnu oyalarının Nallıhan'da -tek düze, gösterişsiz ve basit olarak nitelendirildiğinden- sadece düğünlerde dağıtılacak yazmalarda kullanıldığı söylenmiştir.
- 26 Korkmaz, oya eğitmeni olduktan sonra renk sabitleme konusunda denemeler yaptığını ve ipek ip bitkisel boya-larla boyanırken suya sirke katıldığında rengin daha iyi sabitlenip solmadığını keşfettiğini anlatmıştır.
- 27 Sadece iki dükkânda bijuteri ürünlerinin satıldığı tespit edilmiştir. Turistlere dönük tezgâhların ürünlerini Şirince örneğinde kıyaslamak için bkz. Türkay, O. ve M. Yalçın-Kayıkçı (2018). Tarhana Tezgâhlarından Çin Malı Tüccarlığına: Şirince'de Turizmle İç İç Geçen Kültürleşme ve Sosyo-Kültürel Dönüşüme Bağlı Sorunların Analizi, *Ege Akademik Bakış*, C.18, S.4, 645-660. Turistik ticari halkbilimsel ürünleri Beypazarı örneğinde kıyaslamak için bkz. Kara, Ç. (2011). Turistik Ticari Halkbilimsel Ürünler ve Beypazarı, *Millî Folklor*, Y.23, S.89, 54-65.
- 28 Örneğin, Kocahan'daki yöresel yemek lokantalarına öğlen yemeği saatinde ilçenin mesaili çalışanları gelmektedir. Şu an yöresel yemek lokantası işleten Korkmaz, pandemide ilçe içine paket servis yaptığını söylemiştir. İlçedeki ilk yöresel ekmek fırını açan Nuray Yünsel de müşterilerinin çoğunlukla ilçede ya da ilçe dışında yaşayan Nallıhanlılar olduğunu belirtmiştir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu makale tamamıyla özgün bir araştırma olarak planlanmış, yürütülmüş ve sonuçları ile raporlaştırıldıktan sonra ilgili dergiye gönderilmiştir. Araştırma herhangi bir sempozyum, kongre vb. sunulmuş ya da başka bir dergiye değerlendirilmek üzere gönderilmemiştir.

Etik Kurul Kararı: Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Etik Kurul başkanlığının ekte sunulan 17/11/2021 tarih ve 020-9819 sayılı onayı ile makalenin geldiği gibi yayımlanmasının uygun olduğu belgelenmiştir.

Research and Publication Ethics Statement

This is a research article, containing original data, and it has not been previously published or submitted to any other outlet for publication. The authors followed ethical principles and rules during the research process. In the study, informed consent was obtained from the volunteer participants and the privacy of the participants was protected.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu makaledeki her iki yazar ortak ölçüde çalışmanın hazırlanması, veri toplanması, sonuçların yorumlanması ve makalenin yazılması aşamalarına katkı sağlamıştır.

Contribution Rates of Authors to the Article

Two authors in this article contributed to the 50% level of preparation of the study, data collection, interpretation of the results and writing of the article.

Destek Beyanı

Bu çalışma herhangi bir kurum veya kuruluş tarafından desteklenmemiştir.

Support Statement (Optional)

There is no conflict of interest between the authors of this article.

Teşekkür (İsteğe bağlı)

Acknowledgement (Optional)

Çıkar Beyanı

Çalışma hazırlanırken; veri toplanması, sonuçların yorumlanması ve makalenin yazılması aşamalarında yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması durumu söz konusu olmamıştır.

Statement of Interest

There is no conflict of interest between the authors of this article.

Kaynakça

- Angus, A. ve G. Westbrook (2020). *Top 10 global consumer trends 2020*. Euromonitor International.
- Akar-Şahingöz, S., Kızıleli, M. ve K. Çetin (2018). Exploring the tourism potential of Nallihan district in Ankara and proposals for rural development, *Selected Studies on Rural Tourism and Development* (Ç. Akkuş, G. Akkuş, Ed.) Cambridge Scholars, 101-114.
- Bortolotto, C. (2007). From objects to processes: Unesco's 'intangible cultural heritage', *Journal Of Museum Ethnography*, March- (19), 21-33.
- Cominelli, F. ve X. Greffe (2019). Somut olmayan kültürel miras: Yaratıcılık için koruma, *Kültürel Miras Yönetimi içinde* (Ö. Demren, Çev.). (N. Özdemir ve A. Öger, Ed.) Grafiker, 101-116.
- Dégh, L. (2001). *Legend and belief*. Indiana Universty.
- DiFonzo, N.ve Bordia, P. (2007). Rumor, gossip and urban legend, *Diogenes*, (213), 19-35.
- Foster, G. M. (1965). Peasant society and the image of limited good, *American Anthropologist*, (67), 293-315.
- Glassie, H. (2002a). *Turkish traditional art today*. (2nd. Ed.) Ministry of Culture of the Turkish Republic.
- Glassie, H. (2002b). Tradition-Gelenek (R. Ersoy, Çev.) *folklor/edebiyat*, 8, (32), 17-31.
- Gordon, B. (1986). The souvenir: Messenger of the extraordinary. *Journal of Popular Culture*. 20 (3): 135-146.
- Jackson, J. B., Müske, J. and L. Zhang (2020). Innovation, habitus, and heritage: Modeling the careers of cultural forms through time. *Journal of Folklore Research*. 57, (1), 111-136.
- Kottak, C. P. (2014). *Antropoloji: İnsan çeşitliliğinin önemi* (D. Atamtürk ve İ. Duyar, Ed.) De Ki.
- Lawrence, P. R. (1992). The challenge of problem-oriented research, *Journal of Management Inquiry*, 1, (2), 139-142.

- Markaloğlu, Ş. (1984). Geleneksellik ve gelir açısından Nallıhan iğne oyaları. *Türk Folkloru Araştırmaları* 1983, G.Ü. Basım Yayın Yüksek Okulu Basımevi, 61-62.
- Nallıhan İpek İğne Oyaları (b.t.y.). Kitapçık. Nallıhan: Nallıhan Kaymakamlığı.
- Nallıhan Geleneksel El Sanatları, Kültür ve Turizm (b.t.y.). Katalog. Nallıhan Kaymakamlığı & NALTUD.
- Nettle, D., Romaine, S. (2002). *Kaybolan sesler* (H. Ö. Turgan, Çev.) Oğlak.
- Noyes, D. (2010). Traditional culture: How does it work? *CPI01 - Concepts and Institutions in Cultural Property*. (1), 1-5.
- Onuk, T. (2010). İğne oyaları (10-45), *Etnografik Eser Katalogları* (D. Çevik, Haz.) Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Palliser, Mrs. B. (1902). *History of lace*. Charles Scribner's Sons.
- Petruzzelli, A. M. and V. Albino (2012). *When tradition turns into innovation: How firms can create and appropriate value through tradition*. Chandos.
- Petruzzelli, A. M. and T. Savino, (2015). Reinterpreting tradition to innovate: The case of Italian haute cuisine. *Industry and Innovation*. 22:8,677-702, DOI:10.1080/13662716.2015. 1122512.
- Şener, M. (2018). *Nallıhan*. Pelin Ofset.
- Watt Smith, T. (2018). *Duygular sözlüğü* (H. Şirin, Çev.) Kolektif.

Sözlü kaynaklar

(adı, görüşme tarihi, doğum yeri, mesleği)

- Akın, Z. (2020). 1968, Nallıhan, oya satışı yapan dükkân sahibi.
- Bağcı, Z. (2021). Nallıhan Zabıta Müdürü.
- Bektaş, M. (2020). 1962, Pülümür/Tunceli, turizmci.
- Ceyhan, V. (2021). Eczane teknisyeni.
- Çalıcukur, İ. (2020) (Oyacı İsmail), 1955, Ömerşeyhler/Nallıhan, Oya tüccarı.
- Gülmez, M. (2021). 1953, Doğandere/Nallıhan, oya yapımcısı.
- Gümüşdağ, M. (2021). 1966, Uluhan/Nallıhan, oya yapımcısı.
- Gür, M. (2020). 1966, Malatya, ÜM, (NALTUD Kurucu Üyesi).
- Gür, S. (2020). 1960, Adana, Veteriner, 1999-2009 Nallıhan Belediye Başkanı.
- Gürelli, H. (2020). 1952, Dedeler/Seben (Bolu), Emekli Öğretmen.
- Kemik, N. (2020). 1974, Nallıhan, oya yapımcısı, Paşalar Konağı işletmecisi.
- Kocataş, F. (2021). 1963, Tepe/Nallıhan, oya yapımcısı.
- Korkmaz, H. (2021). 1965, Argutça/Nallıhan, Emekli NİHEMM Usta Öğretici, yöresel mutfak işletmecisi.
- Sarıkaya, H. (2021). 1956, Doğandere/Nallıhan, oya yapımcısı.
- Sezer, K. (2021). 1974, Nallıhan, NALTUD Başkanı.
- Tunar, M. (2021). 1937, Kabaca/Nallıhan, oya yapımcısı.
- Tırıl, H. (2021). 1968, Ankara, Emekli, oya yapımcısı ve tasarımcısı.
- Tırıl, Y. (2020). 1970, Nallıhan, Nal-Etik Kooperatifi Başkanı.
- Ünsal, E. (2020). 1969, Beydili/Nallıhan, NİHEMM Usta Öğretici.
- Yüksel, N. (2021). 1971, Mudurnu, Nur Hanım Ekmek Fırını Sahibi.

Elektronik kaynaklar

- De Massis, A., Frattini, F., Kotlar, J., Petruzzelli, A. M. ve M. Wright (2016). Innovation through tradition: Lessons from innovative family businesses and directions for future research, *Academy Of Management Perspectives*, 30, (1), 93–116. Erişim tarihi: 03.10.2021, <http://Dx.Doi.Org/10.5465/Amp.2015.0017>
- Fagerberg, J. (2003). Innovation: A guide to the literature, *The Workshop "The Many Guises of Innovation: What we have learnt and where we are heading"*, Ottawa, October 23-24.2003, organized by Statistics Canada, 1-22. Erişim tarihi: 03.10.2021, https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/43180/JanFagerberg_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Godin, B. (2008). Innovation: The history of a category. *Project on the Intellectual History of Innovation Working Paper*: (1), 1-67, Erişim tarihi: 07.09.2021, http://espace.inrs.ca/id/eprint/10023/1/Godin_2008.pdf
- Grimaldi, S., Steven, F. ve I. Ocnarescu (2013). Narratives in design: A study of the types, applications and functions of narratives in design practice, *In Proceeding of 6th International Conference on DPPI, September 3-5, Newcastle upon Tyne, UK*, 201-210. Erişim tarihi: 03.10.2021, <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2513506.2513528>.
- Lorusso, M. (2019). The global 'wardrobe'. Ethnic counter-conquest in the language of fashion. *ZoneModa Journal*, 9,(2),89-102, Erişim tarihi: 03.10.2021, <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/9967>.
- Nallıhan Turizm Gelişim Stratejisi 2023*. (2011). Ankara Kalkınma Ajansı. Erişim tarihi: 09.09.2021, <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/nallihan-turizm-gelisim-stratejisi-2023/49>.
- Skov, L. (2021). Ethnic style in fashion. *Love to Know*, Erişim tarihi: 07.09.2021, <https://fashion-history.loveto-know.com/clothing-around-world/ethnic-style-fashion>.

Etik Kurul Kararı:

Öğretim elemanları Solmaz Karabaşı ve Çiğdem Kara tarafından hazırlanmış olan "Oyanın Mirası – Nallıhan İğne Oyasının Miras Olma Serüveni" adlı çalışmanın UKÜ Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Komitesi'nin 11.11.2021 tarihinde

EKK21-22/04/0010 nolu toplantı tutanağında belirtildiği üzere çalışmanın geldiği gibi kabulüne oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet TOYCAN

Rektör Yardımcısı - Eğitim ve Araştırma



Bu eser Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır. (This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License).

