

**Yaratıcı Ekonomi Kaynağı Olarak Somut Olmayan  
Kültür Varlığı Kapsamında  
Zanaat-Tasarım-Inovasyon İlişkileri:  
Kapalıçarşı'nın 'Yaşayan İnsan Hazinesi'**

**Program Kodu: 3501**

**Proje No: 112K221**

Proje Yürütücüsü:  
**Yrd. Doç. Dr. Ayşe E. COŞKUN ORLANDI**

Araştırmacı:  
Doç. Dr. Yonca KÖSEBAY ERKAN

Bursiyer(ler):  
Melda YANMAZ  
Burak AKBIYIK

HAZİRAN 2015  
İSTANBUL

## ÖNSÖZ

TÜBİTAK SOBAG tarafından desteklenen proje, 'Kapalıçarşı Kuyumculuğu' olarak bilinen 550 geleneksel zanaat kültürünün çağdaş tasarım bağlamdaki katma değerini ölçmeyi ve tespitini yapılan ürün, üretim teknikleri ve işçiliği kültürel miras kapsamında ve değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye mücevher endüstrisi 2000'li yıllarla birlikte dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci konumdaki İtalya'nın ardından gelerek önemli bir liderlik yakalamış, düşük işçilik, düşük fiyat avantajıyla rekabet eder konuma gelmiştir. Ancak, küresel pazarlarda tedarikçi olarak konum alabilmiştir. Kendisi bir lüks tüketim meta olan mücevher kavramının tüketim dinamiklerini karşılar nitelikli, farklılaşma avantajı sağlayabilen, rekabetçi bir tasarım kimliği ortaya koyamamıştır. Türkiye kuyumculuk sektörünün yakaladığı başarının sürekliliği için tasarıma dayalı inovasyon yapma becerisinin artırılması önemlidir. Zanaat kökenli bir endüstri örneği olan mücevher endüstrisi tasarımın zanaatla olan zor ilişkisini analiz etmek üzere önemli bir vaka olarak karşımıza çıkar. Türkiye'de mücevher üretiminin tamamına yakını İstanbul'da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın, değişmeyen merkezi olmuştur. Tarihsel geçmişi en az Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır. Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamının ürün odaklı rekabet stratejilerini besleyebilmesi için geleneksel yöntemler kullanılarak el işçiliğiyle elde edilen katma değer in inovasyon yapabilme potansiyelinin ölçülmesi birinci derecede önem taşımaktadır. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için kalitatif bir saha araştırması tasarlanmıştır. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanan araştırma projesinin amacı; Kapalıçarşı'nın geleneksel yapısı içinde yer alan iş hanlarındaki üretim modellerinin, üretim tekniklerinin inovasyon potansiyelinin ortaya çıkartılmasıdır.

İki yıl olarak tasarlanan ve aktif olarak 24 ay boyunca yürütülen proje sürecinde nitel araştırma yöntemleri kullanarak, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmış, yapılan görüşmelerde *i) Ürüne, ii) Mekâna, iii) Tezgâh-teçhizata, iv) İnsan faktörüne* ait veri toplanmıştır. Toplanan veri iki disiplinin bakış açısıyla değerlendirilmiş, bir taraftan ürünün kalitatif yapısına ilişkin bulgular endüstri ürünleri tasarımı disiplini bilimsel çerçevesinde değerlendirilirken, diğer taraftan insan kaynağına, üretim ortamına ve ustalık kalitesine göre kültürel miras bağlamında değerlendirilmiştir. Kapalıçarşı kuyumculuğunun son nesli olarak nitelenebilecek örneklem grubuna

kartopu veri toplama metoduyla ulaşılmış, görüşme yapılan her ustanın işçiliği ve tezgâhından çıkan ürünün görsel envanteri oluşturulmuştur.

Geleneksel yöntemleri kullanarak kuyumculuk mesleğini uygulayan, yüzyıllara dayanan bilgi ve tecrübeyi Kapalıçarşı ve çevresinde yaşatan sınırlı sayıdaki zanaatkârın ulusal ve uluslararası ortamlarda tanınırlığının sağlanması adına UNESCO Yaşan İnsan Hazinesi envanterine uygunlukları araştırılmıştır. Somut Olmayan Kültürel Miras kavramının önemli bileşenlerinden biri olan 'insan hazinesi'nin tespiti uzun süren saha araştırması gerektirdiğinden kolay yapılamamaktadır. Türkiye'nin Yaşayan İnsan Hazinesi envanterinde kuyumculuk meslek alanında hizmet vermiş herhangi bir zanaatkâr bulunmamaktadır. Bu tespiti yapmakla görevli olan Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı AREGEM birimi altında görev yapan halk kültürü uzmanlarının, ülkemizin zengin bir çeşitliliğe sahip somut olmayan kültürel mirasının tespiti konusunda akademik çevrelerin desteğine ihtiyaç duyulduğu gözlenmektedir. Bu amaçla saha araştırmasında tespit edilen zanaatkârlar UNESCO'nun benimsediği bilimsel kriterlere göre değerlendirilerek uygun adaylar belirlenmiştir. Çalışmamız bu yönüyle ülkemizin somut olmayan kültürel miras envanterini zenginleştirecek kaynak kişilerin tespitine katkı sağlamaktadır.

Aynı zamanda Kapalıçarşı ve çevresinde geleneksel yöntemle mücevher üretiminin kaybolmakta olan bir zanaat türü olduğu görüşülen zanaatkârların büyük bir bölümü tarafından dile getirilmiştir. Bu çalışma, mesleği tehdit eden unsurları tespit ederken geçmişi uzun yıllara uzanan bu zanaatın yaşatılması için alınması gereken önlemlere işaret etmektedir.

Proje veri toplama süreci derinlemesine birebir görüşmelerden oluşmuştur. Bu süreçte görüşme yapılan ustaların projeye dâhil olma ve destek verme arzuları projeyi mümkün kılmıştır. İki yıl boyunca kapılarını açan, sır perdelerini aralayarak özel dünyalarını paylaşan tüm ustalara teşekkürü bir borç biliriz. Özellikle rehberliğini bizden esirgemeyen sevgili Rıdvan Gürün'e, Hraç Usta'ya (Aslanyan) ve Agop Usta'ya (Kuyumcuğlu), Bilge Özgüngör'e özel bir teşekkür sunarız. Proje asistanları Veysel Sever, Melda Yanmaz ve Burak Akbıyık projenin farklı aşamalarında önemli katkılar sağlamışlardır. Özellikle Melda Yanmaz ve Burak Akbıyık'ın tüm süreç boyunca özverili çalışmaları, veri toplama ve değerlendirme süreçlerindeki katkıları zahmetli süreci kolaylaştırmış, toplanan verinin kalitesinin artırılmasında önemli rol oynamıştır; ayrıca teşekkür ederiz. Araştırmacı Dr. Burcu Yağız projeye resmi olarak katkı sağlayamamasına rağmen sonuç rapor metninin oluşturulmasında önemli katkılar sağlamış, kendi araştırma bulgularını proje kuramsal altyapısını desteklemek üzere paylaşmıştır; teşekkür ederiz.

Proje süresince, proje süreci, projede kullanılan yöntemlerin ve ön bulguların paylaşıldığı ulusla ve uluslararası bilimsel toplantılardan alınan geri beslemeler ileriye dönük yürütülecek çalışmalar için cesaret verici olmuştur. Projede elde edilen kalitatif veri yüksek önem taşımaktadır. Bu yüksek kültürel

miras birikiminin ulusal ve uluslararası mecralarda paylaşılması projenin en önemli çıktılarından birisi olacaktır. Proje bulgularının 550 yıllık geleneğin ayakta kalması için önemli bir mihenk taşı olabileceğini umut ediyoruz.

**Yrd. Doç. Dr. Ayşe E. COŞKUN ORLANDI**

**Doç. Dr. Yonca KÖSEBAY ERKAN**

## İÇİNDEKİLER

Önsöz .....	i
İçindekiler.....	iv
Kısaltmalar.....	viii
Tablo Listesi .....	ix
Şekil Listesi .....	xii
Resim Listesi .....	xi
Özet .....	xiv
Abstract .....	xv
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>2. ARKAPLAN: TASARIM, ZANAAT VE İNOVASYON İLİŞKİLERİ .....</b>	<b>5</b>
<b>3. 21.YY.DA MÜCEVHER TASARIMI VE KUYUMCULUK MESLEĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ .....</b>	<b>9</b>
3.1. 21.YY.DA MÜCEVHERİN İŞLEVİ VE MÜCEVHER TÜKETİMİ .....	9
3.2. 21.YY.DA LÜKS TÜKETİM META OLARAK MÜCEVHER .....	14
3.3. 21.YY.DA MÜVECHER TASARIMINDA İNOVASYON KAYNAKLARI .....	18
3.4. KUYUMCULUK TEKNİKLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE KUYUMCULUKTA UZMANLIK ALANLARI .....	21
3.4.1. Seri Üretim Sürecinde Uzmanlık(Meslek) Alanları .....	22
3.4.1.1. Pres Pres (Stampato)-Pres Kalıpcısı .....	22
3.4.1.2. Döküm-Dökümcü .....	23
3.4.1.3. Otomatik Makine .....	24
3.4.1.4. Elektroform .....	24
3.4.2. Geleneksel (El İşçiliği) Üretim Sürecinde Uzmanlık Alanları .....	25
3.4.2.1. Sadekâr .....	25
3.4.2.2. Mıhlayıcı .....	25
3.4.2.3. Cilacı .....	25
3.4.2.4. Kalemkâr .....	26
3.4.2.5. Mineci .....	26
3.4.2.6. Ocakçı .....	26
3.4.2.7. Mübayaacı .....	27
3.4.2.8. Ramatçı .....	27
3.4.3. Destek Uzmanlık- Meslek Alanları .....	27
3.4.3.1. Zincirci .....	27
3.4.3.2. Yarı Mamülcü .....	27
3.4.3.3. Taş İşleme Atölyeleri .....	28
3.4.3.4. Ayarevi .....	28
<b>4. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİM SÜRECİ VE İSTANBUL KUYUMCULUK KÜMESİ .....</b>	<b>29</b>
4.1. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ SEKTÖRLEŞME SÜRECİ VE YAPISAL ANALİZİ .....	29
4.2. RAKAMLARLA TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ .....	31
4.3. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ ÜRETİCİ PROFİLLERİ VE İSTİHDAM .....	33

4.4.	MÜCEVHER ÜRETİM BÖLGELERİ VE KÜMELENME .....	35
4.5.	SEKTÖREL SİVİL KURULUŞLAR VE ETKİ ALANLARI.....	37
4.6.	SEKTÖRDE ULUSLARARASILAŞMA VE İÇ PAZAR-DIŞ PAZAR DİNAMİKLERİ .....	41
4.7.	TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİNDE YENİ ÜRÜN GELİŞTİRME, TASARIM VE İNOVASYON .....	44
<b>5.</b>	<b>İSTANBUL KUYUMCULUĞU VE KAPALIÇARŞI KUYUMCULUK KÜMESİNİN TARİHSEL KAYNAKLARI .....</b>	<b>49</b>
5.1.	OSMANLI ESNAF BİRLİKLERİNİN KÖKEN VE TARİHİ.....	49
5.1.1.	Esnaf ve Ehl-i Hirfet .....	51
5.1.2.	Fütüvvet .....	52
5.1.3.	Ahilik .....	54
5.1.4.	Loncalar.....	58
5.1.4.1.	Loncalarda Müslüman-Gayrimüslim Birlikteliği ve Ayrışması .....	60
5.1.4.2.	Loncalarda İdari Yöneticiler .....	61
5.1.4.3.	Lonca Üyeleri: Usta, Kalfa ve Çıraklar .....	64
5.1.4.4.	Lonca Nizamları .....	66
5.1.4.5.	19. Yüzyıl Osmanlı İmalat Sektöründeki Gelişmeler ve Loncaların Çöküşü .....	70
5.2.	İSTANBUL LONCALARI .....	73
5.3.	İSTANBUL'DA ZANAATKÂR LONCALARI .....	75
5.4.	İSTANBUL KUYUMCULUĞU .....	78
5.4.1.	İstanbul Kuyumculuğunun Tarihsel Kaynakları ve Mesleki Evrim Sürecine İlişkin Okumalar .....	78
5.4.1.1.	Saray Kuyumculuğu .....	79
5.4.1.2.	Evliya Çelebi Seyahatnamesi ve Diğer Kaynaklarda Kuyumcu Esnafı .....	84
5.5.	KAPALIÇARŞI VE ÇEVRESİNDEKİ HANLARDA KUYUMCULUK .....	88
5.5.1.	Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesinin Mekânsal Organizasyonu .....	89
5.5.2.	Kapalıçarşı ve Kuyumculuk Faaliyeti Yürütülen Hanların İlişkisi .....	93
5.5.3.	Şark Ticaret Yıllıklarında Kuyumculuk Faaliyeti Yürütülen Hanlar .....	95
5.5.3.1.	Kaynak Olarak Yıllıklar ve Analiz Yöntemleri .....	95
5.5.3.2.	Yıllıklarda İncelenen Hanlar .....	98
<b>6.</b>	<b>UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS(SOKÜM) VE KUYUMCULUK:</b>	
	<b>TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT GÜNCEL DURUM .....</b>	<b>103</b>
6.1.	TARİHİ ARKAPLAN .....	103
6.2.	SOKÜM YAŞAYAN İNSAN HAZİNESİ(YİH) SINIFLANDIRMASI .....	105
6.3.	SOKÜM YAŞAYAN İNSAN HAZİNESİ(YİH) BAŞVURU SÜRECİ .....	106
<b>7.</b>	<b>SAHA ARAŞTIRMASI YÖNTEMİ VE SÜRECİ .....</b>	<b>109</b>
7.1.	SAHA ARAŞTIRMASI SÜREÇ-YÖNTEM TASARIMI .....	109
7.2.	PROJE SAHA SINIRLARI .....	116
7.3.	SAHADA TOPLANAN VERİ TÜRLERİ VE DEĞERLENDİRME DOKÜMANLARI .....	121
7.3.1.	Form 01: Atölye-Usta Yaşayan İnsan Hazinesi Sınıflandırması .....	121
7.3.2.	Form 02: Ürün A .....	122
7.3.3.	Form 03: Ürün B .....	122
7.3.4.	Form 04: Tezgâh-Teçhizat .....	122
7.3.5.	Form 05: Mekân-Üretim Ağı .....	122

7.3.6.	Form 06: Üretim Akışı .....	122
7.3.7.	Form 07: Yarı Yapılandırılmış Sorular.....	123
<b>8.</b>	<b>SAHA VERİ İSTATİSTİKLERİ: TOPLANAN VERİ TÜRLERİ VE SAYISAL DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>125</b>
8.1.	TOPLAM SAHA ZİYARETİ .....	127
8.2.	TOPLAM ATÖLYE ZİYARETİ .....	129
8.3.	TOPLAM USTA KAYDI .....	130
8.4.	GÖRSEL VERİ ÖRNEKLERİ .....	132
8.4.1.	İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örnekleri .....	132
8.4.2.	İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örnekleri .....	133
8.4.3.	Üretim Ortamını Yansıtır Görsel Örnekler .....	135
8.4.4.	Üretim Sürecini Gösterir Görsel Örnekler .....	136
8.4.5.	Özelleşmiş Alet ve Teçhizatı Gösterir Görsel Örnekler .....	138
<b>9.</b>	<b>SAHA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>140</b>
9.1.	ÜRÜNE DAYALI BULGULAR .....	140
9.2.	MEKÂNA DAYALI BULGULAR .....	153
9.3.	İNSAN FAKTÖRÜNE İLİŞKİN BULGULAR .....	164
9.4.	TEZGÂH-TEÇHİZATA İLİŞKİN BULGULAR .....	177
9.5.	SAHA BULGULARININ UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜR MİRASI YİH KRİTERLERİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ .....	179
<b>10.</b>	<b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER .....</b>	<b>193</b>
10.1.	GELENEKSEL KUYUMCULUK ÜRETİMİNİN TEKNOLOJİK GELİŞİM KARŞISINDAKİ EVRİMİ .....	194
10.2.	KAPALIÇARŞI KUYUMCULUĞUNUN ÜRÜN ODAKLI İNOVASYON POTANSİYELİ .....	202
10.3.	KAPALIÇARŞI KUYUMCULUĞUNUN KÜLTÜREL MİRAS DEĞERİ .....	210
	<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>219</b>
	<b>EKLER .....</b>	<b>235</b>
<b>EK.01.</b>	Form 01 Atölye-Usta Yaşayan İnsan Hazinesi Sınıflandırması	
<b>EK.02.</b>	Form 02 Ürün A	
<b>EK.03.</b>	Form 03 Ürün B	
<b>EK.04.</b>	Form 04 Üretim-teçhizat V.01_08112013	
<b>EK.05.</b>	Form 05 Mekân-Üretim Ağ	
<b>EK.06.</b>	Form 06 Üretim Akışı V.01_08112013	
<b>EK.07.</b>	Form 07 Yarı Yapılandırılmış Sorular	
<b>EK.08.</b>	AREGEM YİH-Tespit-Formu	
<b>EK.09.</b>	Veri Değerlendirme Formu	
<b>EK.10.</b>	Proje Sürecinde Üretilen Makale1_Ulusal	
<b>EK.11.</b>	Proje Sürecinde Üretilen Makale2_ Ulusal	
<b>EK.12.</b>	Proje Sürecinde Üretilen Makale3_ Uluslararası	
<b>EK.13.</b>	Proje Sürecinde Sunum için Kabul alan Makale Özeti 1_ Uluslararası	
<b>EK.14.</b>	Proje Sürecinde Sunum için Kabul alan Makale Özeti 2_ Uluslararası	
<b>EK.15.</b>	Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi	
<b>EK.16.</b>	Somut Olmayan Kültürel Miras Tespit Formu	

**EK.17.** SOKÜM Geleneksel Usta Listesi

**EK.18.** Kuyumculuk ve Mücevher Tasarımı Eğitimi Veren Kurumlar



## KISALTMALAR LİSTESİ

**İKO** – İstanbul Kuyumcular Odası

**WGC** – World Gold Council /Dünya Altın Konseyi

**İAR** – İstanbul Altın Rafinerisi

**YİH** – Yaşayan İnsan Hazinesi

**SOKÜM** – Somut Olmayan Kültürel Miras

**UNESCO** - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization / Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

**OECD** - Organisation for Economic Co-operation and Development / Ekonomik ve Kalkınma İşbirliği Örgütü

**UNDP** - United Nations Development Programme / Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

## TABLO LİSTESİ

Tablo 3.1.1. Küresel Piyasalarda En Bilinen On Firmanın/Markanın Kuruluş Yılı, Kurucusunun Bilgisini ve Kökenini Gösterir Tablo.....	14
Tablo 3.3.1. Mücevher Sektörü için Ürün Odaklı İnovasyon Kriterleri Görsel Haritası .....	20
Tablo 4.2.1. Dünyada Altın İşleyen Ülkeler (Hurda Dahil) .....	32
Tablo 4.2.2. Dünya Altın Takı Tüketimi (Hurda Dahil) .....	32
Tablo 4.2.3. Dünya Altın Takı Tüketimi (Hurda Dahil) .....	32
Tablo 4.2.4. Dünya Yıllık Kişi başı Altın Takı Tüketimi gr/YIL .....	33
Tablo 4.2.5. Sektörleşme Sürecinde Türkiye Değerli Madenler İhracat Rakamları Yıl/\$.....	33
Tablo 4.3.1. İstanbul Kuyumculuk Kümesinin Dünya Örnekleri İle Karşılaştırılması .....	37
Tablo 4.7.1. Türkiye Takı-Mücevher Piyasası Ürün Profilleri.....	46
Tablo 5.4.1.1. Çağman’dan Elde Edilen Verilerle Oluşturulmuş Kuyumcu Nüfusu .....	80
Tablo 5.4.1.2. Evliya Çelebi’nin Tasvirlerinde Kuyumculukla Uğraşan Esnafın Listesi.....	85
Tablo.5.5.1.1. Kapalıçarşı’nın Tarihsel Gelişim Sürecinde Evreler.....	90
Tablo 5.5.2.1. 1972 ve 1993 Yıllarında Kapalıçarşı Civarında Üretim Yapan Kuyumcu Sayısı .....	94
Tablo 5.5.3.2.1. Çuhacı Han’daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere Ait Dükkân Sayıları.....	100
Tablo 5.5.3.2.2. Kalcılar Han’daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları .....	101
Tablo 5.5.3.2.3. Zincirli Han’daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları .....	101
Tablo 5.5.3.2.4. Varakçı Han’daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları .....	102
Tablo 6.2.1. Türkiye’nin Yaşayan İnsan Hazinesi .....	106
Tablo 6.3.1. Ustalar – Sanatçılar - Ozanlar Programında Yer Alan Kuyumculuk ile Bağlantılı Ustalar.....	108
Tablo 7.1.1. Araştırma Projesi Saha Veri Kaynakları, Veri Toplama ve Değerlendirme Yöntemleri.....	111
Tablo 7.1.2. Sahada Görüşme Yapılan ve Kayıt Altına Alınan Atölye, Usta Bilgilerini Gösterir Tablo .....	114
Tablo 7.1.3. Sahada Görüşme Yapılan Tüm Atölyeleri ve Kayıt Altına Alınan Atölye, Usta Bilgilerini Gösterir Tablo .....	115
Tablo 7.2.1. Saha Sınırları içinde Yer Alan Hanlar ve Hanların Kuyumculuk Üretim Yoğunluğuna Göre Gruplandırılması.....	119
Tablo 8.1. Sahada Toplanan Verinin Sayısal Grafiği .....	126
Tablo 8.1.2. Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı .....	128
Tablo 8.2.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların Uzmanlık Konsantrasyonu .....	129
Tablo 8.3.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların Uzmanlık Konsantrasyonuna Göre Dağılım .....	130
Tablo 8.3.2. Toplam Ziyaretler Sonucunda İzlenen Uzmanlık Alanlarını Gösterir Tablo .....	131
Tablo 9.1.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların İnovasyon Potansiyeli Değerlendirme Kriterleri.....	141
Tablo 9.1.2. Kayıt Altına Alınan Ustaların İnovasyon Kriterlerine Uygunluklarını Gösterir Çizelge.....	142
Tablo 9.1.3. Kayıt Altına Alınan Ustaların Bilgisayar Destekli Üretim Yapma Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik	145
Tablo 9.1.4. Kayıt Alınan Ustaların Seri Üretime Yatkınlık Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik .....	148

Tablo 9.1.5. Kayıt Altına Alınan Ustaların Yeni Ürün Geliştirme Süreçlerinde Esin Kaynaklarını Gösterir Sayısal Grafik.....	149
Tablo 9.1.6. Ustaların Kuyumculukta İstanbul Ekolüne İlişkin Görüşlerini Gösterir Sayısal Grafik .....	151
Tablo 9.1.7. İstanbul Ekolü Olarak Temsili Değer Taşıdığı İfade Edilen Ürün Tipolojilerini, Üretim Tekniklerini ve Malzemelerini Gösterir Tablo .....	152
Tablo 9.2.1. Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı .....	154
Tablo 9.2.2. Proje Sonucunda Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı .....	155
Tablo 9.2.3. Kayıt Altına Alınan Ustaların Kapalıçarşı'nın Lokasyon Olarak Önemine İlişkin Değerlendirmelerini Gösterir Sayısal Grafik.....	156
Tablo 9.2.4. Atölyelerin Kuruluş Yılları .....	160
Tablo 9.3.1. Görüşme Yapılan Ustaların Yaş Aralığını Gösterir Sayısal Grafik .....	165
Tablo 9.3.10 Görüşme Yapılan Ustalarda Aile Bağları .....	175
Tablo 9.3.11 Görüşme Yapılan Ustanın Bilgisayar Destekli Üretime Yatkinliğini Gösterir Sayısal Grafik.....	177
Tablo 9.3.2. Görüşme Yapılan Ustaların Kaç Ustası Olduğunu Gösterir Sayısal Grafik.....	168
Tablo 9.3.3. Görüşme Yapılan Ustaların Ustasının Hayatta Olup Olmadığını, Türkiye’de İkamet Edip Etmediğini Gösterir Sayısal Grafik.....	169
Tablo 9.3.4 Ustanın Ustasının Etnik Kimliği.....	170
Tablo 9.3.5. Usta Kaydı Yapılan ve Çırak Bulunan Atölye Sayısı .....	171
Tablo 9.3.6 Görüşme Yapılan Ustaların Uzmanlık Alanları .....	172
Tablo 9.3.7 Görüşme Yapılan Ustanın Özel Olarak Uyguladığı Üstün Bir Teknik Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi .....	172
Tablo 9.3.8. Görüşme Yapılan Ustanın Özel Olarak Uyguladığı, Zaman İçinde Uygulamaz Olduğu Bir Teknik Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi .....	173
Tablo 9.3.9. Görüşme Yapılan Ustanın Ailesinde Kuyumcu Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi.....	174
Tablo 9.4.1. Görüşme Yapılan Ustanın Tezgâh ve Teçhizatının Özelleşmişlik Seviyesini Gösterir Sayısal Grafik	178
Tablo 9.5.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların UNESCO YİH Kriterini Karşılama Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik ...	181
Tablo 9.5.10. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Uyguladığı Üstün Bir Tekniğin Varlığını Gösterir Sayısal Grafik .....	187
Tablo 9.5.11. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Uyguladığı Özgün Bir Yöntemin Varlığını Gösterir Sayısal Grafik .....	188
Tablo 9.5.12. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Uyguladığı Özgün Bir Tekniğin Zaman İçinde Kaybolduğunu Gösterir Sayısal Grafik.....	188
Tablo 9.5.13. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Seri Üretime Yatkinliğini Gösterir Sayısal Grafik .....	189
Tablo 9.5.14. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Bilgisayar Destekli Üretimlerini Gösterir Sayısal Grafik.....	190
Tablo 9.5.15. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların İstanbul Ekolünün Varlığını Tanımasını Gösterir Sayısal Grafik .....	190
Tablo 9.5.2. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Yaş Aralıklarını Gösterir Sayısal Grafik.....	182
Tablo 9.5.3. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Ailesinde Kuyumcu Olanları Gösterir Sayısal Grafik .....	182
Tablo 9.5.4. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Etnik Kökenlerini Gösterir Sayısal Grafik.....	183
Tablo 9.5.5. YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Ustalarının Sayısını Gösterir Sayısal Grafik.....	184

Tablo 9.5.6. YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların Ustalarının İkametlerini Gösterir Sayısal Grafik .....	184
Tablo 9.5.7. YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların Ustalarının Etnik Kökenini Gösterir Sayısal Grafik .....	185
Tablo 9.5.8. YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların Atölyelerindeki Çırak Durumunu Gösterir Sayısal Grafik .....	186
Tablo 9.5.9. YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların Uzmanlıklarını Gösterir Sayısal Grafik .....	187
Tablo 10.1.1. Kapalıçarşı Zaman Çizelgesi ve Kapalıçarşı Kuyumculuğunun Dönüşüm Evleri .....	196
Tablo 10.1.2. Kayıt Altına Alınan Ustaların İnovasyon Kriterlerine Uygunluklarını Gösterir Çizelge .....	201
Tablo 10.2.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların İnovasyon Kriterlerine Uygunluklarını Gösterir Çizelge .....	203
Tablo 10.3.1. YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların İnovasyon Kriterlerine Uygunluklarını Gösterir Çizelge .....	215

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 3.1.1. Mücevher Kullanım Değeri ve İşlevi.....	11
Şekil 3.1.2. Mücevher-Takı Tüketiminde Satın Alma Süreci .....	12
Şekil 3.2.1. Lüksün Değişen Değeri.....	17
Şekil 3.4.1. M.Ö. 2000'lerde Uygulanan Kuyumculuk Üretim Şeması.....	21
Şekil 4.1.1. Sektörleşme Sürecini Gösterir Şema.....	30
Şekil 4.6.1. Türkiye Altın Takı Piyasası .....	42
Şekil 4.6.2. Mücevher Üretimi-Toptancı-Son Kullanıcı İlişkisi .....	43
Şekil 5.5.1. Kapalıçarşı ve Çevresindeki Hanlar, 1887 .....	91
Şekil 5.5.2. Goad Haritası, 1904- Papazoğlu Sokağı, Kaiserlioğlu Sokağı ve Terzibaşı Aralığı .....	92
Şekil 5.5.2.1. Kapalıçarşı Planı, Rifat Dedeoğlu.....	95
Şekil 5.5.3. Kadastro Haritası, 1978- Kuyumcular Caddesi .....	92
Şekil 5.5.3.2.1. Çuhacı Han Esnaf Listesi Şark Ticaret Yıllığı (1883) .....	98
Şekil 7.1.1. Araştırma Projesinin Disiplinlerarası Yapısını Aktarır Grafik .....	109
Şekil 7.2.1. Kapalıçarşı ve Hanlar Bölgesi Güncel Haritası, Fatih Belediyesi Coğrafi Bilgi Sistemleri İnteraktif Veritabanı ( <a href="https://gis.fatih.bel.tr">https://gis.fatih.bel.tr</a> ) .....	116
Şekil 7.2.2. Goad Haritası, 1904. Kapalıçarşı ve Hanlar Bölgesi.....	118
Şekil 7.2.3. Kapalıçarşı ve Çevresinde Mücevher Üretimini Yapıldığı Hanlar ve Kuyumculuk Konsantrasyonuna Göre Hanların Gruplandırılmasını Gösterir Harita .....	120
Şekil 7.3.6.1. Mücevher Üretim Akış Şeması .....	123
Şekil 8.1. Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağını Gösterir Grafik I.....	125
Şekil 8.1.2. Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı .....	128
Şekil 8.1.3. Proje Sonucunda Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı .....	129
Şekil 8.2. Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağını Gösterir Grafik II.....	126
Şekil 9.1.1. İstanbul Ekolü Olarak Temsili Değer Taşıdığı İfade Edilen Ürün Tipolojilerini, Üretim Tekniklerini ve Malzemelerini Gösterir Grafik.....	153
Şekil 9.2.1. Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı.....	154
Şekil 9.2.2. Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı.....	155
Şekil 9.2.3. Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesi'nde İzlenen Üretim Ağ Yapısı .....	158
Şekil 9.2.4. Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesinde İzlenen Üretim Ağ Yapısının Zincirli Han Üzerinde Gösterimi .	159
Şekil 9.3.1. Proje sürecinde kartopu yöntemi ile kurulan ilişkiler ağı: üretimde aile-akrabalık, komşuluk ve usta-çırak bağları .....	176
Şekil 9.5.1. Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağında UNESCO YİH Kriterlerine Uygunluk ..	180
Şekil 9.5.3. YH Kriterlerini Karşılayan Ustaların İnovasyon Kriterlerine Uygunluklarını Gösterir Çizelge .....	191

## RESİM LİSTESİ

Resim 4.7.1. Gold Trends 1997-1998 Türkiye Kataloğu Tasarım Trendlerinden Örnekler .....	47
Resim 4.3.1. Geleneksel Kuyumcu Perakende Satış Vitrini .....	34
Resim 4.3.2. Kurumsal Mücevher Markası Perakende Satış Vitrini .....	34
Resim 8.4.1.1. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği I .....	132
Resim 8.4.1.2. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği II .....	132
Resim 8.4.1.3. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği III .....	133
Resim 8.4.2.1. İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği I.....	133
Resim 8.4.2.2. İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği II.....	134
Resim 8.4.2.3. İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği III.....	134
Resim 8.4.3.1. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel I .....	135
Resim 8.4.3.2. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel II .....	135
Resim 8.4.3.3. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel III .....	136
Resim 8.4.4.1. Üretim Sürecini Gösterir Örnek I: Tel Testere İle Ajur Açma İşlemi.....	136
Resim 8.4.4.2. Üretim Sürecini Gösterir Örnek II: Mıhlama .....	137
Resim 8.4.4.3. Üretim Sürecini Gösterir Örnek III: Kalem İşİ.....	137
Resim 8.4.5.1. Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği I.....	138
Resim 8.4.5.2. Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği II.....	138
Resim 8.4.5.3. Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği III.....	139
Resim 9.1.1. Kayıt Altına Alınan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Geleneksel Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği.....	143
Resim 9.1.2. Kayıt Altına Alınan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği.....	144
Resim 9.1.3. U040 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın İşlerinden Örnekler .....	147
Resim 9.2.1. Kayıt Altına Alınan Ustaların Üretim Ortamını Yansıtır Görsel .....	161
Resim 9.2.2. Atölye Zemin Kaplaması-Izgara .....	163
Resim 9.3.1. U044 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın Kendi İşini (Sağda) ve Ustasının İşini (Solda) Gösterir Resim.....	167
Resim 9.3.2. U045 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın Kendi İşini (Sağda) ve Ustasının İşini (Solda) Gösterir Resim.....	167
Resim 9.5.1. YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği I.....	192
Resim 9.5.2. YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği II.....	192

## ÖZET

Türkiye mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci konumdaki İtalya’nın ardından gelerek önemli bir liderlik yakalamış, düşük işçilik, düşük fiyat avantajıyla rekabet eder konuma gelmiştir. Küresel pazarlarda tedarikçi olarak konum alabilmiştir. Türkiye kuyumculuk sektörünün yakaladığı başarının sürekliliği için tasarıma dayalı inovasyon yapma becerisinin artırılmasının önemi önceki çalışmalarda da vurgulanmıştır.. Zanaat kökenli bir endüstri örneği olan mücevher endüstrisi tasarımın zanaatla olan zor ilişkisini analiz etmek üzere önemli bir vaka olarak karşımıza çıkar. Türkiye’de mücevher üretiminin tamamına yakını İstanbul’da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın, değişmeyen merkezi olmuştur. Tarihsel geçmişi en az Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır. Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamının ürün odaklı rekabet stratejilerini besleyebilmesi için geleneksel yöntemler kullanılarak el işçiliğiyle elde edilen katma değer in inovasyon yapabilme potansiyelinin ölçülmesi birinci derecede önem taşımaktadır. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için kalitatif bir saha araştırması tasarlanmıştır. Proje Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanmıştır ve interdisipliner bir kurguya sahiptir.

112K221 No’lu proje konusu; 1461 yılından günümüze kadar uzanan en eski ve en önemli kuyumculuk üretim merkezi olarak literatüre geçen Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevre hanların 21.yy.da değişen teknolojik üretim ortamı karşısında ne oranda geleneklerine bağlı özgün üretim yaptığının belgelenmesini kapsamaktadır. Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin amacı; Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda geleneksel yöntemleri kullanarak üretim yapan ustaların el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin saptanması ve bu geleneksel zanaat ürünlerinin görsel envanterinin oluşturulmasıdır. Zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için tasarlanan kalitatif saha araştırması sürecinde nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmış, yapılan görüşmelerde *i) Ürüne, ii) Mekâna, iii) Tezgâh-teçhizata, iv) İnsan faktörüne* ait veri toplanmıştır. Toplanan veri, Kapalıçarşı kuyumculuğunun tasarım odaklı inovasyon potansiyelini ortaya koymuş ve kültürel miras değeri kapsamında değerlendirilmiştir.

## ABSTRACT

Turkey gained significant leadership position among the gold exporting countries after Italy and achieved competitive capacity for its low workmanship and low prices. In global markets, Turkey placed itself as a supplier. The role of maintaining the innovation capacity on design-based skills has been emphasized in earlier studies for continuity of this success. Jewelry industry, as a crafts based industry, lies ahead of us as a case indicating the difficult relationship between crafts and design. The all-most all of the jewelry fabrication in Turkey is manufactured in commercial khans around Kapalıçarşı and Nuruosmaniye neighborhood. Kapalıçarşı has been the ultimate hub of jewelry mastery out side of the palace since the Ottoman period. Jewelry industry in İstanbul, as old as Kapalıçarşı it self, displays an authentic organizational structure rooted in history in terms of production organization and production networks. It is of primary importance to document and measure the innovation capacity derived by the added value generated by hand crafts using traditional methods that feed in product based competitive strategies of this innovative production medium. For this purpose a qualitative site research is designed for defining to what extend the crafts-based jewelry tradition has an innovation capacity. The project has a multidisciplinary approach positioned at the interface of industrial design and cultural heritage protection disciplines.

The substance of the project No: 112K221, intends to find out to what extend Kapalıçarşı and surrounding buildings, identified as the oldest and most significant jewelry production center dating back to 1461, active in jewelry manufacturing produces authentic products attached to traditions in the presence of changing conditions of the production environment of the 21st century. The target of the project is to identify the innovation potential of handcrafted jewelry produced by master jewelers using traditional methods located around Kapalıçarşı and to be able to provide a visual inventory of what is produced. In order to define the innovation capacity of the crafts-based jewelry tradition, qualitative research method is used; in planned visits of workshops, face to face interviews has been made and data on *i) products, ii) space, iii) equipment and iv) human component* has been collected. The collected data demonstrated the design-based innovation capacity of Kapalıçarşı jewelry production and it is appraised for its contribution to cultural heritage value of the area.



## 1. GİRİŞ

Türkiye, 2000’li yıllardan itibaren dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci sıradaki İtalya’nın ardından gelmektedir. Türkiye’nin yakalamış olduğu uluslararası başarının ardındaki en önemli kaynak bugün Türkiye’nin ev sahipliği yaptığı çok katmanlı kültür mirasının uzantısı olan değerli maden işleme becerisidir ki Türkiye toprakları üzerinde yaşamış her uygarlık kuyumculuk mirası bırakmıştır. İstanbul Osmanlı İmparatorluğundan bu yana mücevher üretiminin merkezidir. Son yirmi yıl içinde izlenen uluslararası sektörel başarının arkasındaki üretimin tamamına yakını İstanbul’da yapılmaktadır. Bugün, başlıca mücevher üretimi tarihi yarımada Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, İmparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın, Sanayi Devrimi öncesi kişisel el becerilerinin ve en hassas üretimin değişmeyen merkezi olmuştur. Çarşı, *Ehl-i Hiref* geleneğiyle özellikli olanın ve farklılığın üretildiği yer olarak üne kavuşur (Küçükerman ve Mortan, 2007). Bu ustalık kaynağının başta Fransa, İngiltere ve ABD’ye usta ihraç ettiği, bu ülkelerdeki bazı ünlü kuyumcuların İstanbullu Rum ve Ermeni ustalar olduğu bilinmektedir.

Tarihi geçmişi Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır (Armatlı Köroğlu vd., 2010). 2010 yılında tamamlanan, İstanbul kuyumculuk kümelerinin temel özelliklerinin, yapısının ve rekabet faktörlerinin tanımlanmasını hedefleyen TÜBİTAK destekli proje kapsamında (Proje No:107K424) elde edilen bulgular sonucunda İstanbul Kapalıçarşı, dünya örnekleri arasında dünyanın en eski ve en köklü kuyumcu kümesi olarak tanımlanmaktadır.

Genel kapsamıyla mücevher tasarımı çoğunlukla sanat tarihi alanının çalışma konusu olmuş ve geleneksel el sanatları sınırında aynı literatürde yer almıştır. Kapalıçarşı mücevher üretim teknikleri ise Osmanlı İmparatorluğu maddi kültürünün bir parçası olarak tarihsel bağlamda stil ve biçim okuma sınırında değerlendirilmiştir (Ülgen1999, Savaşçın, 1990; İrepoğlu, 2000; İrepoğlu, 2002; Türkoğlu, 1988). 21.yüzyıla gelindiğinde, bu zanaat kökenli geleneksel üretim sektörleşmeye başlamış, bu süreç önemli bir ihracat alanı olarak uluslararası tanınırlık ve rekabet gücü kazanmıştır (Coşkun Orlandi 2009, Armatlı Köroğlu vd., 2010). Çoğunlukla geleneksel el işçiliğine dayanan üretim teknikleri, gelişen bilgisayar teknolojileriyle birlikte artık tamamının el değmeden makine üretimiyle yapılabildiği bir sürece doğru evrilmektedir. Türkiye mücevher endüstrisinin ihracatçı konumda yirmi yıllık süreçte elde ettiği rekabet üstünlüğünün sistematik bir sürekliliğe kavuşması için, sektörün rekabet avantajı

kaynaklarının saptanması ihtiyacı önem kazanmıştır. Dönüşüm süreci içinde olan sektörün yapısal analizlerine odaklı yürütülen çalışmaların vardıkları ortak sonuç, sektörün inovatif (yenilikçi) tasarım stratejileri ve tasarımla özgünleşen rekabetçi bir konuma erişmesi için, geleneğini oluşturan özgün üretim tekniklerinin ve kültürel birikiminin stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmesi yönünde olmuştur (Coşkun Orlandi, 2009; Armatlı Köroğlu vd., 2010). Bu çerçevede değerlendirildiğinde, 550 yıllık geleneksel üretim tarihi sürecinde sosyal, ekonomik, politik bağlamda toplumsal demografik değişimlerden doğrudan etkilenmiştir ve buna bağlı olarak geleneksel özgün üretim becerilerinde kayıplar, kopukluklar yaşanmıştır ve yaşanmaktadır. Kapalıçarşı merkezli mücevher üretiminin de işçilik kalitesi ve özgün üretim biçimlerinden kaynaklanan tasarımla değer kazandığı bilinmekte ancak bu becerinin de değişen demografik yapıyla kaybolmaya yüz tuttuğu eski ustalar, atölye sahipleri tarafından vurgulanagelmektedir.

112K221 No'lu proje konusu; 1461 yılından günümüze kadar uzanan en eski ve en önemli kuyumculuk üretim merkezi olarak literatüre geçen Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevre hanların 21.yüzyılda değişen teknolojik üretim ortamı karşısında ne oranda geleneklerine bağlı özgün üretim yaptığının belgelenmesini kapsamaktadır. Bu konu kapsamında bugüne kadar resmi olarak yapılmamış bir Kapalıçarşı ve hanlar işçilik envanteri oluşturulması ve Kapalıçarşı'nın geleneksel yapısı içinde yer alan iş hanlarındaki üretim modellerinin, üretim tekniklerinin ve inovasyon potansiyelinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Araştırma en temelde ulusal ve uluslararası literatürde yaratıcılık ve özgünlük vurgusuyla anılan 550 yıllık Kapalıçarşı geleneğinin günümüzde ne ürettiği sorusuna cevap ararken, elde edilecek nitel verinin şu araştırma sorularına da cevap vermesi beklenmelidir:

- I. *İstanbul'daki en büyük kuyumculuk üretim kümesi olarak sınıflandırılan Kapalıçarşı ve çevre hanlarda üretilen ürün/ara-ürün/işçiliklerin kalite seviyesi nedir?*
- II. *Kapalıçarşı ve çevre hanlarda üretilen ürün/ara-ürün/işçiliklerin özgünlük seviyesi nedir?*
- III. *Kapalıçarşı ve çevre hanlarda üretilen ürün/ara-ürün/işçilikler hangi oranda el işçiliğiyle üretilmektedir?*
- IV. *Kapalıçarşı ve çevre hanlarda üretim yapan ustaların ustalık seviyesi ve ürün/ara-ürün/işçilik kalite seviyesi arasındaki ilişki nasıldır?*
- V. *Günümüzde makine endüstrisinin seri üretim koşullarında üretmediği biçimler, teknikler ve tasarımlar Kapalıçarşı ve çevresindeki üretim atölyelerinde yapılabilmekte midir?*
- VI. *Kümelenme modeli olarak sınıflandırılan Kapalıçarşı üretim modelindeki üretim ağlarının fiziksel organizasyonu, üretim ritüeli ne şekilde işlemektedir?*

Yürütülen proje sonuçlarının şu başlıklar altında değerlendirilerek ileriye dönük yürütülecek diğer araştırmalar için şu başlıklar altında kaynaklık etmesi beklenmelidir:

- I. *Araştırma sonucunda ortaya çıkan kuyumculuk üretim zinciri yenilik (inovasyon) potansiyeli taşıyor mu?*
- II. *Araştırma sonucunda ortaya çıkan üretim ortamlarının ve yapısının gelenekselliğinin sürekliliğine ilişkin veri var mı?*
- III. *Araştırma sonucunda ortaya çıkan üretim ortamı sistem olarak kültür mirası olma özelliği taşıyor mu?*

Yukarıda sıralanan araştırma soruları çerçevesinde yürütülen proje disiplinlerarası bir yapıya sahiptir. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanan araştırma projesi; sahada elde edilen ürün odaklı bulguları ürün odaklı inovasyon çerçevesinde değerlendirirken, üretim ortamının ve zanaat mekanizmasının geleneğin temsilcisi ustaları kültürel miras çerçevesinden değerlendirmektedir.

Projenin kuramsal altyapısını aktarmak, proje sürecini, araştırma yöntemlerini ve bulguları aktarmak ve değerlendirmek üzere kaleme alınan bu rapor giriş ve sonuç bölümleri dâhil toplam on ana başlıktan oluşmaktadır.

Girişi takip eden ikinci bölümde, projenin kavramsal çerçevesinde yer alan zanaat, tasarım ve inovasyon kavramları konumlandırılmış, güncel literatür üzerinden bu üç olgunun ilişkilerinin kavramsal okuması yapılmıştır.

Üçüncü bölüm; proje kapsamında inovasyon (yenilik), mücevher tasarımında yenilik tanımlarını netleştirmek üzere kurgulanmıştır. Bu bölümde 21. yüzyılda mücevher kavramı açıklanmış, mücevherde değer üretme olgusunun tasarım ve üretim teknikleri eksenli kavramsal konumlandırması yapılmaya çalışılmıştır. Geleneksel üretim tekniklerinin çağdaş makineleşme süreciyle karşılıklı okumasını yapabilmek üzere kuyumculuk mesleğinin tarihine ilişkin araştırma yapılmış, kuyumculuk üretim teknikleri ve uzmanlık alanları bu bölümde aktarılmıştır. Aynı bölüm mücevher tasarımı ve mücevher tasarımında inovasyon kaynaklarını araştırarak saha araştırmasına referans olacak kriterlerin oluşturulmasına destek olmak amacıyla kurgulanmıştır.

Dördüncü bölüm; Kapalıçarşı'nın üretim kapasitesini ve bir üretim kümesi olarak yapısını konumlandırmak amacıyla, mücevher üretimini geniş bir perspektiften aktarmayı amaçlamakta ve Türkiye mücevher endüstrisinin gelişim sürecini aktarmaktadır. Bu bölümde güncel istatistiki veriler ve yapısal analizler bir arada verilmektedir. Ek olarak Kapalıçarşı üretim kümesinin yenilik potansiyelini okumaya kaynaklık etmesi açısından Türkiye'de yerel mücevher tüketimi dinamikleri ve tasarım ilişkisi aktarılmaktadır.

Beşinci bölüm; Kapalıçarşı kuyumculuğunun gelişimine etki eden tarihsel dönüşüm noktalarına odaklanmaktadır. Bu bölümde genel çerçevesiyle Osmanlı dönemi esnaf birliklerinin tarihi aktarılmış, esnaf teşkilat yapısı açıklanmıştır. Bugün son demlerini izlediğimiz küme yapısının kökeni olarak kabul

edilebilecek İstanbul lonca sistemi açıklanmış, zanaat loncalarının kuyumculuk esnafı özelinde nasıl işlediği açıklanmaya çalışılmıştır. Aynı bölümde İstanbul'da izlenen kuyumculuğun en önemli kaynakların biri olan saray kuyumculuğunun işleyiş yapısına bakılmış, tarihi kaynaklardan belli başlı örnek vakalar aktarılmıştır. Bu bölüm kapsamında Kapalıçarşı kuyumculuk üretiminin hanlar özelinde takibi yapılmaya çalışılmıştır. Bu tarihsel perspektiften yapılan araştırmalar sonuç bölümünde güncel saha bulgularıyla karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Altıncı bölüm; UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras kapsamında yürütülen Yaşayan İnsan Hazine programının amaçlarını ve hedeflerini açıklamakta, Türkiye'deki mevcut durumun analizine odaklanmaktadır. Bu bölüm ayrıca, proje kapsamında yapılan saptamaların bu çerçeveden değerlendirmesini yapabilmek üzere süreçlere ilişkin bulguları da içermektedir.

Yedinci bölüm; Proje kapsamında kullanılan araştırma yöntemini ve proje sürecinin detaylarını aktarmaktadır. Bölüm, sırasıyla saha araştırması süreç ve yöntem tasarımı, proje saha sınırlarını, sahada toplanan veri türlerini ve veri değerlendirme dokümanlarını açıklamaktadır.

Sekizinci bölümde sahada toplanan verinin istatistiki değerlendirmesi yapılmıştır. Bu bölümde proje ekibi tarafından yürütülen saha araştırması süresince yapılan toplam saha ziyaretleri, toplam atölye ziyaretleri ve toplam usta kayıt detayları aktarılmaktadır. Bölüm sonunda, saha araştırması sonucunda oluşturulan görsel envanterin niteliğinin aktarılması için veri örneklerinin yer aldığı bir alt bölüm de oluşturulmuştur.

Dokuzuncu bölüm saha bulgularının değerlendirildiği bölümdür. Saha bulguları, ürüne dayalı bulgular, mekâna dayalı bulgular ve tezgâh-teçhizata dayalı bulgular olarak üç başlık altında değerlendirilmiştir. Saha bulguları ayrıca UNESCO Somut Olmayana Kültür Mirası kapsamında değerlendirilmiş, değerlendirme sonuçları aynı bölümde aktarılmıştır.

## 2. ARKAPLAN: TASARIM, ZANAAT VE İNOVASYON İLİŞKİLERİ

### Zanaat ve Zanaatkâr Kavramları

Zanaat 'insanların maddeye dayanan gereksinimlerini karşılamak için yapılan, öğrenimle birlikte deneyim, beceri ve ustalık gerektiren iş' (URL-028) anlamına gelmektedir. Yaygın anlamıyla el ustalığına dayalı ürün ve nesne üretimidir. Zanaatkâr ise, uzmanlaştığı alanda el hüneri ve deneyime dayalı üretim yapan, bilgi ve deneyimini diğer kuşaklara aktararak üretim gelenek ve bilgisinin yaşamasını sağlayan kişidir. Zanaat ürün, endüstriyel olarak üretilen ürünlerden farklı olarak hem kendisini üreten kişinin izlerini taşır, biriciktir; hem de kuşaklar öncesine giden üretim ve malzeme bilgisinin nasıl evrildiğinin bir kanıtı, hafızasıdır. Bir zanaatkâr, bir ürünü başından sonuna kadar üretebileceği gibi, bir ürünün farklı aşamalarında uzmanlaşmış da olabilir.

Zanaat kavramı, tarihsel çerçevede yaşadığı anlam dönüşümleri sonucu bugün hala tasarım ve sanattan ayrı bir yerde durmaktadır: 'tarih; pratik ve teori, teknik ve ifade, zanaatkâr ve sanatçı, imalatçı ve kullanıcı arasında hatalı çizgiler çekmiştir ve modern toplum da bu tarihsel mirasın sıkıntılarını yaşamaktadır' (Sennett, 2008). Bu tarihsel miras, zanaat-tasarım karşıtlığını ve bu karşıtlığın izdüşümündeki kavramsal kutuplaşmaları içerir ve temelleri Rönesans'ta, 'Ortaçağ'ın anonim ve kolektif zanaat dünyasının içinden, özgün ve öznel sanatçının yükselmesiyle' (Yağız ve Kaya, 2011) atılmıştır. Buna göre el üretimi ve inovasyon, el hüneri ve yaratıcılık kısacası 'el ve kafa' (Sennett, 2008), bir arada düşünülemez kadar kutuplaşmış kavramlardır. Zanaat çoğu zaman geleneğin sınırlarını zorlamayan, atıl, yaratıcılık gerektirmeyen, el üretimine dayalı bir üretim biçimi olarak değerlendirilir; zanaatkâr ise 'tozlu bir atölyede uğraşı olan malzemeyi geleneksel biçimlere dönüştüren, teknik becerisi üst düzeyde, sabırlı ve takıntılı bir üreticidir' (Yağız ve Kaya, 2011). Buna karşın tasarım, insan yaratıcılığının çağdaş bir ürünü; tasarımcı ise özgün fikirler ve yeni değerler üreten bir entelektüeldir. Buna bağlamda zanaat, özgünlük ve yaratıcılık kavramlarının tasarım ve teknolojiyle gündelik hayatın her alanına sızdığı günümüzde, ötekileştirilmiş konumunu korumaktadır. Hâlbuki Sennett (2008) Zanaatkâr isimli kitabında zanaatı, 'anonim ve kolektif' bir bilgi üretim süreci, 'akışkan bir problem bulma ve çözme deneyimi', usta ve çırak ilişkisinde örneklenen pedagojik bir olgu, el ve kafanın odaklanmış işbirliğiyle 'maddi bir bilinci' doğuran bir üretim ritmi olarak tanımlamakta (Sennett, 2008'den aktaran, Yağız ve Kaya, 2011); zanaatı özgünlük, yaratıcılık ve tasarım ilişkisi üzerine yapılan tartışmalarda tekrar konumlandırmaktadır. Buna göre zanaat, kısıtlı ve artık kemikleşmiş tanımının ötesinde, üretim sürecinin her aşamasına hâkim, problem bulma ve çözmenin diyalektiğini

içselleştirmiş ve tam da bundan dolayı yaratıcı ve yenilikçi, deneyime dayalı olarak gelişmiş bir malzeme ve üretim bilincine sahip, el hünéri ve tasarım fikrinin birbirine organik olarak bağlı olduğu bir faaliyet alanıdır. Zanaat, aynı zamanda pedagojik bir olgudur: tarihsel geçmişine ve bugününe bakıldığında usta, kalfa ve çırak ilişkisini merkezine alan bir eğitim süreci, hatta bir okul; malzeme ve üretim bilgisinin kuşaktan kuşağa aktarıldığı bir mecradır. Atölye ortamında gerçekleşen bilgi aktarımı, usta ve çırak arasındaki etkileşimin karakterine bağlı olarak farklı kanallardan gerçekleşebilir. Bilgi aktarımı, 'atölye ortamında gerçekleşen eylem ağlarına gömülüdür' (Kaya, 2011) ve ustanın sözlü ve pratiğe dayalı talimatlarının yanında, ' tarafların farklı alanlardaki had safhada kişisel ve birbiriyle örölü bilgi ve deneyimiyle etkileşime geçerek ortaya çıkan', (Aktaran; Kaya, 2011) sözle ifade edilemeyen 'örtük bilginin' ortaya çıkmasıyla gerçekleşir. Kaya'nın (2011) Polanyi'den (1958) aktardığına göre, beceri kazanımı örtük olarak gerçekleşir; atölye ortamında çırağın ustasından sözlü veya görsel talimat almadan beceri kazanması buna tipik bir örnektir. Buna göre zanaatta bilgi aktarımının, üretim geleneğinin kurallarına sıkı sıkıya bağlı sözlü ve pratiğe dayalı etkileşimler asıl kişisel deneyim ve atölye ortamındaki sözle ifade edilmeyen eylemlerin etkileşimi yoluyla ortaya çıkan örtük bilgi vasıtasıyla gerçekleştiği ve bu kişisel sürecin doğası gereği yaratıcılık ve inovasyona açık olduğu iddia edilebilir.

### **Zanaatın Tasarım ve İnovasyon Kavramlarıyla İlişkisi**

Zanaatın bu yeni tanımı, onu tasarım ve inovasyon kavramlarına tekrar yakınlaştırmış, güncel tasarım pratiğinin de gündemine tekrar sokmuştur. 'El ve kafanın tekrar uzlaşması, zanaatkârı tozlu atölyesinde malzemesini evirip çeviren güncel-dışı bir kişi olmaktan çıkararak zanaat sürecini farklı kapasiteleri ortaya çıkaran bir icraat metodolojisi olarak tekrar tartışmaya açmakta' (Yağız ve Kaya 2011), zanaatın artı değer yaratımı ve inovasyon konularındaki potansiyellerinin sorgulanmasına yol açmaktadır. 'Toplumsal, kültürel ve idari ortamlarda yeni yöntemlerin kullanımı' anlamına gelen inovasyon günümüzde doğrudan karlılık ve büyüme getiren her türlü yaklaşım, süreç ve girişimle ilişkili bir kavramdır (Coşkun Orlandi, 2009) İş dünyası için yenilik orijinal, yeni ve değerli bir ürün, bir üretim süreci ya da hizmet yaratmak için bilginin birleşimi ya da somutlaştırılmasıdır (Aktaran; Coşkun Orlandi, 2009) ve rekabet kavramıyla doğrudan ilişkilidir. İnovasyon, rekabet avantajının temel kaynaklarından ilki olarak sıralanmakta, bir farklılaşma stratejisi olarak tasarım faaliyeti ile sıkça ilişkilendirilmektedir (Coşkun Orlandi, 2009)

Bu tartışmaların tasarım pratiğindeki güncel örnekleri gün geçtikçe artmaktadır: 'zanaat ve tasarım süreçlerinin, yeni ürün geliştirme ve organizasyonel bilgi üretme amacıyla bir firma bünyesinde bulunduğu durumlarda, zanaat bilgisi 'stratejik bir kaynak', rekabetçi bir değer olarak yer almaktadır' (Aktaran; Yağız ve Kaya, 2011). Tasarıma dayalı inovasyon düşüncesi, bugün birçok örnekte zanaatın sağlayabileceği yeni ürün geliştirme ve organizasyonel bazlı farklılaştırma potansiyeliyle birleşmekte;

zanaat ve tasarımın, eski ve yeninin, geleneksel olanla modernin arasındaki kavramsal duvarlar yıkılmaktadır.

### **Türkiye’de Zanaat Algısı ve Tasarım Eğitimiyle Olan İlişkisi**

Zengin bir zanaat mirasına sahip olan Türkiye’de, ne yazık ki hem zanaat hem de zanaatkâr sadece geleneksel ürün ve nesne üretiminin temsilcileri olarak görülmekte, birçok zanaat hediyeelik eşya üretimi olarak algılanmaktadır.

Türkiye’deki tasarım eğitimi veren kurumların birçoğunda Osmanlı’dan Türkiye’ye miras kalan köklü yerel üretim gelenekleri tasarım eğitime entegre edilememiştir. Tasarım eğitimi ve zanaat geleneği arasındaki bu kopukluk, Türkiye’de ilk olarak endüstri tasarımı eğitimi veren Devlet Güzel Sanatlar Akademisi (Mimar Sinan Üniversitesi), Ortadoğu Teknik Üniversitesi ve Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu (Marmara Üniversitesi) gibi kurumların eğitim programlarının sadece ‘Batı’da kurumsallaşmış olan tasarım eğitiminin yerele adapte edilmesinden’ ve ‘Batılı eğitim modellerinin model alınmasından’ kaynaklanmıştır (Coşkun Orlandi vd., 2010). Bu süreçte yerel kimlik ile ilişkilendirme kaygısı olmaması, ‘gelişmiş ülkelerin endüstriyel koşullarından doğan eğitim sistemlerinin Türkiye’deki adaptasyonu ve kalkınma politikalarının niteliği, yerelliği oluşturan dinamiklerin ve üretim geleneklerinin eğitim süreçlerine dâhil edilmemesine neden olmuştur’ (Coşkun Orlandi vd., 2010).

### **Tasarıma Dayalı İnovasyon**

Yenilik, kelime anlamının ötesinde, rekabet koşullarında önemli bir ekonomik girdi olarak önem taşımaktadır. İktisatçılar, teknolojik yeniliğin iktisadi gelişme için taşıdığı hayati önemin en geniş anlamıyla her zaman farkında olmuşlardır (Freeman ve Soete, 2003). OECD dört tip inovasyon tanımlar: *Ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon* (OECD, 2008). Bu sınıflandırma için araştırmaya referans olarak alınacak inovasyon türleri, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonudur. Ürün inovasyonu; belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni ürün ve hizmetlerdir. Teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemede iyileşme, ürünün yazılımı, kullanıcı dostu olup olmadığı ve diğer işlevsel özelliklerini kapsar. Süreç inovasyonu; belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni üretim ve dağıtım yöntemidir. Teknik, gereç ve/veya yazılımda belirgin değişiklikleri kapsar.

İnovasyon ve tasarım ilişkisi, inovasyona duyulan ihtiyaç vurgusunun artmasıyla birlikte 2000’li yıllarla birlikte stratejik bir kaynak olarak literatürde yerini almaya başlamıştır (Verganti, 2009; Hickling-Hudson vd., 2006; Hirsch-Kreinsen, H.vd., 2008; Howlett, 2010; Gurría, 2007; Mozota, 2006; Pres vd., 2001; Utterback vd., 2008; Tresserras, 2006; Stoneman, 2010). Bugün, teknoloji ve işlevsellik bir ürüne sürdürülebilir rekabet gücü katmada yeterli olamamaktadır. 1980’lere kadar teknik inovasyon ve stil, teorik ve uygulamalı alanlarda birbirlerinden uzak tutulmuştur. Bugün tüketici, önceki kitle üretim

sürecindeki rollerinden farklı olarak değer yaratma, iletişim ve anlam üretimi süreçlerinde çok daha aktif rol oynamakta, bu süreç tüketim, iletişim, katılım ve deneyim olarak algılanmaktadır. Bu yeni elde edilmiş tüketici gücü, tasarım açısından hem bir zorlama hem de bir fırsat oluşturmaktadır. Ürünlerde, ürünlerin değerini artıran ve tasarımı inovatif yaklaşımla uygulamanın doğrudan sonucu olabilecek gelişmelerden başlıcaları şöyle sıralanmaktadır (Tresserras, 2006):

- o Ürün iletişiminde gelişmeler
- o Montaj, kullanım, bakım ve tamirde yeni çözümler
- o Ürünün karakterini ve algılanan değerini güçlendirmek
- o Tasarımın markasını ve çeşitliliğini güçlendirmek
- o Biçim-işlev ilişkisi ve işlevsel güvenliğin geliştirilmesi
- o İşlevlere ve tüketici gereksinimlerine yeni yanıtlar

Proje çerçevesinde bahsedilen inovasyon, ürün tasarımını da kapsayacak şekilde ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu türlerine referans vermektedir. Ürün odaklı inovasyon, mücevher endüstrisinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği için en önemli faktörlerden biri olarak sıralanmaktadır. Mücevher endüstrisinin inovasyon kaynakları, ürün (özellikle malzeme), üretim süreçleri ve dağıtım olarak sıralanmaktadır (Carcano vd., 2005). İnovasyon bilgidan ve özellikle mücevher sektörü için farklı, çoğul kültürel girdilerden gelir; teknolojik gelişim, uygulamalı araştırma, zevk ve bezeme kültürünün evriminden kaynaklanır (Coşkun Orlandi, 2009). Mücevher sektörü için inovasyon birkaç başlıkta toplanmaktadır: *i) Tek ve eşsiz parça üretimi, ii) Küçük ve büyük ölçek seri üretimde ürün tipolojisi, tasarım ve üretim tekniğinin birleşmesi, iii) Yüksek katma değer yaratma anahtarı olarak yüksek sembolik ve duygusal değer taşıyan ürünler ve markalar oluşturulması.*

İnovasyona ilişkin literatür ve tasarımın yenilik yaratmadaki belirleyici işlevine ilişkin literatür benzerlikler göstermekle beraber, rekabet avantajı olarak tasarımla inovasyon yapma konusunu en net şekilde ortaya koyan, tasarım inovasyon ilişkileri üzerine teori üreten ve konumlandıran çalışma Roberto Verganti'ye aittir. Verganti, '*tasarıma dayalı inovasyon-design driven innovation*' tanımını ortaya atmıştır ve çalışmalarını bu çerçevede yürütmektedir (Verganti, 2008; Verganti, 2009). Araştırma projesinin kurgusunu bu literatürü referans alarak, bu yeni kavramların sektörel bazda konumlandırılmasına da kaynaklık etmesi edecektir.



### 3. 21. YÜZYILDA MÜCEVHER TASARIMI VE KUYUMCULUK MESLEĞİNİN DÖNÜŞÜMÜ

#### 3.1. 21. YÜZYILDA MÜCEVHERİN İŞLEVİ VE MÜCEVHER TÜKETİMİ

Uygarlık tarihine paralel gelişim izleyen takı tarihi, her coğrafyada ve her kültürde var olmuştur. Son araştırmalar, ilk takıların tarih öncesi dönemde, günümüzden yaklaşık 90–100.000 yıl öncesinde kullanıldığını ortaya koymaktadır (Rincon, 2006). Takı ve mücevher beden süsleme sanatının bir parçası olmuş, ancak ‘insan yapımı nesne’<sup>1</sup> olarak farklı çalışma alanlarının konusu olmuştur. Takı ve mücevher, tarihi süreçte çoğunlukla arkeoloji, antropoloji, biçim, stil, ifade biçimi aracı olarak da sanat tarihi disiplinleri kapsamında yer almıştır. Uygarlık tarihinin yansıması olarak sanat, teknoloji, ekonomi, din pratiği ve gündelik hayatın kesiştiği bir çalışma alanıdır (Ogden, 1982). Takı ve mücevher, çeşitli sebeplerle kullanım alanı bulmuştur. Değerli madenlerin işlenerek kullanılmasına kadar iletişim ağırlıklı işlev kazanmıştır. Din, büyü, sosyal davranış kavramlarıyla birlikte süslenme ve takı taşıma ihtiyacı da ortaya çıkmıştır (Türe, 2005). Bulunan en eski takıların da süs olmaktan çok güç, varlık, cinsellik ya da belli bir gruba ait olma mesajı verme amaçlı kullanıldığı savı aktarılmaktadır (Rincon, 2006).

‘Vücutun yüzeyi toplumsallaşma oyununun oynandığı bir sahneye, bedensel süslemeler de bunun anlatı aracına dönüşmüştür.’ (Aktaran; Türe, 2005).

Coğrafi, kültürel ve sosyal farklılıklar göstermekle beraber takı ve mücevher tarih içinde ortak sebeplerle kullanılmıştır. Maddi değerinden dolayı, servet göstergesi ve saklama amaçlı giyim aksesuarı ve ayrıntısı olarak kopça, iğne, toka gibi pratik işleve yönelik kullanılmıştır. İnanışlar doğrultusunda tılsım ve büyüye karşı koruyucu kabul edilmiş, toplumsal kurallar doğrultusunda sosyal statü, iyelik göstergesi olarak yüksek sembolik işlevsel değerle kullanılmıştır. Tüm işlevsel boyutların ötesinde, süsleme, bezeme olarak sanatsal ve kimlik ifadesi olarak da değer taşımıştır. Tarih araştırmalarında takının hangi döneme ait olduğu bilgisi malzeme ve üretim tekniklerinden okunabilmiş ya da takının kendisi olmadan yazılı kaynaklar aracılığıyla takının özgün tanım ve konumuyla ilgili bilgi elde edilmiştir. Mısırlı bir yazarın cennetin altın, gökyüzünün lacivert taş<sup>2</sup>, yeryüzünün ise malakitle<sup>3</sup> kaplı olduğu tasvirini yaptığı aktarılır (Ogden, 1982).

Değerli madenleri işleme tekniklerinin gelişmesine kadar ilk takılar hayvan dişleri, deniz kabukları, deri, doğal taşlar gibi organik kökenli malzemelerden yapılmıştır. Takının işlevsel ve biçimsel evrimi toplulukların üretim becerileri ve teknolojik hâkimiyetleri ölçüsünde olmuştur. Dil, bilinç, inanç, mitoloji gibi kültürü oluşturan soyut kavramlar içinde buldukları yer ve zaman bağlamıyla birlikte anlam değişikliklerine uğradığından, takı takma olgusu her toplumu kapsayacak homojenlikte bir

<sup>1</sup> İngilizcedeki *artefact* kelimesinin Türkçe karşılığı olarak kullanılmıştır.

<sup>2</sup> Malakit: Yeşil renkli, yontulup parlatılabilen, doğal bakırlı, hidratlı karbonat, bakır taşı (URL-028)

<sup>3</sup> İngilizcedeki *lapis lazuli* ifadesinin Türkçe karşılığı olarak kullanılmıştır.

gelişim izlememiştir (Türe, 2005). Takı, mücevher ve kuyumculuk tarihinin dönüm ve başlangıç noktası, altının işlenmesi ve takıya dönüştürülmesi olarak aktarılır. Günümüzde bilinen ilk altın takı, M.Ö. 3000 yıllarında Mezopotamya’da Sümer uygarlığında görülmüştür (Green, 2007).

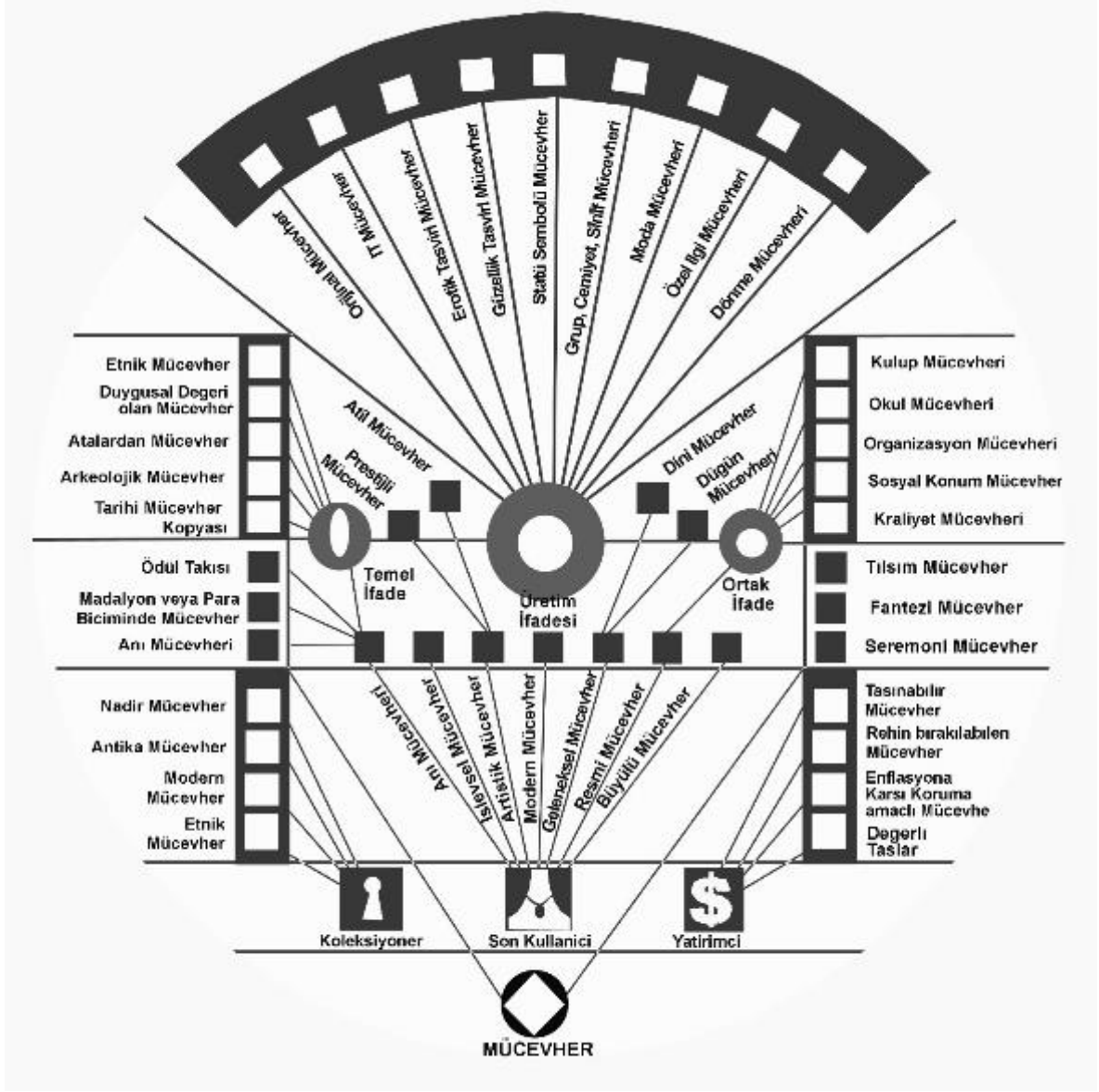
Batı kökenli araştırmalar mücevher tarihini, sanat ve stil tarihi olarak antik dönemden başlayarak 20. yüzyıla kadar taşır ve aktarır.<sup>4</sup> Bu sınıflandırma dışında kalan araştırmalar ‘etnik takı’<sup>5</sup> olarak sınıflandırılmaktadır.

Yeryüzünde, farklı coğrafyalarda çeşitli uygarlıkların ve imparatorlukların maddi kültürünün bir parçası olan takı, değerli madenlerin ve taşların da işlenmesiyle giyinmeye eşdeğer, paralel bir kültürü de beraberinde getirmiştir. Yapılan araştırmalarda giyinmenin basit temel bir işlevsel davranış olmadığı belirlenmiş, giyinme miktarıyla iklim koşulları arasında evrensel bir bağ olmadığı kanıtlanmıştır. Giyinme ve süslenme gereksinimi birinci derecede ısınma ve ahlaklılıkla ilgili olmamıştır, semboliktir (Berry, 1994). Özellikle altının çağlar boyunca standart bir değere sahip olması ve ekonomik ve ticari bir mal varlığı halini alması, değerli madenlerden yapılan takı ve mücevherlerin uygarlıkların mal varlıklarının ve servetlerinin güvencesi olmasını sağlamış, bir yatırım aracı işlevi de yüklenmiştir. Takı ve mücevherin bu işlevi, 20. ve 21.yüzyıllarda çeşitli kültürlerde belirgin bir tüketim dinamiği olmuştur. 20.yüzyıla gelindiğinde, takı ve mücevher kavramları sosyal bir gereksinim olmaya devam etmiştir. Tarihsel kökenleriyle eşdeğer sembolizm, takı ve mücevher ürünlerinin değer kaynağı olmaya devam etmiştir. Modern toplumlarda da törenler, sosyal ve toplumsal alışkanlıklar takı takma konusunda kendi geleneklerini oluşturmuşlardır. Evlilik, nişan, doğum, dini gelenekler, kişisel ifade, moda gibi aracı kavram ve etkinlikler takı ve mücevher kullanımını tetikleyen birincil etkinliklerdir. Şekil 3.1.1., mücevherin Kullanım alanlarını ve işlevlerini göstermektedir.

---

<sup>4</sup> Daha fazla bilgi için: Tait, H., 1986. 7000 Years of Jewellery. British Museum Publications, London.; Phillips, C., 1996. Jewelry : From Antiquity to the Present. Thames and Hudson, London

<sup>5</sup> Daha fazla bilgi için: Mack, J., 2002. Ethnic Jewellery. The British Museum Press, London.



Şekil 3.1.1. Mücevher Kullanım Değeri ve İşlevi (Aktaran; Türe, 2005)

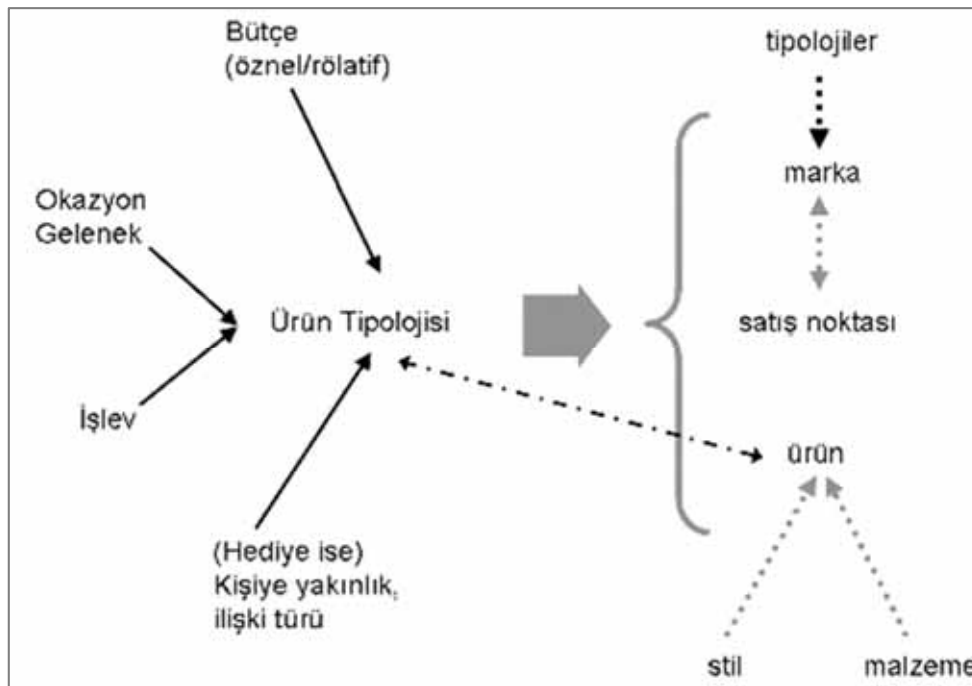
Tüketim değeri kültür-zaman ekseninde sürekli değişkenlik göstermektedir. Moda ve trend kavramları da bu değişkenliğe paralellik gösterir. Mücevher tüketimi, tüketim değeri olarak çeşitli açılardan varlık göstermektedir. 21.yüzyılda mücevher birkaç katmanda değer taşımaktadır (Rincon, 2006):

- i. Madde değeri-ekonomik değer
- ii. Ekonomik değer gösterişi olarak statü değeri (gösterişçi tüketim, lüks tüketimi)
- iii. Moda-trend-tasarım-marka ekseninde çok bileşenli sosyal statü değeri
- iv. Moda-trend-tasarım-marka ekseninde estetik değer

Bunlardan ilki, geleneksel mücevherin soy metallerden yapılmış olmasından dolayı sonsuz olduğu olgusudur. Değerli maden ve taşların varlığından kaynaklanan nesnenin içsel değeri, mücevhere ekonomik güç olarak değer katmanı ekler; estetik boyutundan dolayı da kültürel bir değer alır. Lükstür, çünkü aşırıdır ama haz verir, hem hediye olarak alan hem hediye eden için (Carcano vd., 2005).

Mücevher satın alma alışkanlıkları kültürel, etnik ve coğrafi etkenlere göre farklılık göstermektedir. Toplumbilimciler, kadınların oransal olarak tüketimle daha ilişkili olduklarını savunmaktadırlar (Bockock, 1993). 21.yüzyılda tüketim kültürünün bir parçası haline gelen mücevher tüketimi yüksek oranla kadın tüketicilerin nihai tüketici olarak aktif olduğu bir alan olmuştur. Tüketim alışkanlıkları, hem geleneksel eğilimler hem de toplumların ekonomik refah düzeylerine göre şekillenmektedir. Türkiye'nin de dâhil edilebileceği doğulu toplumlarda daha çok yatırım odaklı tüketilen değerli takılar, batılı toplumlarda sembolik ve sosyal gereksinim olarak işlev kazanmaktadır. Mücevherin tüketimin, özel günlerde hediye olarak satın alınması batılı toplumdaki en yaygın tüketim biçimidir. Herhangi resmi bir kaynakta yer almamakla beraber, mücevher üretimi ve tüketimi sürecinde şöyle bir tablo gözlemlenmektedir: mücevher erkekler tarafından bayanlar için üretilen bir meta olarak algılanmaktadır. Doğrudan satın alan kadın olmasa bile, nihai tüketicisi çok yüksek oranda kadındır.

21. yüzyılda mücevher ve takı tüketimi, kültürel etkilerle birlikte pazar dinamiklerine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Ürünler, tüketim çeşidine göre çeşitli değişkenler üzerinden segmentlere ayrılmaktadır. Mücevher ve takı, malzeme (Rincon, 2006)., fiyat, stil, marka, ürün tipolojisi ve işlev, dağıtım kanalı ve satış noktası gibi değişkenler üzerinden segmentlere bölünmektedir (Catalani ve Capello, 2005). Çeşitli segmentlerde mücevher ve takı ürünleri için satın alma süreci Şekil 3.1.2.'de gösterilmektedir.



Şekil 3.1.2. Mücevher-Takı Tüketiminde Satın Alma Süreci (Carcano, Catalani ve diğ., 2005)

Mücevher sosyo-ekonomik ölçekte, ekonomik ve estetik değer, sembolik değer ve iletişim değeri gibi birden fazla türde değerle ilişkili olmuştur (Carcano, Catalani vd., 2005). Mücevher ve takıya değer

katılması süreci, hem üreticinin hem tüketicinin tanım ve algısıyla oluşabilmektedir. İtalyan mücevher işletmelerinde yapılan bir araştırmada, işletme sahipleri ve sektör çalışanları tarafından yapılan tanımlardan bazıları şöyledir:

‘Mücevher anlam ve dille ilişkilendirilmiş duygudur. Mücevher sonsuzluk sembolüdür çünkü altın ve pırlanta da öyledir. Mücevher gelecektir çünkü sonsuzdur. Mücevherin kişilerin ruhuyla etkileşime giren bir kişiliği ve değeri vardır. Mücevherle ilişkilenen duygu gerçektir. Güçlü ve ciddidir çünkü mücevher ciddi bir şeydir. Mücevherin diğer satın alımlardan duygusal olarak farkı vardır. Çünkü bir kişinin hayatında doğum, evlilik gibi özel ve tanımlı zamanları işaret eder. Mücevherin diğer eşyalara göre kendi doğasında bir keyif vardır.’ (Carcano, Catalani ve diğ., 2005)

21.yüzyılla birlikte artan tüketim hızı, ürün yaşam döngüsü süresini kısaltmıştır. Yeni ürünlere olan gereksinim daha kısa sürelerde hissedilmektedir. Bu sebeple de tasarımın bu süreçleri destekleyici özelliği rekabet stratejileri açısından önem kazanmaktadır. Yeni iletişim araçlarının da yaygınlaşması sonucu bilgi akışı hızlanmış, rekabeti ve fikri haklar sorunlarını artırmış, inovasyon ve tasarımın işlevleri önem kazanmıştır. Ürün olarak mücevherin genel işlevine baktığımızda, kişisel ve bireysel bir ilişki ve duygusal bağ kurma dinamiği mücevher yaratım sürecinde ‘anlam katma’ olarak nitelendirilmektedir.

Yüksek katma değerli mücevher, markalaşma ve lüks tüketimi ekseninde konumlanmaktadır. 21. yüzyılda küresel ölçekte markalaşmış on üreticinin (Anonim, 2006) kuruluş tarihleri ve hikâyeleri incelendiğinde markaların isimlerini kurucuların isimlerinden aldıkları izlenmekte, bu da geleneğin ve ustalığın önemini vurgulamaktadır. Küresel piyasalarda en bilinen on firmanın/markanın Avrupa kökenli olduğu izlenmektedir. Üreticilerin 8/10’unun kuruluş tarihi 19. yüzyılın ortasından başlamaktadır, pırlanta ve değerli taş uzmanlığı ön plana çıkan diğer iki üretici 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra mücevher üreticisi olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. İzlenen üreticilerin markalarında geleneksel üretim, uzmanlık üzerinden, isim olarak ‘güven telkini’ olarak nitelendirilebilecek bir “*since.../...’dan beri*” ifadesiyle varlık ve kalıcılık göstermeyi tercih ettikleri izlenmektedir.

	<b>Firma/Marka</b>	<b>Kuruluş Yılı</b>	<b>Kurucusu/Kökeni</b>
1	Cartier	1847 (19.yy.)	Louis Francois Cartier (Fransa)
2	Bulgari	1884 (19.yy.)	Sotirios Vulgaris (kurucusu Yunanistan kökenli, marka bugün İtalyan)
3	Tiffany & Co	1837 (19.yy.)	Charles Lewis Tiffany ve Teddy Young (ABD)
4	Harry Winston	1932 (20.yy.)	Harry Winston (1896 –1978), mücevher ustası değil, değerli taş koleksiyoneri (ABD)
5	Chopard	1860 (19.yy.)	Louis-Ulysse Chopard, saat üretimiyle başlıyor (İsviçre)

6	Van Cleef and Arpels	1896 (19.yy.)	1896. Alfred Van Cleef ve Salomon Arpels (Fransa)
7	H Stern	1945 (20.yy.)	Hans Stern (kurucu Alman kökenli Brezilyalı, marka Brezilya)
8	Boucheron	1858 (19.yy.)	Frederic Boucheron (Fransa)
9	Mikimoto	1888 (19.yy.)	Mikimoto Kōkichi, dünyadaki ilk kültür inci üretimine başlıyor (Japonya)

**Tablo 3.1.1.** Küresel Piyasalarda En Bilinen On Firmanın/Markanın Kuruluş Yılı, Kurucusunun Bilgisini ve Kökenini Gösterir Tablo

Bu tablo küresel piyasalarda öncü markaların zanaat geleneğiyle olan yüksek bağı ve bu geleneğin önemli bir kültürel miras olma özelliğinin değerini göstermesi açısından önem taşımaktadır. 21. yüzyılda mücevher endüstrisi zanaat kökenli, geleneksel bir endüstri olarak sınıflandırılır. Yaratıcı üretimin ekonomik kalkınmaya katkılarının araştırılması ve konumlandırılması amaçlı olarak, UNDP tarafından 2008 yılında ilk defa hazırlanan *Creative Economy Report 2008-Yaratıcı Ekonomi Raporu'*nda mücevher üretimi, işlevsel yaratıcı meta olarak belirtilmektedir (OECD, 2008). Mücevher üretimi, gelenek kökenli yaratıcı bir üretimdir. Geleneksel köklerinin çağdaş tasarımla olan etkileşimli ilişkisi, mücevher üretimini 21. yüzyılda küresel ekonomik girdi olarak konumlandırmaktadır. Dünyada var olan en büyük mücevher üretim alanına sahip Brezilyalı H. Stern (URL-015) ve Hindistan'ın en büyük mücevher markası Tanishq'in (URL-027) yerel üretiminin ulaştığı uluslararası ölçek, yaratıcı üretimde gelenek ve çağdaş arasındaki uyumlu ilişkiye örnek olarak aktarılmaktadır (OECD, 2008).

### 3.2. 21. YY.DA LÜKS TÜKETİM META OLARAK MÜCEVHER

Temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama lüks olarak tanımlanmaktadır (Sombart, 1998). Sombart'ın 1912 yılında yaptığı bu tanım, lüks kelimesinin etimolojik kökeni ve kelime anlamıyla paralellik göstermektedir (URL-028):

Lüks; *isim*, Fransızca *lux*

1. Giyimde, eşyada, harcamada aşırı gitme, gösteriş, şatafat:  
"Lüksleri, rahatları, eğlenceleri yerindedir."- N. Cumalı.
2. *sıfat* Gösterişli, şatafatlı:  
"Bu lüks lokantada öğle yemeği yiyor."- T. Buğra.
3. *sıfat* Gereksinim dışı olan:  
"Bildiğim kadarıyla o, lüks tüketime girecek harcamalara karşı idi."- A. Ağaoğlu.
4. *sıfat* Aşırı, fazla.

Türkçe sözlerin soyağacında *lüksün*, Fransızcadaki *lux*, Latincedeki *luxus* kökünden olduğu ifade edilmekte, aşırılık, israf anlamlarıyla karşılanmaktadır (Nişanyan, 2007). Latince kökeni *luxus*; bol, aşırı anlamındadır. Lüksün İngilizcedeki kökeni 14. yüzyıla kadar izlenebilmektedir. Latincedeki *luxus*, *luxuria*

kökünden gelmekte, Türkçede olduğu gibi aşırılık, abart, şehvetli, günahkâr haz anlamlarıyla karşılanmaktadır. 17.yüzyılda olumsuz ifade olmaktan kurtulmuş, görkemli çevrelere ilişkili olarak 18.yüzyılda yaşamsal gereksinimlerin ötesinde keyif veren şey anlamında kullanılmıştır (URL-024).

Kavram olarak lüks *nitel* ve *nicel* olarak iki biçimde tanımlanmakta ve konumlandırılmaktadır. Nicel anlamda lüks, malların ziyan edilmesiyle eşanımlıdır: bir uşak yettiği halde yüz uşak tutmak, ya da puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak gibi. Bu tanım, lüks kavramı tanımındaki bolluk, gereğinden fazlalık ifadeleriyle örtüşmekte ve sayısal olarak aşırılıkla açıklanmaktadır. Nitelik anlamında lüks, mallara ilişkin bir değer olarak tanımlanır. Sombart (1998), mallara ilişkin bu değeri 'incelme' olarak kabul etmekte ve incelmış malları şöyle açıklamaktadır: malların temel gereksinimi giderme amacının dışına taşacak ölçüde işlenmesine 'incelme'<sup>6</sup> denir (Sombart, 1998). Bu incelme tanımı aslında doğrudan biçim, malzeme, üretim, bezeme gibi eşyaların kendi içinde bulunan (intrinsic) madde özellikleriyle ilgilidir. Lüks mal-ürün tanımı ise bu incelmenin gereksinim çerçevesindeki sınırlarıyla ilişkilidir. Yüksek incelikteki mallar, temel gereksinimlerden uzaklaştığı ölçüde lüks ürünleri olarak sınıflandırılabilir. Ürünler farklı amaçlar hedefler doğrultusunda lüks sınıfında yer alabilmektedirler. Tanrıya altın bir sunak vakfetmek veya ipek bir gömlek giyme eylemlerinin her ikisi de lüks tüketim davranışı olmaktadır, ancak biri bireysellikle biri maddiyatçılıkla ilişkiliyken diğeri ise idealler ve ruhaniyetle ilişkilidir.

'Her türlü kişisel lüks, öncelikle salt nefse dayalı bir haz duygusundan kaynaklanır: görme, işitme, koklama, tatma ve dokunma duyularını uyaran şey, her türden kullanım eşyası üzerinde gün be gün daha da mükemmel bir tarzda nesnelleştirilir. İşte bu kullanım eşyaları da lüksün seyrini belirler.' (Sombart, 1998)

Sombart'ın lüks kavramını tanımlamak üzere kullandığı 'temel gereksinim' ifadesi, görecelik taşımaktadır ve lüks olgusuna ilişkin en çok tartışılan konu olmuştur. Gereksinim, zorunluluk ve lüks arasındaki anlam ve tanım ilişkisi lüks konusunun önemli bir başlığı olmuştur. 'Temel gereksinim' tanımı doğrudan lüks kavramının da içeriğine etki etmektedir. Gereksinim analiz edilirken istek ve gereksinim arasındaki fark önem taşımaktadır. İstek niyetle ilgilidir, önceliklidir, nesnel ve evrenseldir (Berry, 1994). Temel gereksinimler, yaşamak için veya normal işlevleri sürdürmek için elzem olandır. Sosyal gereksinimler ise yardımcı gereksinimler olarak tanımlanır (Berry, 1994). Sosyal ve fiziksel gereksinimlerin birbirine bağlılığı bağlamla ilişkilidir. Sosyal bağlamda gereksinim ve lüks arasında anlam kaymaları mümkündür; birinin lüksü diğerrinin gereksinimi olabilir. Hangi ürünlerin gereksinim, hangi ürünlerin lüks olduğu toplumların sosyal dilini oluşturur.

---

<sup>6</sup> İngilizcedeki *refinement* kelimesinin karşılığı olarak kullanılmıştır.

Lüks tarihi, zenginlik, varlık tarihiyle paralellik gösterir, çünkü lüks, doğrudan gelir; ekonomik güçle ilintilidir. Sombart (1998), lüksün tarihi sürecinde gelişimini izlerken, doğrudan başvurulacak özel bir kaynak bulunmadığından bahseder. Başvurulması gereken en geçerli kaynakların dönemlere ait yapılan tüketimi yansıtan gider tutanakları, yapı hesapları ve gezi notları gibi durum tasvirlerini içeren anı literatürü olduğunu ifade eder (Sombart, 1998). Avrupa'da, prenslik sarayları lüks yaşam tarzının kaynağı olarak gösterilir. Lüks tüketimi de dolayısıyla saray erkânı tarafından yapılır. Tarihte lüks fiziksel ve duyuşsal hazla yakın ilişkilendirilmiştir.

Lüks tarihi, zenginlik, varlık tarihiyle paralellik gösterir, çünkü lüks, doğrudan gelikle, ekonomik güçle ilintilidir. Lüks ürünleri çoğunlukla saat, mücevher-takı, giyim, otomobil, parfüm, gastronomi vb. birinci dereceden bireysel kullanım ürünleridir. Bir gösterişçi tüketim biçimi olarak lüks, bireyin özü, kimliği, imgesi ve diğerleri tarafından algılanan değerlerin tümünün eşyalar-mallar aracılığıyla gösterilmesi olarak tanımlanır. Bu tanım için en klasik örnek olarak, tüketicilerin yüksek sosyal statülerinin diğerleri tarafından kabul edilmesi ve diğerlerini etkileme amaçlı yüksek fiyatlı, statü odaklı eşyalara sahip olmaları olarak gösterilir (Richins, 1998). Lüks ürünleri göreceli ve mutlak olarak pahalı olduğundan, gelir ve talebin ölçülmesindeki en belirleyici etkidir. Lüks tüketimin gelikle olan doğrudan ilişkisi, lüks tüketimini tek başına açıklamaya yetmez. Veblen'e göre tüketiciler ürün fiyatını varlık ve zenginlik göstergesi olarak kullanmaktadırlar (Veblen, 1899). Veblen'in hipotezi üzerinden lüks tüketimde, sosyo-ekonomik statünün, dolayısıyla kültürün etkisi önemlidir (Dubois ve Duquesne, 1993). Bir lüks meta olan mücevher, günümüzde ve tüm zamanlarda kadına ilişkin bir tüketim nesnesi olmuştur. Günümüzde dünya lüks pazarının %30'una hâkim İtalyan kaynaklarına göre lüks, birinci derecede kültür, tarz ve zevkle, ikinci derecede cazibe ve beğeniyle ilişkilidir. Farklılaşmayla ilişkili olarak kimlik, yenilikle ilişkili olarak özgünlük, kaliteyle ilişkili olarak otantiklik lüks ürünlerin yaratılmasındaki temel kavramlardır (Cappellieri vd., 2005). Bu çerçeveden bakıldığında çağdaş Batılı mücevherin lüks kavramıyla sıkı bir bağ içinde olduğunu görmekteyiz. Bu saptamalar göstermektedir ki, mücevher üretiminde sıra-malı tabir edilebilecek seri üretim ürünler tasarım bileşeni olmadan rekabet üstünlüğü elde edemezken, geleneksel üretim dokusunda ustalığın ötesine geçerek, çağdaş tasarım dili taşıyabilen ürünlerin rekabet gücü daha yüksektir.

'Lüks bugün, ekonomik değer olmanın ötesinde, kalite, nadirlik, kültür, estetik ve zanaatkârlıktır.' (Aktaran; Capellieri, 2005).

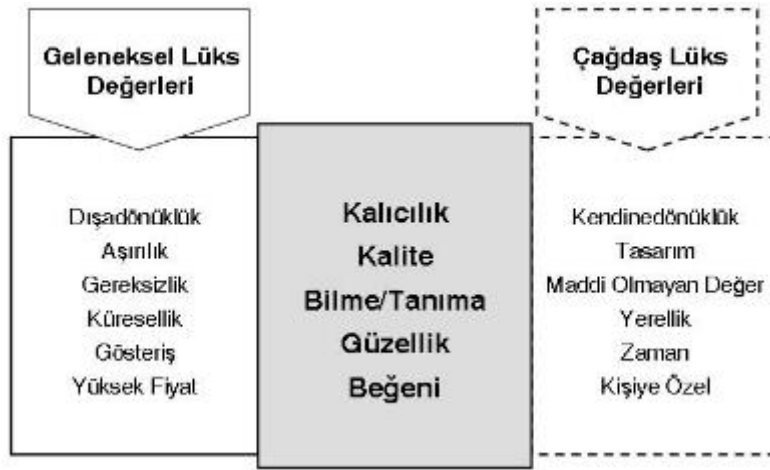
Lüksü niteleyen 'incelme' nesnelere kalitatif veya sıfat yapısındaki yönleridir (Berry, 1994). Bu inceleme tanımı aslında doğrudan biçim, malzeme, üretim, bezeme gibi eşyaların maddeyle ilişkin varoluşlarıyla; yani tasarımla ilgilidir. Sıcak tutmak için giyilen keçi yünüyle kaşmir palto arasındaki fark, giyim



ürünlerinden bir örnek olarak aktarılmaktadır. Prensibi tam ve net olarak aktaracak bir tanımı yoktur. İncelme süreci sonsuzdur.

### Lüks vs. Tasarım

Lüks ve tasarım iki zıt terim olarak görülse bile, lüksün 'güzel' ve 'iyi yapılmış' olması durumu iki kavramı birbirine yakınlaştırmaktadır. Lüks ürünlerinin diğer tüketim, kullanım ürünlerinden ayrılan özellikleri şöyle sıralanmaktadır: kalıcılık, kalite, bilme/tanıma, güzellik, beğeni (Aktaran; Capellieri, 2005). Bu temel özellikler üzerinden, lüksün geleneksel değerleriyle çağdaş değerleri arasındaki değişime bakıldığında, 'tasarımın rolünün çok daha belirgin olarak konumlandığını görüyoruz.



Şekil 3.2.1. Lüksün Değişen Değeri (Cappellieri vd., 2005).

Tasarımın fayda değerinin ötesinde duygusal bağlılık yaratmadaki maddi olmayan değer yaratma gücü, lüks ürünlerindeki etkin işlevlerinden biridir. İtalya'nın lüks ve tasarım arasındaki nişteki başarısını sağlayan faktörün tarz yaratmadaki başarısı olduğu tasarım ve maddi olmayan değer katkısı açısından önem taşımaktadır. Mücevherin kullanımına ilişkin sembolik, duygusal ve iletişimsel işlevlerinin ötesinde ürün olarak lüks olmasının arkasında, mücevheri meydana getiren madenlerin az bulunurluğunun ötesinde bir değer taşımasıdır. Mücevher onu oluşturan madenlerin ve taşların değerlerinin ötesinde 'tasarım' ve 'iyi yapılmışlık'la özdeşleşen yapısıyla değer kazanmaktadır.

Lüks ürünlerinin tüketiminde dışil etkisi önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Berry, 1994). Bir lüks meta olan mücevher, günümüzde ve tüm zamanlarda kadına ilişkin bir tüketim nesnesi olmuştur. Sombart, lüksün tarihinden bahsederken Avrupa saraylarında özellikle metreslerle yaşanan aşk hayatının lüks ürünlerin tüketimi için güçlü bir motivasyon kaynağı olduğundan bahsetmektedir (Sombart, 1998). Günümüzde de aynı tüketim dinamiği süre gelmekte; kadın tüketim nesnesi olan mücevher erkekler tarafından kadınlar için satın alınmaktadır. Lüks tüketimi tarihinde, çoğunlukla saray





ve soylular tarafından gerçekleştirilen tüketimin kayıtlarında, değerli maden, altın ve mücevher kalem olarak hediye başlığında yer almaktadır. Modern toplumlarda giyim ve aksesuarlarda lüks, kaliteli malzeme ve hassas, seçkin işçilikle tanımlanmaktadır.

### 3.3. 21. YÜZYILDA MÜVECHER TASARIMINDA İNOVASYON KAYNAKLARI

Yenilik, kelime anlamının ötesinde, rekabet koşullarında önemli bir ekonomik girdi olarak önem taşımaktadır. İktisatçılar, teknolojik yeniliğin iktisadi gelişme için taşıdığı hayati önemin en geniş anlamıyla her zaman farkında olmuşlardır (Freeman ve Soete, 2003). OECD dört tip inovasyon (yenilik) tanımlar: Ürün inovasyonu, süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon. Bu sınıflandırma için araştırmaya referans olarak alınacak inovasyon türleri, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonudur. Ürün odaklı inovasyon, mücevher endüstrisinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği için en önemli faktörlerden biri olarak sıralanmaktadır. Mücevher endüstrisinin inovasyon kaynakları, ürün (özellikle malzeme), üretim süreçleri ve dağıtım olarak sıralanmaktadır (Carcano vd., 2005). İnovasyon bilgidен ve özellikle mücevher sektörü için farklı, çoğul kültürel girdilerden gelir; teknolojik gelişim, uygulamalı araştırma, zevk ve bezeme kültürünün evriminden kaynaklanır (Coşkun Orlandi, 2009). Mücevher sektörü için ürün odaklı inovasyon şu başlıklar altında toplanabilmektedir:

- i. Tek ve eşsiz parça
- ii. Ürün karmaşıklık seviyesi (teknik olarak)
- iii. İşçilik kalitesi
- iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma
- v. Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma (Stil ve eğilimler önerme)
- vi. Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme
- vii. Dışarıdan gelen girdilerle (pazar bilgisi, tüketici grubu gibi) kendi yaratıcılığını ifade edebilme
- viii. Çağdaş ürün dili taşıma (geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisi)

Proje kapsamında kayıt altına alınan ustaların inovasyon potansiyelleri bu bileşenler üzerinden değerlendirilmiş, proje kapsamında sağlıklı nesnel bir değerlendirme yaparak elde edilen verinin doğru sınıflandırmasını yapabilmek üzere mücevher üretimi için ürün odaklı inovasyon kriterleri için görsel bir harita oluşturulmuştur. Kriterleri karşılayan, küresel rekabet gücü yüksek marka, ürün ve tasarımcı örnekleri Tablo 3.3.1.'de izlenebilmektedir.

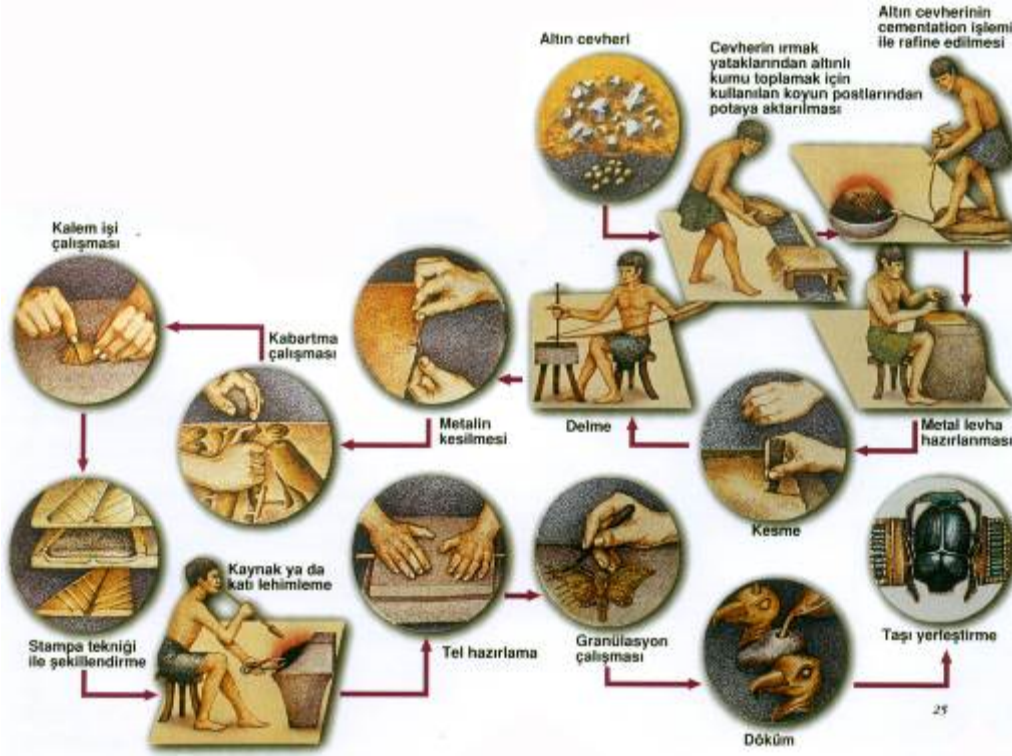
<p>i. Tek ve eşsiz parça <b>Tasarım: René Jules Lalique (Koleksiyon parçası)</b></p>	
<p>ii. Ürün karmaşıklık seviyesi (teknik olarak) <b>Tasarım: Roberto Coin (Roberto Coin markası için)</b></p>	
<p>iii. İşçilik kalitesi (yüzey-finiş) <b>Tasarım: Niessing kurumsal (Niessing markası için)</b></p>	
<p>iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma <b>Tasarım: Pomellato (Pomellato DODO markası için)</b></p>	

<p>v.          Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma (Stil ve eğilimler önerme)  <b>Tasarım: Frank Ghery (Tiffany&amp;CO markası için)</b></p>	
<p>vi.          Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme  <b>Tasarım: Gürhan Orhan (Gurhan markası için)</b></p>	<p>Gurhan</p> 
<p>vii.          Dışarıdan gelen girdilerle (pazar bilgisi, tüketici grubu gibi) kendi yaratıcılığını ifade edebilme  <b>Tasarım: Orlando Orlandini (Orlando Orlandini markası için)</b>  <b>Teknik: Telkari</b></p>	
<p>viii.          Çağdaş ürün dili taşıma (geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisi)  <b>Tasarım: Orlando Orlandini (Orlando Orlandini markası için)</b>  <b>Teknik: Telkari</b></p>	

**Tablo 3.3.1.** Mücevher Sektörü için Ürün Odaklı İnovasyon Kriterleri Görsel Haritası

### 3.4. KUYUMCULUK TEKNİKLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE KUYUMCULUKTA UZMANLIK ALANLARI

Günümüzde kullanılan klasik kuyum üretim teknikleri, kuyumculuğun doğuşundan beri kullanılan tekniklerdir. Şekil 3.4.1 M.Ö. 2000’lerde uygulanan kuyumculuk üretimini şemalaştırmaktadır.



Şekil 3.4.1. M.Ö. 2000’lerde Uygulanan Kuyumculuk Üretim Şeması (Aktaran; Türe ve Savaşçın, 2000)

Mücevher üretiminde makinelerin kullanılmasıyla, mücevher artık her yönüyle atölyede üretilen bir eser olmaktan çıkmış, diğer üretim birimleri tarafından üretilmiş yarı mamullerin bir araya getirilmesi aşamasına ulaşmıştır (Vitiello, 1995). Böylelikle kuyum üretiminde farklı uzmanlık alanları doğmuş, üretim ölçeklerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Altın takı yapımında makine kullanımının Birmingham’da başladığı ifade edilmektedir (Corti, 1995). Kuyumculuk tarihi boyunca en çok kullanılan değerli metal altın olmuştur. Kuyum üretiminde metaller, ürünü oluşturan ‘ana’ metaller ve üretim esnasında kullanılan ‘yardımcı-tali’ metaller olarak iki grupta toplanmaktadır (Modan, 2005). Kuyum üretiminde ana metaller grubunda; altını gümüş, platin ve platin ailesi olarak tanımlanan paladyum, rodyum, iridyum sayılabilir. Bakır, pirinç, kalay, çinko, kurşun, nikel gibi yardımcı metaller, alaşım yapmada ve kalıp, kaynak vb. birleştirme, yarı mamul ürün geliştirme sürecinde kullanılır (Vitiello, 1995). Kuyumculuk, üretim teknolojileri açısından birden fazla bilim dalını kapsamaktadır. Maden, metal ve metal alaşımlarının eşya yapımında kullanılması, şekillendirilmesi süreci, mesleği ‘metalürji’ ve ‘kimya’ ile ilişkilendirir. Mücevher olarak da adlandırılan ve değerli taşların da kullanıldığı ürün

tipolojisinde kullanılan değerli ve yarı değerli taşlar, 'gemoloji-değerli taş' bilim dalı, uzmanlığını kuyum üretimine dahil etmektedir.

Doğada ham halde bulunan metallerin elde edilmesi, işlenebilir hale getirilmesi süreciyle başlayan üretim sürecinde, çok aşamalı ve el işçiliği ötesinde ileri teknoloji kimyasal ve mekanik işlemler bulunmaktadır. Günümüz seri üretim ortamlarında, ileri teknoloji üretim süreçleri, yoğun mühendislik bilgisiyle desteklenmektedir (URL-030). Kuyumculukta sadece değerli metaller kullanılmaz. Saf metallerin kullanılması halinde meydana gelen ürünler çok yumuşak olacaklarından, kolayca aşınacak, dayanım süresi azalacak ve parlaklığını kaybedecektir. Değerli metallerin mekanik özelliklerini geliştirmek üzere diğer metallerle alaşımlar yapılır (Vitiello, 1995).

Kuyumculuk üretim faaliyeti doğası gereği farklı uzmanlık alanlarının işbirliğine ihtiyaç duyar. Doğada ham halde bulunan metallerin elde edilmesi, işlenebilir hale getirilmesi süreciyle başlayan üretim sürecinde, çok aşamalı ve el işçiliği ötesinde ileri teknoloji kimyasal ve mekanik işlemler bulunmaktadır. Ürün hangi üretim yöntemiyle üretilmiş olursa olsun, nihai kullanıcıya ulaşana dek bir seri işlemde geçer. Tek parça-monoblok- mücevher yapmak sadece seri üretim yöntemleriyle mümkündür. Geleneksel üretim ortamında bir ürün birden fazla ustanın tezgâhından geçmektedir. Hammaddenin üretime hazırlanması aşamasından, vitrinde kullanıcıya sunumuna kadar olan süreçte, her ürün için geçerli olan aşamalar bir uzmanlık alanı gerektirir.

### **3.4.1. Seri Üretim Sürecinde Uzmanlık(Meslek) Alanları**

#### **3.4.1.1.Pres Pres (Stampato)-Pres Kalıpcısı**

Kuyumculukta, üretilecek özdeş parçaların sayısı belli bir sayıyı aştığında, seri üretim yöntemlerine; makinelere gereksinim duyulur. Pres tekniği bu seri üretim yöntemlerinden en eskilerindendir. Madeni para üretiminde de yoğun olarak kullanılmıştır (Corti, 1995). Pres tekniğinde, maden, plastik olarak soğukken işlem görmektedir. Yöntem elde çekiçle yapılan baskı tekniğinden, kollu ve hidrolik pres tekniklerine uzanır. Levha metale ağırlık uygulanmasıyla plastik olarak malzemenin yer değiştirerek belli bir biçime sahip pozitif ve negatif (dişi-erkek) kalıpların biçim değiştirmesidir. Kalıp, soğuk metallerin presle işlenmesi için kullanılan araçlara verilen isimdir. Preste dişi kalıp alt kısımdadır, erkek yukarıdan kademeli olarak aşağıya iner. Malzeme; sıkışma, çekme, uzama, katlama vb. unsurlar aracılığıyla islenen biçimi alır (Vitiello, 1995). Çeşitli boylarda mekanik ve elektronik (hidrolik) preslerde, modele göre üretilmiş çelik kalıplarla yapılan üretim şeklindedir. Tezgâhta parçaların alt, üst ve yanlarında gerekli kapatma yanakları yapılarak montaj işlemine geçilir (Modan, 2005). İçi boş mücevher yapımında kullanılan en yaygın tekniktir. Yöntem olarak sınırlı biçimlerin üretimine izin veren bir tekniktir. Çoğunlukla düşük ayar madenden çok sayıda parça üretilebilir. Parça maliyetleri açısından

çok çeşitli ürün, ekonomik olarak uygun değildir. Pres kalıpcısı, presleme tekniği üretim sürecinde kullanılan ürünün nihai biçimini oluşturan biçimi meydana getiren pozitif ve negatif (dişi-erkek) kalıpları hazırlayan kişidir.

### 3.4.1.2.Döküm-Dökümcü

En eski seri maden şekillendirme yöntemlerindedir. En eski uygulamalar MÖ. 2600'da Mezopotamya'da görülmüştür (URL-001). Temel olarak eriyik haldeki madenin ısıya dayanıklı bir kabın şekline göre katılaşmasını sağlayarak işlenmesi sürecidir (Vitiello, 1995). 20.yy.da ise, gelişmiş gereç ve malzemelerle, üretime büyük ölçüde kolaylık ve hız kazandırmıştır. Günümüzde en çok kullanılan üretim yöntemidir. 'Hassas döküm' olarak da ifade edilen bu teknik; kauçuğa alınmış ana kalıpların mumda çoğaltılarak, santrifüj ve vakum tekniğiyle dökülüp, tesviye ve montajıyla yapılan üretim çeşididir (Modan, 2005). Bu seri üretim yönteminde kalıp çok önemli bir yer tutmaktadır. Geleneksel yöntemde, kil, kum ya da mürekkep balığı derisinden kalıplarla çalışılmıştır. Günümüzde hassas döküm bilgisayar teknolojisiyle destekli olarak yapılmaktadır. Mücevher üretiminde yaygın olarak kullanılan teknik, prensibi aynı olmakla beraber birkaç farklı uygulamayla sağlanmaktadır. *Investment Shell Casting (hassas kabuk döküm)* tekniğinde, seramik kalıp, ince cidarlı bir kabuk şeklinde modelin etrafını örterken, *Investment Flask Casting (hassas fanus döküm)* tekniğinde ise bir kabın içindeki kalıp boşluğu haricindeki tüm hacim, seramik/alçı malzemeyle doldurulur (URL-014). Döküm tekniğinde, asıl model önemlidir; hazırda var olan ya da yeni bir biçimin çok sayıda üretilmesinde kullanılır. Ana model, bakır, nikel, çinko ve/veya gümüş alaşımından yapılır. Ana kalıp kendisini tamamen kapatacak şekilde levha kauçuklarla sabitlenir ve ısıtılarak preslenir. Soğuduktan sonra, ortasındaki ana modele zarar vermeyecek şekilde kesilerek ikiye ayrılır. Metal ana model çıkartılır. Kauçuk kalıbın içinde ana modelin biçimi boşluk olarak yer almaktadır, kalıp içine balmumu enjekte edilerek çok sayıda üretilmek istenen biçimden elde edilir (URL-001). Bu işlem sonrasında döküm süreci şöyledir:

- I. Mum modeller model ağacına eritilerek yapıştırılır.
- II. Silindirik bir gömlek (fanus) model ağacı etrafına geçirilir.
- III. Gömlek ile model ağacı arasındaki tüm boşluklara alçı/seramik karışımı dökülür.
- IV. Fırında ısıyla karışım kurutulur ve kalıp ters çevrilerek içindeki mum modellerin eriyip akması sağlanır.
- V. Sıcak kalıp ergimiş metal ile doldurulur. Vakum veya merkezkaç kuvvetiyle döküm kolaylaştırılabilir.
- VI. Basıncı su püskürtülerek kalıp malzemesi temizlenir.
- VII. Döküm ağacından koparılan parçalar, malzeme giriş çapakları temizlenerek döküm sonrası kullanıma hazır hale getirilirler.

Tüm süreci yöneten ve uygulayan kişiye dökümcü denir.

### 3.4.1.3.Otomatik Makine

Kuyum üretim teknikleri arasında yer alan makine üretimi, standartlaşmış bir seri üretim sistemi; Zincir, kilit gibi standartlaşmış ürünlerin ve parçaların el değmeden üretilmesi sürecidir. Madenin otomatik, el değmeden üretilmesi haricinde, temizleme sistemleri, lehim işleri, birleştirme, finisaj gibi yarı mamulden bitmiş ürüne, üretim aşamasının her basamağında makine endüstrisinden yararlanılmaktadır. Kuyum üretiminde makine kullanımı, üretimi artırmış, maliyetleri düşürmüş, aynı zamanda da metal ve alaşımların davranışları hakkında teknolojik bilgilerin geliştirilmesine yol açmıştır (Vitiello, 1995). Hazır makine sistemleriyle ürünlerin standardize edilmesi de mümkün olabilmektedir. Günümüzde bitmiş ürün sınıfında, el değmeden otomatik olarak makinelerde üretimi yapılan en çarpıcı örnek, 20.yüzyılın başına kadar tamamen el işçiliği olan zincirdir. Sınırsız model zincir, neredeyse tamamen otomatik makinelerde seri olarak yapılmaktadır. Zincir, yuvarlak, oval ve kare profil tellerle, sınırsız modelde seri olarak üretilebilmektedir. Zincir üretiminde tel makineye sürekli olarak verilir. Halkanın oluşması için çelik biçimlendiricilerin etrafına sarılır. Sonra kesilir ve diğer halkanın örülmesi için makineye tel beslenir (URL-001). Zincir üreten makinelerin üretim hızları, dakikada imal ettikleri halka sayısı ile ifade edilir. Çok telli, değişik halka ve alaşımlı zincirlerin üretilmesi için de makineler mevcuttur; kesme, şekillendirme, birbirine geçirme, eğme, bükme işlemleri sırasıyla yapılabilmektedir (Vitiello, 1995).

### 3.4.1.4.Elektroform

Elektroform; elektrikle şekil verme, herhangi üç boyutlu karmaşık bir biçime (kalıp, şekil, form) kaplama yoluyla şekil verme yöntemi; kuyum üretiminde, her türlü karmaşık biçimli kalıbın, elektrik kaplama havuzlarında altınla kaplanması yöntemidir. Kalıp, kaplanan metalden ayrıldığında, içi boş altın biçimler meydana gelir (Corti, 1995). Döküm ve pres üretim biçimine göre çok daha ince malzemeyle içi boş biçimler yaratmak mümkündür. 'Yüzey kaplama teknolojisi' olarak da ifade edilen bu yöntemle, çok daha hassas özellikte yüzeyler elde edebilmek de mümkündür. Elektroform üretim biçiminin kuyumculuk üretiminde geçerli bir üretim haline gelmesindeki en büyük neden, 1980'lerden itibaren hammadde olan altın fiyatlarındaki yükseliş ve dalgalanma olarak ifade edilmektedir (Müller ve Biagi, 1999). Elektroform üretim yöntemi, ağırlık ve büyüklük ilişkisi açısından avantajlar sağlamış, taşınabilir hafiflikte, iri parçalar yapma olanağı sunmuştur. Elektroform üretim yöntemi de içi boş mücevher üretim yöntemidir. Yüksek ayarda ancak düşük gramajda ürünlere olanak verir. Pres üretim tekniğinde olduğu gibi, bitmiş ürünün parçalarını üretmek mümkündür ve bu parçaların daha sonra bir araya getirilmesi, lehimlenmesi süreciyle ürün son halini almaktadır (Raw, 2002).



### 3.4.2. Geleneksel (El İşçiliği) Üretim Sürecinde Uzmanlık Alanları

#### 3.4.2.1.Sadekâr

Ham maddeyi mamule çeviren usta olarak tanımlanır. Meslek jargonunda ustanın 'sadeci' olarak tabir edildiği görülebilmektedir. Sadekârın tezgâhında maden, hiçbir ısıl işlem görmeden, sadece mekanik işlemlerle biçimlendirilir ve herhangi bir mekanik seri üretim tekniği kullanılmaz. Sadekâr diğer uzmanlık dallarının tamamını bilir, yapılacak işlemleri bu bilgisiyle üretim akışı içinde yönlendirir.

#### 3.4.2.2.Mıhlayıcı

Madenden elde edilen ürünün tasarımı doğrultusunda değerli veya yarı değerli taşın maden üzerinde taş için ayrılan boşluklara yerleştirilmesi işlemidir. İşlem üç farklı şekilde olabilir; kasalama, sıkıştırma ve mıhlama. Mücevherin süslenmesi aynı anda iki amaca hizmet etmektedir; taşı sıkıca sabitleyip madenden ayrılmasını önlemek ve taşın ışığını, rengini ve canlılığını azami şekilde pekiştirmek (Vitiello, 1995). Taş, biçimi, cinsi, rengi gibi ölçütlerle birlikte mücevherin tasarımına göre farklı yöntemler kullanılarak madene yerleştirilebilir, evrim geçiren bir işlem türüdür, ustasına göre özelleşebilir. Mıhlama ustasına 'mıhlayıcı' denir. Mıhlama türleri üzere değerli taşın türüne göre alaturka ve alafranga olmak üzere ikiye ayrılır. Alaturka mıhlama sadece elmas için kullanılan mıhlama işidir. Her iki teknik beraberinde uzmanlık alanını getirmiştir.

- Alaturka mıhlama (elmas)
- Alafranga mıhlama (pırlanta) çeşitleri:
  - Zemin Mıhlama
  - Tırnak Mıhlama
  - Kanal Mıhlama
  - Sivama Mıhlama
  - Gısmıt Mıhlama
  - Amerikan Mıhlama
  - Invisible (Görünmez) Mıhlama
- Mum mıhlama- Mikro mıhlama

#### 3.4.2.3.Cilacı

Cila bir metal aşındırma yöntemidir. Ürünün kullanıma, satışı, teşhire hazır hale getirilmesi sürecinde yüzey bitirme işlemlerinden sonuncusudur (Corti, 1995). Genellikle zımparadan sonra, perdah tozu cilalayıcı bileşenleriyle dolu fırça ya da döner tekerler kullanılarak metale parlaklığın kazandırıldığı bitirme aşamasıdır. Metal biçimlendirme aşamalarının ardından, yüzeydeki çukur ve çiziklerin derinlik seviyesine göre, iri aşındırma yöntemlerinden ince aşındırma yöntemlerine kadar çeşitli aşamalarda

yüzey düzeltme, yumuşatma ve parlatma işlemi uygulanır (Corti, 1995). Düz, kusursuz bir yüzey, direkt ışığı eşit oranda ve etkin olarak yansıtacaktır. Böylece yüzey çok yansıtıcı olacaktır; buna parlak cila denmektedir. Cila işlemi, fırçalama vb. mekanik aşındırma yöntemleriyle yapılabildiği gibi, kimyasal, ultrasonik, elektrolitik yöntemlerle de yapılmaktadır.

#### **3.4.2.4.Kalemkâr**

Madeni levha üzerine çelik kalem darbeleriyle hazırlanan her türlü kakma ve çökertme tekniğiyle yapılan işçiliktir (Kuşoğlu, 2006). Kakma işçiliği kalem adı verilen keskin olmayan gereç yardımıyla, çekiç darbeleriyle levha maden üzerinde desenler yapma tekniğidir. Kalem ustasına kalemkâr denir. Levha üzerine önce serbest elle çizim yaparak daha sonra levhayı kalem yardımıyla kazıyarak üç boyutlu çizim yapmış olur.

#### **3.4.2.5.Mineci**

Mine bir maden bezeme tekniğidir. Minecilik veya emayecilik, madeni bir cismin kısmen veya tamamen muhtelif renklerdeki camla kaplanmasıdır. Mine veya emaye, değişik tiplerde ve maden oksitleri tarafından renklendirilmiş camdır. Değişik maden oksitlerinin cam tozlarıyla karıştırılmasından ortaya çıkan bileşim, maden üzerinde istenilen yere doldurulur ve fırınlanır. Camın erime derecesinin, uygulandığı soy metalden daha düşük olmasından yararlanılarak yapılan süsleme tekniğidir (Modan, 2005). Özgün geleneksel yöntem, sıcak mine tekniğidir. Günümüzde, mücevher endüstrisinde, çoğunlukla soğuk mine tekniği kullanılmakta ve cam yerine kimyasal boya kullanılmaktadır.

- Sıcak (Fırın) Mine
- Soğuk Mine: silikon bazlı, x-ray ışını ile uygulanan teknik

#### **3.4.2.6.Ocakçı**

Ocak, kuyumculukta kullanılan altın ve gümüş gibi madenlerin, grafit potalar içinde ergime ısısına getirilerek eritildiği ve tel veya levha (astar) haline getirildiği yerdir (Modan, 2005). Kuyum üretimi işleyiş sırasında, üretilecek ürünün biçimsel özelliklerine göre hammaddenin üretime hazır hale getirilmesi aşamasıdır. Klasik yöntemde altın ve gümüşü eritmek için yüksek ısı gerektiğinden, ocakta taş kömürü kullanılır (Kuşoğlu, 2006). Ancak günümüzde makine endüstrisinden faydalanılarak, gaz veya elektrikli fırınlarda bu işlem gerçekleştirilebilmektedir (Corti, 1995).

- Klasik Kömürlü Ocak
- Elektrikli Ocak
- Tüplü Ocak

### **3.4.2.7.Mübayaacı**

Has altın ve gümüş satılan yere verilen addır. Mübayaacı, değış tokuş manasına gelen bir kelimedir. Kuyumculukta kişi veya firmaların ellerinde bulundurdukları maddi değeri olan külçeleri belirli bir ücret karşılığında saf metal ile değıştiren kişilere mübayaacı, bu işe ise mübayaacılık denir. Kuyumculukta yanlış ayarlanmış madenler veya içinde istenmeyen artıklar bulunan alaşımlar mübayaacıya götürülür. Burada saf metal ile değıştirilir. Mübayaacılar ise müşterilerden aldıkları karışık metalleri ifrazcı adı verilen ve saflaştırma (arıtma, rafinelime) işlemini yapan işletmelere ücret karşılığı temizletirler. İfrazcılar, külçeler içindeki sadece saf metal miktarını mübayaacılara öderler. Altın dışındaki diğer değerli metaller ifrazcılara kalır.

### **3.4.2.8.Ramatçı**

Ramatçılık gözle görülmeyen altın parçacıklarının yakma ya da elektroliz yoluyla geri kazanılması işlemidir. Kuyumcu atölyelerinde altın işlenirken havaya, suya ya da toza karışan parçacıkların oranı yüzde 5'e kadar çıkabildiği belirtilmektedir. Atölyenin sermayesi madenin miktarı olduğundan değerli maden kaybının aza indirilmesi için yapılan işlemdir. Ramatçılar bu işlemi fason olarak işler. Atölyelerden sağlanan atıklar önce yüksek ısıda yakılır. Daha sonra bu küller titan kazanlar içinde kimyasal sistem kullanılarak altın geri kazanılır. Daha sonra dipte kalan çamur yüksek ısıda (potada) gümüş karışımı ile çamurdaki tüm metaller tekrar geri alınır.

## **3.4.3. Destek Uzmanlık- Meslek Alanları**

### **3.4.3.1.Zincirci**

20.yüzyılın başına kadar tamamen el işçiliğiyle üretilen zincir, günümüzde neredeyse tamamen otomatik makinelerde seri olarak yapılmaktadır. Zincir, yuvarlak, oval ve kare profil tellerle, sınırsız modelde seri olarak üretilebilmektedir; zincir üretiminde tel makineye sürekli olarak verilir, halkanın oluşması için çelik biçimlendiricilerin etrafına sarılır, sonra kesilir ve diğer halkanın örülmesi için makineye tel beslenir. Zincir üreten makinelerin üretim hızları, dakikada imal ettikleri halka sayısı ile ifade edilir. Çok telli, değışik halka ve alaşımlı zincirlerin üretilmesi için de makineler mevcuttur; kesme, şekillendirme, birbirine geçirme, eğme, bükme işlemleri sırasıyla yapılabilmektedir ( Vitello, 1995).

### **3.4.3.2.Yarı Mamülcü**

Kilit, aparat türleri, istenilen ayarda astarlar ve teller, yumuşak/sert kaynaklar vs. gibi ürün destek ürünleri temin eden kişidir. Günümüzde kuyum üretim teknikleri arasında yer alan makine üretimi standartlaşmış bir seri üretim sistemidir. Zincir, kilit gibi standartlaşmış ürünlerin ve parçaların el değmeden üretilmesi sürecinde tamamen makine üretimi kullanılmaktadır. Madenin otomatik, el değmeden üretilmesi haricinde, temizleme sistemleri, lehim işleri, birleştirme, finisaj gibi yarı

mamulden bitmiş ürüne, üretim aşamasının her basamağında makine endüstrisinden yararlanılmaktadır. Hazır yarı-mamuller yeni bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de hizmet veren önemli bir tedarikçi örneği olarak Botevecchio firmasını izleyebiliyoruz (URL-005).

#### **3.4.3.3.Taş İşleme Atölyeleri**

Pırlanta gibi değerli renkli taşlarla, yarı değerli ve sentetik taşları tasarıma göre istenen biçimde kesme işlemini yapan atölyedir.

#### **3.4.3.4.Ayarevi**

Metal analizi yapan ticari kuruluşlara ayar evi adı verilmektedir. Değerli metallerin ya da soy metallerin belli bir cetvele göre saflık tespitlerini yapan ticari kuruluşlardır. Metal analizinde 4 farklı yöntem kullanılmaktadır.

- Titrasyon yöntemi
- Kupelasyon yöntemi
- XR cihazı ile tahin yöntemi
- Polokrafik yöntemi

## **4. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİM SÜRECİ VE İSTANBUL KUYUMCULUK KÜMESİ**

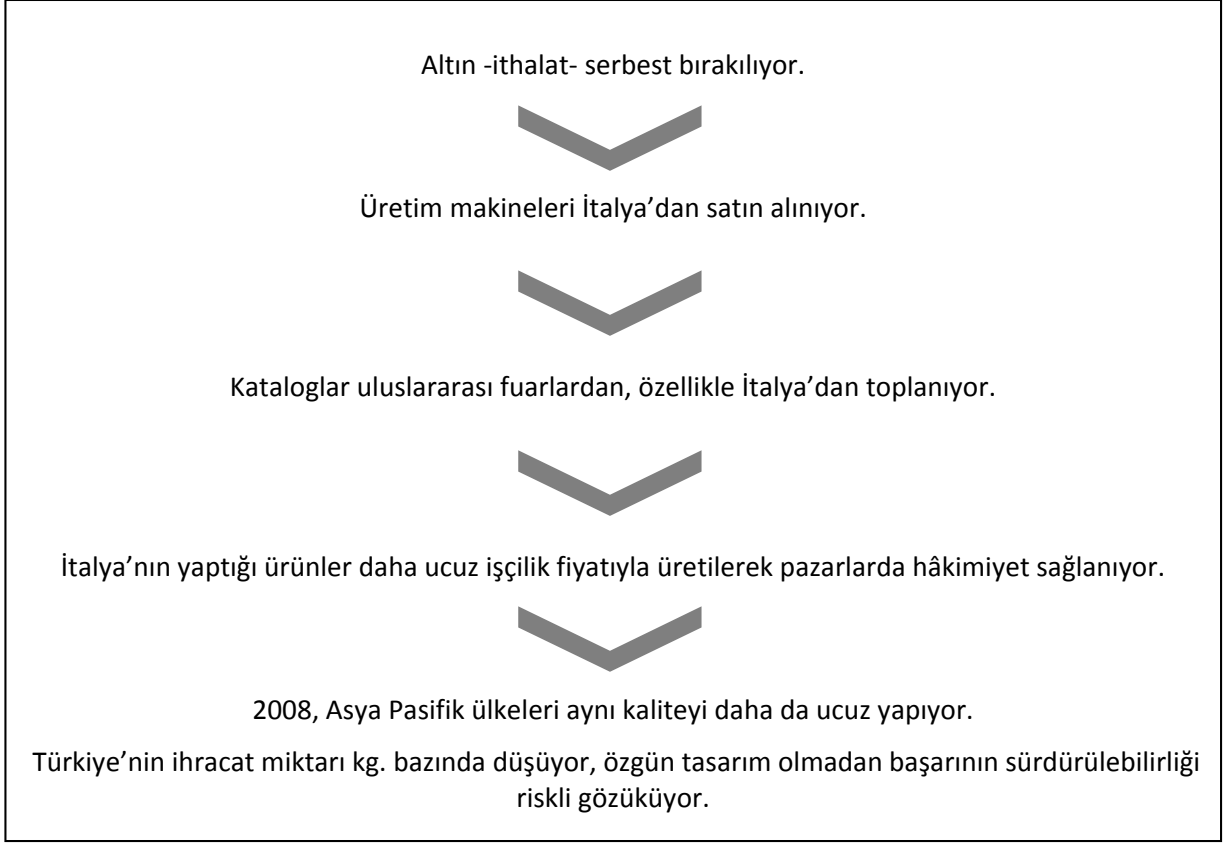
Araştırma kapsamında, Kapalıçarşı kuyumculuğunun güncel mücevher piyasasındaki konumunu belirlemek üzere tarihi kaynaklar üzerinden bir değerlendirme yapmadan önce Türkiye mücevher endüstrisinin gelişim sürecini analiz ederek, yapısal analiz çerçevesinde Kapalıçarşı'nın güncel üretimini değerlendirebilmek önemli görülmektedir.

Türkiye mücevher endüstrisinin güncel konumuyla ilgili çalışmalar ağırlıklı olarak 2000'li yıllarla birlikte yapılmaya başlanmış ve çoğunlukla sayısal veriler aracılığıyla hazırlanan rapor niteliğinde yayınlar olmuştur (Bilgin, 2006; Kaplan, 2003; Yılmaz, 2006; Anonim, 2005; Anonim, 2000; Anonim, 1996, Anonim, 2003b; Anonim, 2004; Anonim, 2003a). Bu çalışmalar, Türkiye mücevher endüstrisinin başarısını sadece ihracat rakamları gibi nicel veriler üzerinden değerlendirdiğinden, stratejik önermeler yapma konusunda literatür çok yetersiz kalmakta, kendini tekrar eder nitelik taşımaktadır. Bu sebeple, yürütülen proje kapsamında sektörel kaynaklar taranmış, yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerle karşılaştırmalı olarak dinamik bir sektörel analiz hedeflenmiştir. Bu bölümde Türkiye mücevher endüstrisinin sektörleşme süreci ele alınmış, sayılarla son on yıl içindeki değişim analiz edilmiş, sektörleşme süreci içinde kurumsal yapılanma, yaratıcı etkinlik olarak tasarım, tasarım odaklı stratejiler aktarılmıştır.

### **4.1. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ SEKTÖRLEŞME SÜRECİ VE YAPISAL ANALİZİ**

Türkiye mücevher ve altın takı sektörü, 2000'li yıllarla birlikte altın işleyip satan ülkeler arasında, İtalya'nın öncülüğünü koruduğu bir yarışta, İtalya'nın hemen arkasında yer almaya başlamıştır. Sektörün bu başarısını son yirmi yıllık ivmede izlemek mümkündür. Bu başarının ardındaki dinamiklere baktığımızda, kaynağında iki temel yol olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, 1980'li yıllarda ekonominin liberalleşmesi süreciyle birlikte bir dizi ekonomik karar ve değişimler olmuştur. 1989 yılında Merkez Bankası'nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla Türkiye'de altın kaçakçılığına son verilmiş ve altın ithal ve ihracı yasal yollardan yapılmaya başlanmıştır (Anonim, 2003b). İhracattaki başarının yakalanması süreciyse, 1990'ların ortasından itibaren başlamaktadır. 1995 yılında faaliyete geçen İstanbul Altın Borsası, altın fiyatlarının dünya fiyatları ile paralel hale gelmesini, ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olmasını ve yurt dışından yapılan gayri resmi altın ithalatının engellenerek altın ticaretinin kayıt altına alınmasına olanak sağlamıştır (Anonim, 2003b). Daha da önemlisi, altın borsasının kurulmasıyla sektörün dünya piyasalarıyla aynı fiyata hammadde temin edebilmesi, sektörü uluslararası pazarlarda ucuz fiyatla rekabet edebilir hale getirmiş, üretimi artırmıştır. Sektörün gelişim sürecinde sektörde faaliyet gösteren üreticilerle yapılan görüşmeler

sonucunda elde edilen bilgilere göre sektörün başarısını tetikleyen başlıca nedenler ve sektörleşme süreci, aşağıdaki şemayla açıklanabilmektedir (Coşkun Orlandi, 2009).



**Şekil 4.1.1.** Sektörleşme Sürecini Gösterir Şema (Coşkun Orlandi, 2009)

Ekonomik şartların değişim süreciyle birlikte aktif hale gelen mücevher sektörünün bugün yakalamış olduğu uluslararası başarının ardındaki diğer başlık ise, kültürel ve coğrafi olarak Türkiye topraklarındaki altın üretim becerisidir. Türk toplumunun sosyal bir kod olarak altın takıya olan merakı ve altın tüketimi, Türkiye topraklarında tarihi bir gelenek olarak nitelenebilecek ustalıkla birlikte, bugünkü başarının kaynağı olarak yorumlanmaktadır. Tarihi bağlamda bugünkü kuyumculuk kültürel mirasının kaynakları şöyle sıralanabilmektedir; Anadolu topraklarında antik çağlardaki kuyumculuk ve mücevher üretimi, Türk kavimlerindeki altın eşya ve takı üretimi ve Osmanlı İmparatorluğu dönemi değerli madenden yapılmış eşya, aksesuar ve mücevherleri.

Bugünkü Türkiye toprakları üzerinde yaşamış her uygarlık kuyumculuk mirası bırakmıştır. Anadolu topraklarında, insanlık tarihinin önemli dönüm noktalarından kabul edilen Neolitik (Cıvalı Taş) devre ait önemli bulguları izlemek mümkündür. Diyarbakır yöresindeki Çayönü Tepesi, Konya ili Çumra ilçesi civarında Çatalhöyük, Aksaray ili sınırları içindeki Aşıklar Höyük ve Niğde civarındaki Köşkhöyük yerleşimlerinde yapılan kazılarda M.Ö. 7000-5000 yılları arasında çeşitli taşlardan, bakırdan, kemik, diş ve boynuzdan, kırmızı akikten ve deniz kabuklarından gerdanlıklar, boncuk dizileri, bilezikler ve

yüzükler bulunmuştur (Meriçboyu, 2001). Kuyumculuğun da doğuş tarihi olarak bilinen Erken Bronz Çağı, metal işlemeciliğinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Metal işlemeciliğinin başladığı tarihlerden itibaren Anadolu'da varlık gösteren tüm uygarlıklar değerli madenleri takı ve süs eşyası yapımında kullanmıştır. Türkiye topraklarında maden, değerli maden işliğı ve takı kültürü mirası bırakan uygarlıklardan başlıcaları şöyle sıralanabilir: Erken Tunç Çağı (M.Ö. 3000-2000) Hitit Uygarlığı, Orta Tunç Çağı (M.Ö. 2000-1000) Hitit Uygarlığı, Demir Çağı (M.Ö. 1000) Geç Hitit Krallığı, Urartu Krallığı, Frigya, Lidya, İyonya, Anadolu Pers Egemenlikleri, Helenistik dönem (M.Ö. 330-30) Roma İmparatorluğu ve Doğu Roma-Bizans İmparatorluğu (Türe ve Savaşçın, 2002) Türkiye mücevher üretiminin diğere kaynakları, Osmanlı İmparatorluğu'na kadar varlık gösteren Türk etnik kökenli uygarlıklar olmuştur. Selçuklular, Hunlar, Göktürkler, Avarlar, Peçenekler, Bulgarlar, Kırgızlar'da altın ve altından yapılmış eşyaların yüksek statü sembolü olduğı, ekonomik değer taşıdığı ve gündelik hayata yansıdığı bilinmektedir (Öztekin vd., 2002). Selçuklular Osmanlılara büyük bir maden sanatı mirası bırakmışlardır. Bugünkü Türkiye mücevher üretiminin başlıca kaynağını Osmanlı İmparatorluğu saray kuyumculuğı ve saray dışında etkin olan İstanbul Kapalıçarşı kuyumculuğı oluşturmaktadır. Proje kapsamında İstanbul kuyumculuğunun tarihsel kaynaklarının bir okuması yapılmış, detayları raporun beşinci bölümde aktarılmaktadır.

#### **4.2. RAKAMLARLA TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ**

Sektörle ilgili istatistiki veri toplayan ve sistemli değerlendirme yapan bir kuruluş bulunmamaktadır. İstanbul Kuyumcular Odası, İstanbul Altın Rafinerisi ve İstanbul Altın Borsası sektörel verileri takip eden, değerlendirme yapan ve doküman haline getiren kuruluşlardır. İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliğı işlevi gereğı ihracat istatistiklerini tutmakta ve yayımlamaktadır. Dünya Altın Konseyi İstanbul Ofisi Genel Müdürü'nün ifadesiyle Türkiye altın takı sektörü 200'li yıllarla birlikte dünyada en hızlı büyüyen altın sektörü ve Türkiye'de de en hızlı büyüyen sektör olarak konumlanmıştır (Coşkun Orlandi, 2009). Dünya üzerinde altın arz ve talep istatistiklerini tutan GFMS (URL-012) verilerine göre 2007 yılında Türkiye, Hindistan ve Çin'den sonra en çok altın işleyen üçüncü ülke konumundayken, 2013 yılına gelindiğinde Türkiye konumunu korumuş, birincilik sırası Hindistan'dan Çin'e geçmiştir (Tablo 4.2.1.).

Dünyada Altın İşleyen Ülkeler (Hurda Dâhil)			
2007 Yılı Verileri		2013 Yılı Verileri	
Hindistan	592.1 ton	Çin	987.3 ton
Çin	297.1 ton	Hindistan	715.8 ton
<b>Türkiye</b>	<b>219.7 ton</b>	<b>Türkiye</b>	<b>178.1 ton</b>
İtalya	207.9 ton	ABD	160.0 ton

**Tablo 4.2.1.** Dünyada Altın İşleyen Ülkeler (Hurda Dâhil) (URL-012)

Dünyada Altın Takı Tüketimi (Hurda Dâhil)			
2007 Yılı Verileri		2013 Yılı Verileri	
Hindistan	479 ton	Çin	816.4 ton
ABD	348 ton	Hindistan	612.7 ton
Çin	201.1 ton	ABD	76.6 ton
<b>Türkiye</b>	<b>155 ton</b>	Rusya	73.3 ton
Arabistan	128.2 ton	<b>Türkiye</b>	<b>73.3 ton</b>

**Tablo 4.2.2.** Dünya Altın Takı Tüketimi (Hurda Dâhil) (URL-012)

2007 yılında dünya çapında üretim ve tüketim rakamlarına karşılaştırmalı olarak bakıldığında Türkiye'nin dünya sıralamasında hem tüketimde hem de üretimde önemli bir işlem hacmi olduğunu izlenmektedir.

	Dünya Üretim Sıralaması	Dünya Tüketim Sıralaması
Hindistan	1.	1.
İtalya	2.	7.
<b>Türkiye</b>	<b>3.</b>	<b>4.</b>
ABD	4.	2.
Çin	5.	3.
Japonya	6.	-
S. Arabistan	7.	-

**Tablo 4.2.3.** Dünya Altın Takı Tüketimi (Hurda Dâhil) (URL-012)

Bu karşılaştırmaya nüfus ölçeği de eklendiğinde daha farklı bir sonuç çıkmaktadır. Hindistan, altın mücevher üretiminde ve tüketiminde dünya liderliğine sahip olmasına karşılık, nüfus yoğunluğundan dolayı AB, ABD ve Türkiye'yle karşılaştırıldığında kişi başına düşen gr/yıl oranına göre altın mücevher miktarı oldukça düşüktür. Bu çerçeveden bakıldığında karşılaştırmalı rakamlar şöyledir:

Dünya Yıllık Kişi başı Altın Takı Tüketimi gr/YIL			
2007 Yılı Verileri		2013 Yılı Verileri	
Birleşik AE	-	Hong Kong	8.31
<b>Türkiye</b>	<b>1.6</b>	Birleşik AE	6.25
ABD	1.28	Singapur	5.48
AB	1	Tayland	2.52



Hindistan	0.46	Suudi Arabistan	2.47
		<b>Türkiye</b>	<b>2.29</b>

**Tablo 4.2.4.** Dünya Yıllık Kişi Başı Altın Takı Tüketimi gr/YIL (Anonim, 2004 ve URL-012)

Değerli Maden ihracatının Türkiye toplam ihracatı içindeki payı 2008 yılında %1.18'lik oranda gerçekleşmiştir. En yüksek oran %1.68 olarak, sektörün en çok büyüme yaşadığı 2003 yılında görülmüştür(URL-019). Türkiye mücevher sektörü resmi olarak ihracat yapmaya başladığından beri sürekli artış göstermiştir. Değerli maden ihracatının Türkiye toplam ihracatı içindeki payı 2013 yılında %1.5'lik oranda gerçekleşmiştir. Sektörleşme süreci boyunca değerli maden ihracat rakamları 2008-2009 yılları arasında yaşanan küresel finansal krize kadar sürekli artış göstermiştir. 2009 yılında önemli bir düşüş yaşanmasına rağmen, 2013 yılına kadar tekrar bir yükseliş ivmesi kazanmıştır (Tablo 4.2.5.).

Yıl	İhracat Milyon\$
1992	12.7
1993	23.6
1994	44.2
1995	55.4
1996	109.2
1997	160.7
1998	207.2
1999	285.2
2000	384.3
2001	430.7
2002	522.3
2003	696.6
2004	842.6
2005	1.100
2006	1.200
2007	1.478
2008	1.507
2009	987.6
2010	1.205
2011	1.461
2012	2.082
2013	2.253

**Tablo 4.2.5.** Sektörleşme Sürecinde Türkiye Değerli Madenler İhracat Rakamları Yıl/\$ (URL-019)

### 4.3. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİ ÜRETİCİ PROFİLLERİ VE İSTİHDAM

Türkiye'de ve İstanbul'da kuyumculuk üretimi içinde yer alan firma ve çalışanların toplam sayısı resmi olarak kayıt altına alınamamaktadır. Sektörel yayınlarca ifade edildiği haliyle; ulusal toplamın yaklaşık

40.000 toptancı, ihracatçı, perakendeci ve üretici ile 250.000 çalışan olduğu tahmin edilmektedir (Coşkun Orlandi, 2009). Türkiye Kuyumculuk Sektörü 1990 yıllarında 70.000 kişiyi istihdam ederken, günümüzde bu rakam 250.000 kişiye ulaşarak önemli oranda istihdam artışının da göstergesi olmuştur. Sektörde ortalama işletme tipi üretimde atölye düzeyinde olup, irili ufaklı yaklaşık 10.000 civarında olduğu bildirilmektedir. Buralarda çalışan kişi sayısı 50.000 olarak tahmin edilmekte ve atölyelerde ortalama 4–5 kişinin çalıştığı görülmektedir. Türkiye Kuyumculuk Sektörü'nde perakende satış yapan mağazaların sayısı ise 50.000 civarındadır. Buralarda çalışan sayısının yaklaşık 150.000 kişi olduğu, perakende satış yapan bu mağazalarda ortalama 2–3 kişi bulunduğu ve bunların ağırlıklı olarak akraba ilişkisi taşıdığı ifade edilmektedir. Satış mağazaları başta İstanbul olmak üzere büyük şehirlerde yoğun, Ege ve Akdeniz Bölgeleri'nde ise dağınık bir şekilde bulunmaktadır (Coşkun Orlandi, 2009). Kapalıçarşı Esnaf Derneği'nden alınan bilgilere göre, sadece Kapalıçarşı'da halen 1,800 civarında kuyumcu ve atölye faaliyet göstermektedir.

TÜİK'in 2001 verilerine göre, Türkiye'deki on ve üzeri istihdamın bulunduğu toplam 44 firmanın, yüzde 35'i İstanbul'da bulunmaktadır. İstanbul'da 1995 ile 2001 yılları arasında firma sayısı %133 oranında, işçi sayısı %143 oranında artmış ve bu altı yıllık dönem boyunca katma değer 12 misli yükselmiştir (Artmatlı Köroğlu vd, 2010). Yıllık 400 tonu bulan altın, 200 tonu bulan gümüş işleme kapasitesine sahip olan ve yaklaşık 250.000 çalışanın istihdam edildiği Türkiye Kuyumculuk Sektörü, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin(KOBİ) genel görünümünü de bire bir yansıtmaktadır (Coşkun Orlandi, 2009). 1990'lı yıllarla birlikte büyük ölçek işletmeler markalı ürün üretiminde belirgin olarak öne çıkmış, markalı tasarlanmış ürün kimliğini en iyi yansıtan işletmeler olarak özelleşmişlerdir. Sektörleşmeyle birlikte, Türkiye'de kuyumculuk kavramı ürüne odaklı bir yapı sergilemeye başlamıştır. Bunu en belirgin şekilde kuyumcu dükkânlarında izlenen yapısal dönüşümde takip edebilmekteyiz (Resim 4.3.1. ve Resim 4.3.2.). Sektörleşme sürecinde mücevher tüketimine yansıyan değişim ve Türkiye mücevher sektörü tüketim örüntüsü dördüncü bölümde 4.6. nolu başlık altında ele alınmaktadır.



**Resim 4.3.1.** Geleneksel Kuyumcu Perakende Satış Vitrini

**Resim 4.3.2.** Kurumsal Mücevher Markası Perakende Satış Vitrini

#### 4.4. MÜCEVHER ÜRETİM BÖLGELERİ VE KÜMELENME

Türkiye’de Anadolu’da her şehirde kuyumculuk yapılmaktadır. Kimi bölgeler diğerlerine göre yöresel zanaat kültürünün parçası olan özel üretim teknikleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır. İstanbul mücevher üretiminin merkezidir. İstanbul’da kuyumculuk sektörü tarih boyunca kentin tarihi merkezi olan Eminönü alt yığılma bölgesinde yer almıştır. Son yıllarda, Eminönü Bölgesinde yaşanan dönüşüm sonucunda İstanbul Metropolen Alanında yeni kuyumculuk yığılmaları gelişmektedir. Metropolen alanda öne çıkan bölgeler arasında Eminönü bölgesi ilk sırada yer almaktadır. Eminönü bölgesini Bahçelievler ve Kadıköy izlemekte, daha sonra sırasıyla Küçükçekmece, Bağcılar, Sisli, Gazi Osmanpaşa ve Fatih ilçeleri gelmektedir (Armatlı Köroğlu vd., 2010). Başlıca mücevher üretimi, Tarihi Yarımada’da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. 2006 yılında İstanbul Yenibosna’da hizmete giren Kuyumcukent’in hedefi; *“Kapalıçarşı ve çeşitli hanlarda sağlıklı koşullarda üretim yapan küçük ve orta dereceli işletmeleri temiz ve teknolojik bir çatı altında toplayarak onları ihracata hazırlamak”* olarak ifade edilmekte (URL-006) ve Kuyumcukent bir üretim kümesi olarak lanse edilmektedir ( Armatlı Köroğlu vd., 2009). Son on yıllık dönemde büyüme göstererek orta ölçekten büyük ölçeğe geçen endüstriyel üretim işletmelerinin bazıları, Bağcılar, Güneşli, Merter sanayi bölgelerinde kendilerine ait binalarda üretim yapmayı tercih etmektedirler (Coşkun Orlandi, 2009).

Türkiye’de mücevher üretim kümesi olarak nitelenebilecek tek yapı Kapalıçarşı’dır. Kapalıçarşı, mikro ölçekli işletmeleriyle geleneksel bir zanaat üretim kümesi modelini temsil etmektedir. Kapalıçarşı ve çevresi, Sanayi Devrimi öncesi kişisel el hünerinin ve en hassas üretimin değişmeyen merkezidir. Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkmaya başlayan değişimlere uyum sağlamıştır. Çünkü burası, Ehl-i Hıref kurumunun desteğindeki mesleklerin bir tür “kümelenme modeli” olarak biçimlenir (Küçükerman ve Mortan, 2009). Günümüzde Kapalıçarşı’da kuyumculuk ana meslek gruplarındandır. Toplam 450 kuyumcu dükkânı 22. 5 milyon \$ sermayeye sahip olduğu aktarılmaktadır (Küçükerman ve Mortan, 2007). Geleneksel üretime kaynaklık eden yapıda ‘Usta-Kalfa-Çırak’ süreklilik gösterir.

‘Kapalıçarşı’nın bir mekân olarak yayıldığı alan ateşleyici işlemi görür. Fin uygulamasının “her mekân bir kuluçkahanedir” ilkesi bize Kapalıçarşı’da, altın ve mücevherat işleyen kuyumcu sayısı kadar kuluçkahane olduğunu söyler. 1461’den bu yana, multi-etnik bir yapıda, altın alım-satımının merkezi Çarşı altın alır, eritir, şekil verir, üretir.’(Küçükerman ve Mortan, 2007)

Daha önce yürütülen araştırmalara göre (Armatlı Köroğlu vd., 2010), İstanbul Kapalıçarşı dünyanın en eski ve en köklü kuyumcu kümesi olarak tanımlanabilmektedir. Köklü tarihi geçmiş ve geçen beş yüzyıllık süreçte kuyumculuk üretiminin kesintisiz sürmekte olması İstanbul kuyumculuk kümesi için önemli bir sektörel birikim ve üretim kültürünü beraberinde getirmektedir. Armatlı Köroğlu ve diğerleri tarafından yürütülen araştırma (2010), İstanbul kuyumculuk kümesinde sektörel yapının dünya

örnekleriyle büyük oranda benzerlik gösterdiği sonucuna ulaşmıştır. Sektör işlem yoğun yapısı ile önemli bir istihdam kaynağı olarak tanımlanmakta, İstanbul kuyumculuk kümesi ve dünya örneklerinde de büyük istihdam olanağı yaratmaktadır. Kuyumculuk üretiminin dünyada belli başlı bölgelerde yığılmış olması sektörde ihracat kapasitesinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Ancak dünya örneklerinde üretimin hacmine ve niteliğine bağlı olarak ihracat hacimleri ve pazarları da farklılaşmaktadır. Kuyumculuk sektörü genel anlamda büyüme kapasitesi yüksek bir sektör olarak değerlendirilmekle birlikte, tüm örnekler sürekli bir büyüme göstermemektedir. Göreli olarak daha yeni oluşumlar olan Bangkok ve Johannesburg örneklerinde büyüme eğiliminin daha yüksek olduğu görülmektedir. İstanbul kuyumculuk kümesi yüksek büyüme eğilimi ile bu örneklere benzerlik göstermektedir. Sektörde küçük firmaların baskın konumu şahıs şirketlerinin ve aile şirketlerinin de önem kazanmasına neden olmaktadır. Aile şirketlerinin ağırlığının en belirginleştiği örnek İtalya kuyumculuk kümeleridir (Artmatlı Köroğlu vd., 2010).

İstanbul kuyumculuk kümesinin dünya örnekleri ile karşılaştırılması Tablo 4.3.1.'de izlenebilmektedir. Sekiz başlıkta yapılan karşılaştırma sonucu İstanbul kümesinin dünya örneklerinden özgün tasarım yapma konusunda geri kaldığı belirtilmiş, sektörde eğitilmiş tasarımcıların eksikliği vurgulanmıştır.

	<b>İstanbul Kuyumculuk Kümesi</b>	<b>Dünya Örnekleri</b>
Metropolitan Alanla İlişki	Metropolitan alanda tarihi kent merkezinde ve çeperde yer seçen yığılmalar	Metropolitan alanlarda, tarihi kent merkezinde yer seçimi
Yeni Projeler	Kuyumcukent	Gemapolis, Jewelcity
Tarihi Geçmiş	15.yy	18.yy-20.yy
Sektörel Yapı	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sektör işlem yoğun yapısı ile istihdam yaratmakta</li> <li>İhracat kapasitesi yükselme eğiliminde</li> <li>Büyüme eğilimi yüksek</li> <li>Aile şirketleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sektör işlem yoğun yapısı ile istihdam yaratmakta</li> <li>İhracat kapasitesi yüksek</li> <li>Bazı örneklerde büyüme eğilimi yüksek</li> <li>Bazı örneklerde aile şirketleri</li> </ul>
Üretim Örgütlenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Çok sayıda küçük ölçekli firmanın az sayıda büyük ölçekli firma ile tamamlanması</li> <li>Tarihsel üretim kültürü</li> <li>Küçük firmalar arası yatay üretim zinciri</li> <li>Usta çırak ilişkisi</li> <li>Ürün kalitesi değişken</li> <li>Toplu ve perakende üretim</li> <li>Düşük oranda sanatsal üretim</li> <li>Küresel ağlara eklenme düzeyi düşük</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Çok sayıda küçük ölçekli firmanın az sayıda büyük ölçekli firma ile tamamlanması</li> <li>Tarihsel geçmişi İstanbul kadar köklü değil</li> <li>Usta çırak ilişkisi her zaman öne çıkmıyor</li> <li>Ürün kalitesi yüksek</li> <li>Bazı örneklerde sanatsal üretim</li> </ul>
Yenilik, Tasarım	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geleneksel üretim teknolojisi yaygın</li> <li>Esinlenerek tasarlama</li> <li>Uzmanlaşmış, eğitilmiş tasarımcılar bulunmamakta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gelişmiş üretim teknolojisi</li> <li>Gelişmiş özgün tasarım</li> <li>Her model için sınırlı sayıda üretim</li> </ul>
İnsan Sermayesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Becerili işgücü oranı azalıyor</li> <li>İşgücü hareketliliği düşük</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Becerili iş gücü ve becerisiz işgücü birlikte</li> <li>Yüksek işgücü hareketliliği</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formel eğitimden çok işteki deneyim ve öğrenme süreci</li> <li>• Erkek egemen işgücü</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devlet destekli eğitim olanakları</li> </ul>
Sosyal Sermaye	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Örgütlü yapılanması gelişim sürecinde</li> <li>• Formel kurumların desteği zayıf</li> <li>• Aile-akrabalık –hemşerilik ilişkileri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Örgütlü yapılanma</li> <li>• Formel kurumlar, enformel kurumlar birlikte</li> <li>• Devlet desteği</li> </ul>

**Tablo 4.3.1.** İstanbul Kuyumculuk Kümesinin Dünya Örnekleri İle Karşılaştırılması (Artmatlı Köroğlu vd., 2010)

#### 4.5. SEKTÖREL SİVİL KURULUŞLAR VE ETKİ ALANLARI

Türkiye mücevher endüstrisinin sektörleşme süreciyle birlikte sektörde önemli kurum ve kuruluşlar oluşmuş, bu kurumlar gelişmelere paralel çeşitli roller üstlenmişlerdir. Bunlardan En önemlileri kuruluş kronolojilerine göre şöyledir:

- İstanbul Altın Borsası, Kuruluş: 1993
- İstanbul Altın Rafinerisi, Kuruluş: 1996
- İstanbul Maden ve Metal İhracatçıları Birliği (İMMİB) altında faaliyete geçen İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği, Türk Mücevhercileri Birliği (JTR), Kuruluş: 2003
- İstanbul Kuyumcular Odası, Kuruluş: 1994 (1971’de faaliyete geçen Turistik El Sanatları İmalcileri ve Kuyumcu Sanatkârları Derneği’nin devamı)
- WGC Dünya Altın Konseyi Türkiye Temsilciliği, Kuruluş: 1991- Kapanış: 2011

Sektörel gelişim sürecinde önemli kurumlar ve dönüşüm sürecindeki rolleri aşağıda açıklanmaktadır.

##### **İstanbul Altın Borsası**

1993 yılında Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 sayılı Karar’da yapılan değişikliklerle altının fiyatının belirlenmesi ile ithalatı ve ihracatı serbestleştirilmiştir. Altının liberalleştirilmesi yönünde alınan kararlarla ithal ve ihraç aşamasında kolaylıklar getirilmiştir. Altın konusundaki bu gelişmeler sonucu sektörde yaşanan hızlı büyüme, ekonomik açıdan büyük potansiyel taşıyan altın konusunda yeni kararlar alınmasını hızlandırmıştır. Alınan yeni kararlarla altın sektörünün yeniden yapılandırılması amaçlanmıştır. Yeniden yapılanma sürecinde en önemli gelişme İstanbul Altın Borsası’nın kurulmasıyla altının örgütlü bir piyasada işlem görmesidir. İstanbul Altın Borsası, altının finansal sisteme kazandırılmasında, altına dayalı yatırım araçlarının geliştirilmesinde ve uluslararası boyut kazanmasında önemli bir aşama olmuştur. İstanbul Altın Borsası ile birlikte altın fiyatları dünya fiyatlarına paralellik kazanmış; ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olması zorunluluğu getirilmiş ve altının kayıt altına alınmasıyla sistemin şeffaf bir yapı kazanması sağlanmıştır.

İstanbul Altın Borsası’nın kurulması yönünde ilk yasal karar 1993 yılında alınmıştır. 3794 sayılı Kanun ile 2499 sayılı SPK Kanunu’nun 40/A maddesi hükmüne dayanarak SPK tarafından "Kıymetli Madenler Borsalarının Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkında Genel Yönetmelik" yayımlanmıştır. Genel

Yönetmeliğe dayanarak Hazine Müsteşarlığı tarafından "Kıymetli Madenler Borsası Aracı Kuruluşlarının Faaliyet Esasları ile Kıymetli Madenler Aracı Kurumlarının Kuruluşu Hakkında Yönetmelik", 21 Mayıs 2007 tarih ve 26528 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. "Kıymetli Madenler Borsalarının Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkındaki Yönetmelik" hükümlerine dayanılarak 1994 yılında çıkarılan "İAB Yönetmeliği" ile de Borsa'nın çalışma kural ve esasları belirlenmiştir. "Kıymetli Maden Standartları ve Rafinerileri Hakkında Tebliğ" ise T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı tarafından hazırlanarak 18 Kasım 2006 tarih ve 26350 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır (URL-016).

### **İstanbul Altın Rafinerisi (İAR)**

İstanbul Altın Borsası'nın kurulmasını takiben Hazine Müsteşarlığı ve İAB desteğiyle, 1996 yılında İstanbul Altın Rafinerisi kurulmuştur. Böylece dünyanın her yerinde, özellikle Türk cumhuriyetlerinde üretilen altınlar ve yastık altındaki altınların İstanbul'da rafine edilmesi, bunların İstanbul Altın Borsası'nda işlem görmesi ve İAB'ın uluslararası gücünü arttırmak amacıyla 'yastık altı' sınıfındaki altınların ekonomiye kazandırılması amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde, özel bir kuruluş olan Halaç Kuyumculuk Limited Şirketi'yle 2002 yılında bir birleşme gerçekleştirilmiştir. Birleşme ile birlikte Halaç Rafineri, İAR hisselerinin çoğunluğunu almıştır; İAR adı altında faaliyetlerine devam etmektedir (URL-020).

### **İstanbul Maden ve Metal İhracatçıları Birliği (İMMİB)**

Ülkemizin ihracatının yoğunlaştığı bölge ve şehirlerde Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı kuruluşları olarak faaliyetlerini sürdüren İhracatçı Birlikleri, ihracatçıları bünyesinde toplayan mesleki kuruluşlardır. Temel amaçları; ihracatçıların mesleki ahlak ve dayanışmasını korumak, ihracatın arttırılması, ihracat ürünlerinin çeşitlendirilmesi ve ürünlere rekabet gücü kazandırılması için çalışmalarda bulunmak, ihracatçıların çalışmalarına yardımcı olmak, üyelerinin menfaatlerini korumak olarak özetlenebilir. Birlikler, diğer ilgili meslek kuruluşları gibi temsil ettikleri sektörün gelişmesine yönelik ihracatın arttırılması çalışmaları çerçevesinde, bilimsel inceleme ve araştırmalar, yayınlar, ihracatçılarımızın yurt dışında tanıtılmaları, fuar organizasyonları, bilimsel toplantılar düzenlenmesi gibi çalışmalarda bulunmaktadır.

### **İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği-Türk Mücevhercileri Birliği (JTR)**

2003 yılı Temmuz ayında kurulmuş olan İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bağlı kuruluşu olarak faaliyete geçmiştir. 842 üyesi bulunan birlik, üyelerinin menfaatlerini korumak ve değerli maden ve mücevherat ihracatımızı arttırarak sektörün yeni pazarlara ulaşmasını sağlamak amacıyla ihracatçılarımıza yardımcı olmayı hedeflemiştir. İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği'nin başlıca amaçları şöyle tanımlanmaktadır:

İhracatı arttırmak, uluslararası alanda sektörün daha iyi tanıtılmasını sağlamak, ihracatçıların mesleki ilişki ve faaliyetlerini düzenlemek, ihracatla ilgili her türlü soruna çözüm bulmak amacıyla girişimlerde bulunmak, üye firmaların ihracat faaliyetlerine rehberlik yapmak. İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği, üyelerinin ihracatlarındaki onay işlemlerinin yapılması ve istatistiklerinin tutulmasının dışında, yurtdışından gelen ithal taleplerini ilgili üretici ve ihracatçı üyelerine yönlendirmekte ve ayrıca Türk ihraç ürünlerinin dünya pazarlarında tanıtılması için yurtdışı uluslararası fuarlara ulusal katılımları düzenleyip bireysel katılımlara da destek vermektedir (URL-029).

### **Kuyumcu Odaları ve İstanbul Kuyumcular Odası**

Türkiye'nin yetmiş dört ilinde kuyumcu odası bulunmaktadır. Üretimin ve ihracatın merkezi İstanbul olduğundan, en etkin oda İstanbul Kuyumcular Odası'dır. 1971 yılında İstanbul'da faaliyet gösteren kuyum imalatçıları ve tüccarlarını temsil amacıyla kurulan "Turistik El Sanatları İmalcileri ve Kuyumcu Sanatkârları Derneği", İstanbul Kuyumcu Esnaf ve Sanatkârları Odası'nın temellerini oluşturmaktadır. Kuyumculuk sektörünün ticari ve yasal gelişiminin üye ihtiyaçlarını genişletmesiyle dernek, 1994 yılında 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu'na bağlı olarak oda statüsüne geçmiştir. İstanbul Kuyumcular Odası'nın temel kuruluş amacı; esnaf ve sanatkârlardan oluşan üyelerinin ortak ihtiyaçlarına cevap vermek, çalışmalarını kolaylaştırmak ve mesleğin gelişimini sağlamak olarak sıralanmaktadır. İstanbul Esnaf ve Sanatkârları Odaları Birliği üyesi olan İstanbul Kuyumcular Odası, mesleki gelişim için mesleki eğitimi de kapsayan faaliyetlerini etkin olarak sürdürmektedir (URL-017).

### **Dünya Altın Konseyi Türkiye Temsilciliği**

Dünya Altın Konseyi, 1987 yılında dünyanın ileri gelen altın madencilik firmaları tarafından, altın talebinin endüstriler, tüketiciler ve yatırımcılar için artırılması amacıyla kurulmuştur. Talebi yönlendiren pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra, altın ürünlerine yaygın olarak sahip olunmasını sağlamak amacıyla düzenleyici sınırlamaları düşürmek, dağıtım sistemlerinin geliştirilmesini sağlamak ve resmi kurumlarda altının yatırım aracı olarak benimsenmesini sağlamayı hedeflemektedir (URL-030). Dünya Altın Konseyi İstanbul Ofisi 1991 tarihinde açılmış, altın ithalatının resmileşmesiyle başlayan sektörleşmede öncü rol almıştır. Altın takı sektöründe tasarımın adının duyulmasını sağlamak ve takının tasarım ağırlıklı işlevini tanıtmak üzere 'Gold Trends' altın takı yarışmalarını düzenlemiş, 1990'lı yıllar boyunca tasarım trend yayınları yapmış, tasarım okullarında ve firmalarda tasarım farkındalığını artırmaya yönelik etkinlikler düzenlemiştir.

'Dünya Altın Konseyi'nin hedefi dünyada altın talebini artırmaktır. Dünyada altına karşı talebi artırabilmek için yapılabilecek çeşitli ama kısıtlı şeyler var. Altın Konseyi, dünyada sektörlerin arasında know-how iletişimini sağlamayı hedefler.' (Coşkun Orlandi, 2009)

Dünya Altın Konsey 2011 yılı itibarıyla Türkiye piyasasındaki misyonunu tamamlamış, yetkililer ülkedeki faaliyetlerini stratejik anlamda incelemeyi de sürdürdüklerini ifade ederek, *"Sonuç olarak imkânların bulunduğu, fakat şu anda bu imkânları genişletmeye uygun bir yerel çoğunluk oluşturulamayacağı veya gerekli kaynakların harekete geçirilmesinin mümkün olmayacağı sonucuna vardık. Bu nedenle Türkiye'deki ofisimizi kapatma kararı aldık"* açıklamasıyla Türkiye'deki faaliyetlerine son verdiklerini ve Türkiye temsilciliğini kapattıklarını duyurmuşlardır (URL-007).

### **Kuyumcukent**

Kuyumcukent, sektörel üretim ve pazarlama kompleksidir. Kuyumcukent projesi, kuyum üretim-pazarlama faaliyetleri ile iş ve yaşam aktivitelerini çağdaş mimarinin altında toplamayı amaçlayan bir merkezdir. Projenin temel politikasına bağlı olarak geliştirilen hedefler şu şekilde ifade edilmektedir(URL-021):

- i. Türk kuyum sektörünün "üretim-pazarlama-satış" fonksiyonlarının Kuyumcukent Kompleksi'nin çağdaş, insan ve çevre sağlığı ile barışık iş ve takı üretim ortamlarında, etkin bir biçimde işlenmesini esas alarak, sektörün topyekûn gelişmesine ve bu yolla dünya liderliğine ulaşmasına katkı sağlamak. Bu hedefe ulaşmak için gerekli her türlü eğitim, sosyal, turizm ve kültürel faaliyetleri de yürütmek. Bu hedef Kuyumcukent'in uluslararası başarısının bir ön koşuludur.
- ii. Kuyumcukent Kompleksi'nde işletmesi bulunan bütün müşterilerin faaliyet gösterdikleri iş ve takı üretim ortamlarını evrensel kalite standartlarına ve gereksinimlere uygun ölçüde sürekli iyileştirerek, müşterilerin uluslararası koşullara bağlı olarak gelişen ve değişen iş hedeflerine ulaşabilmelerine katkı sağlamak, ekonomik gelişmelerine yardımcı olmak. Bu hedef Kuyumcukent müşterisinin memnuniyeti için bir ön koşuldur.
- iii. Çevre koruma bilincine sahip takı üretim merkezi olarak, bu bilincin getirdiği yükümlülükleri eksiksiz olarak yerine getirmek, kamuoyu üzerinde çevre ve insan sağlığına duyarlı, saygın tesis imajını korumak.
- iv. Daha iyi ve daha sağlıklı bir toplum için topluma karşı sorumlulukları tüm gerekleriyle yerine getirmek, sosyal sorumluluk bilinci ve kültürüne sahip bir kuruluş olarak müşteriler, hissedarlar, çalışanlar için güvenirlilik ve saygınlık simgesi olmak.

Toplam 180.000 m<sup>2</sup> arsa alanı dâhilinde, 128.000 m<sup>2</sup>'lik alan üzerinde kurulu olan Kuyumcukent'in birinci etabı, bağımsız iki bloktan oluşmaktadır: Atölyeler Bloğu ve Mağazalar Bloğu. Kuyumcukent'in beş önemli özelliği; arıtma sistemleri, ulaşım, otopark, haberleşme, güvenlik olarak sıralanmaktadır. İstanbul Altın Borsası, Darphane, İstanbul Kuyumcular Odası, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği gibi sektörel kurum ve kuruluşların da şubeleriyle bu yapılanmada faaliyetlerini sürdürmeleri planlanmaktadır. Resmi kaynaklara göre Kuyumcukent'in toplam maliyetinin 200 milyon\$, rayiç değerinin 1 milyar\$ olduğu ifade edilmektedir (URL-021).

### **UBM Rotaforte Fuar Organizasyonu**

Rotaforte A.Ş. 1986 yılından bu yana fuarcılık alanında faaliyet gösteren bir şirkettir. Şirketin ana



faaliyet alanı, kuyumculuk ve değerli taşlar konusunda yurtiçinde ve yurtdışında düzenlediği uluslararası fuarlardır. Türkiye'nin en iddialı fuarlarından 'İstanbul Jewelry Show' Rotaforte fuarcılık tarafından organize edilmektedir ve Uluslararası Fuarlar Birliği UFI'nin kalite onayına sahiptir. 2005 yılından itibaren Mart ve Eylül aylarında olmak üzere yılda iki kez düzenlenen İstanbul Jewelry Show, dünyanın en büyük beş kuyumculuk fuarı arasında yer almaktadır. Rotaforte, kuyumculuk alanında ihtisaslaşarak, yurtdışında da Türk Kuyumculuk Sektörü'nün fuar gereksinimlerine yönelik faaliyetlerde bulunmaktadır. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın verdiği Yurtdışı Fuar Düzenleme Yetki Belgesiyle her yıl çok sayıda yurtdışı fuar organizasyonu gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda; Vicenza, Dubai, New York, Selanik ve Mumbai'de düzenlenen uluslararası kuyumculuk fuarlarının ulusal ve bireysel düzeyde Türkiye katılımı Rotaforte tarafından organize edilmektedir (URL-025).

### **Mesleki Eğitim Kurumları**

Kuyumculuk ve mücevher üretimi konusunda eğitim, üniversitelerde lisans seviyesinde, meslek lisesi ve meslek yüksekokulu seviyesinde verilmektedir. Takı ve mücevher tasarımı alanında dört yıllık formel eğitim veren okullar son yıllarda kurulmaya başlanmıştır. Ancak yeni kurulan okullarda uzman akademik eğitimci yetişmediği için eğitim oldukça yetersiz kalmaktadır. Türkiye'de kuyumculuk eğitimi veren kuruluşlar ve okulların listesi EK. 18'de izlenmektedir. Son yıllarda takı tasarımı alanında ilginin artmasıyla, bireysel küçük atölyelerde hobi faaliyeti olarak takı yapım teknikleri kursları dikkat çekmektedir. Sektörün rekabet gücü için stratejik önem vurgusu yapılan tasarım, son yıllarda sektörel uzmanlık alanı olarak öne çıkmaktadır. İşletmeler bünyesinde sosyal sorumluluk projesi olarak takı tasarımı eğitim kursları dikkat çekmektedir.

### **4.6. SEKTÖRDE ULUSLARARASILAŞMA VE İÇ PAZAR-DIŞ PAZAR DİNAMİKLERİ**

Türkiye altın takı tüketimi sosyal, kültürel ve yatırım ağırlıklıdır. Türkiye'de, altına karşı gelenek ve görenekler nedeniyle gösterilen ilgi altının sosyal statü ve prestij aracı olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bunun yanında bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de karışıklık ve kaos dönemlerindeki en iyi sığınak konumu nedeniyle, Türk insanı tarafından altın önemli bir yatırım aracı olarak görülmüştür (Anonim, 2003b). Kişi başı gr/yıl verileri değerlendirmesine göre, altın tüketiminin, kişi başı milli gelirin yüksekliğiyle doğru orantılı olduğu ifade edilmektedir (Anonim, 2005). 2007 yılı verilerine göre Türkiye'nin kişi başı gr/yıl altın tüketiminde Birleşik Arap Emirlikleri'nin ardından ikinci sırada yer almasının nedeni ise daha farklıdır: Son yirmi yılda Türkiye altın tüketimi artış göstermiştir, ancak bu artışın sebebinin enflasyon karşısında güvence olarak yatırım amaçlı tüketilen, saklanan 'yastık altı' altın olduğu ifade edilmektedir.

## 'Yastık Altı' Kavramı

Türkiye'de, yatırım amaçlı, evlerde yastık altında tutulan altının miktarı yaklaşık 7.500 ton olarak tahmin edilmektedir. Türkiye'de altın üç sebeple satın alınıp satılmaktadır:

- i. Sadece yatırım amacıyla satın alınan altın: Toplam tüketimin yaklaşık %40'ını oluşturmaktadır. Yaklaşık olarak 40 milyar \$ tutarındaki 3000 ton olduğu tahmin edilen altının, para piyasalarına kazandırılması mümkün görülmektedir.
- ii. Hem yatırım hem takı-süslenme amaçlı satın alınan altındır ve çoğunlukla 22 ayar, katma değeri az, az işçilikle ve tasarım değeriyle üretilmiş bileziktir. İç piyasa değeri toplam altın tüketimi içinde %40 olarak tahmin edilmektedir. Bu özellikteki grup altının para piyasalarına kazandırılması mümkün görülmemektedir.
- iii. Sadece takı olarak tüketilen altındır. Bu grup toplam tüketimin %20'sini oluşturur. Genellikle, 14-18 ayar yüksek katma değerli mücevherdir. Yatırım amaçlı satın alınmaz. Para piyasalarına kazandırılması mümkün görülmemektedir.

Hem sosyal hem ekonomik değeri olan yüksek karat altın takı, Türk toplumunda kadının geleceği için güvence olarak görülmekte ve bu açıdan tüketilmektedir. 22-24 ayar yüksek karatlı altın yumuşak olduğundan kolay şekil almaktadır. Bu özelliğiyle, düşük işçilik maliyeti gerektirir; az katma değerli oluşu yatırım aracı olarak değerlendirmesiyle paraleldir (Şekil 4.6.1.). Türkiye ayrıca yıllık 50 tonluk, sadece yatırım amaçlı sikke (Cumhuriyet altını) üretimiyle dünya sikke üretiminin neredeyse yarısını gerçekleştirmektedir (Aktaran; Coşkun Orlandi, 2009).



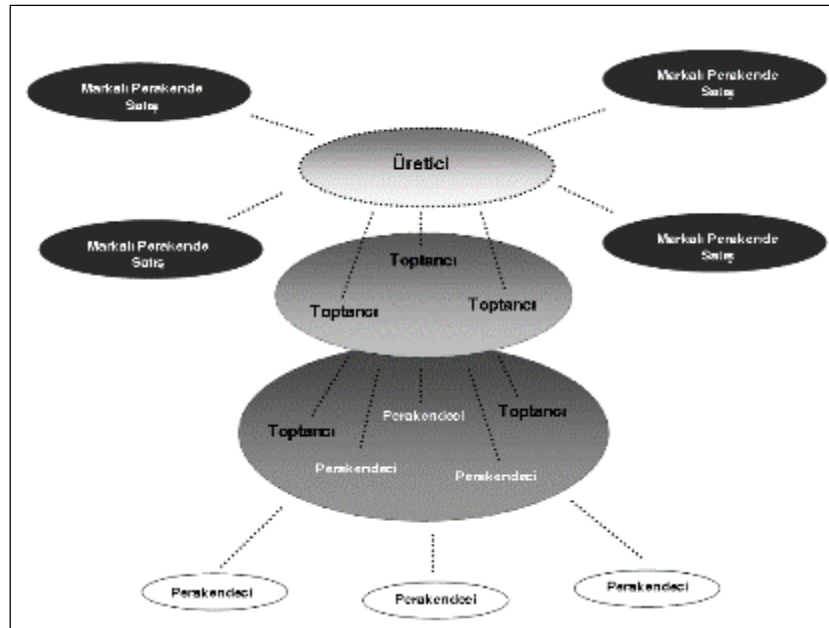
Şekil 4.6.1. Türkiye Altın Takı Piyasası (Coşkun Orlandi, 2009)

Türkiye iç pazar takı tüketim profilinde toplumsal seremoni olarak nitelendirilebilecek bir takı takma geleneğinden bahsedilmektedir (Ayter, 1996); doğum sebebiyle, 'loğusa takısı', nazar inancıyla bağlantılı 'aylık-muska', sünnet törenlerinde takılan 'sünnet takısı' gibi. Ertimur (2003), Türkiye'de altın

takı tüketimini konu alan çalışmada altın takı tüketimini, sembolik tüketim kapsamı altında konumlandırmaktadır ve Türkiye’deki altın takı tüketiminin hem hediye hem yatırım ağırlıklı olduğu sonucuna varmıştır.

Türkiye mücevher endüstrisinde tasarım bedeli ürünlere işçilik bedeli olarak yansımaktadır, ayrıca tasarım bedeli eklenmemektedir. Sektörde fiyatlandırma üretimden son kullanıcıya kadar ‘kuyumcu matematiği’ de denilen, gramaj ve maden ayarı üzerinden yapılan ‘milyem hesabı’yla<sup>1</sup> yapılmaktadır. Tasarım ve marka değeri ağırlıklı, parça başına fiyat veren üretici yok denecek kadar azdır.

Türkiye mücevher endüstrisi uluslararası pazarlarda tedarikçi konumuna sahiptir. İhracat ürünleri çoğunlukla ‘markasız: no-name’ modellerin sipariş süreci sonunda üretilmektedir. Bu sipariş sürecinde toptancının rolü büyüktür. Mücevher ve takının son kullanıcıya ulaşması toptancılar aracılığıyla olmaktadır. Mücevher endüstrisinde toptancının rolü çok belirleyicidir. Sektör özelinde, kendi markasıyla üretim yapan ve pazarlayan işletmeler haricinde, tüm dünyada birinci konumdaki müşteri mücevher toptancısıdır (Coşkun Orlandi, 2009). Şekil 4.6.2. sektörde pazarlama ve dağıtım süreçlerinde toptancının konumunu göstermektedir.



Şekil 4.6.2. Mücevher Üretimi-Toptancı-Son Kullanıcı İlişkisi (Coşkun Orlandi, 2009)

<sup>1</sup> 'Ayar (Miliem): Bir külçedeki değerli maden miktarının ağırlığa oranına ayar denir. Ayarlar ya bindeye göre yahut da 24 paydasına göre ifade edilir. Örneğin 24 gram ağırlığındaki 22 ayar bir altında, 22 gram saf, 2 gram da saf olmayan maden var demektir. Miliem hesabında ise bu,  $(22/24=)$  0,916 milieme denk gelmektedir. Tam saflık derecesinde 24 ayar altın 1000 milyeme denk gelmektedir. Ancak doğada bugüne kadar tam saflıkta altın madenine rastlanmamıştır. İthal edilen külçe altınlar 999,99 milyem olarak ülkemize gelmektedir. Ülkemizde ise bu saflık derecesi 0,995 milyeme ancak ulaşabilmekte ve "astar" olarak tabir edilen bu has altın kuyumcu piyasasında kullanılmaktadır.' [www.gvdb.gov.tr/upload/kuyumcularsemnernetlari.doc](http://www.gvdb.gov.tr/upload/kuyumcularsemnernetlari.doc) Son Erişim:25 Ekim 2008

İhracatta da toptancının rolü çok belirleyicidir. Üretim siparişi toptancı tarafından verilmektedir. Toptancı pazar bilgisini toplayan birimdir. Türkiye ihracat yaptığı pazarlara ilişkin herhangi resmi bir araştırma çalışması yürütmemektedir, dolayısıyla ihracat ürünlerinde pazarlama işlevi klasik üretim-pazar talebi ilişkisinden farklılık gösterir. Toptancı aracılığıyla pazarlanan ve üretilen ürünler, markasız: no-name ürünler olarak nitelenmektedir; gram üzerinden işçilik eklenerek kar sağlanmaktadır; kâr payları çok düşüktür, bu sebeple maliyet avantajıyla rekabet söz konusudur. Ürünler düşük katma değerli olarak nitelendirilmektedir. Markalı ve doğrudan satış noktası üzerinden yürütülen pazarlama ve dağıtım sürecindeki ürünler tasarımın işlerlik kazandığı ürünlerdir. Bu ürünlerde çoğunlukla koleksiyon tasarımı izlenmektedir; parça başı fiyatlandırma yapılmaktadır. Markalı olarak sınıflandırılan ürünlerde yüksek katma değer söz konusudur.

#### **4.7. TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİNDE YENİ ÜRÜN GELİŞTİRME, TASARIM VE İNOVASYON**

Türkiye mücevher endüstrisi, 21. yüzyılda, kuyum üretiminde kullanılan tüm teknikleri ve teknolojileri kullanmaktadır. Topraklarında en eski kuyumculuk ustalığını barındıran Türkiye mücevher endüstrisinin yerel üretim becerisi, zengin bir inovasyon kaynağı olarak niteletilecekken, sektör, uluslararası pazarlarda bir Hint mücevheri gibi yerel kimliğini ve üretim çizgisini sergileyebileceği bilinirliğe sahip olmamıştır. Türk üreticilerin İtalyan ürünleri taklit etmesiyle başlayan sektörleşme sürecine paralel olarak yaşanan yaratıcılık, yenilik ve özgünlükle ilgili sıkıntılar güncelliğini ve önemini korumaktadır.

Araştırma projesine paralel bağlamda Artmatlı Köroğlu ve diğerleri tarafından yürütülmüş önceki çalışma kapsamında (2010) İstanbul kuyumculuk kümesinin yenilikçilik ve tasarım kapasitesi üç temel bölümde ele alınmıştır: *teknoloji düzeyi, yenilikçilik kapasitesi ve tasarım kapasitesi*. Çalışmada teknolojik gelişmişlik düzeyinin yanı sıra, yenilikçilik kapasitesi kapsamında makina ve teçhizatla yapılan yenilikler, alınan patentler üzerinden değerlendirmeler yapılmış, tasarlanan model sayıları, tasarımın yapıldığı yer ve tasarımların esin kaynağı konuları tasarım kapasitesi kapsamında ele alınmıştır. (Artmatlı Köroğlu vd., 2010) Yürütülen çalışma sonucunda İstanbul kuyumculuk kümesi teknoloji, yenilik ve tasarım açısından şu başlıklar altında değerlendirilmiştir:

- Geleneksel üretim teknolojisi kullanılıyor, kümede yeni teknolojilere yatırım yapılmamaktadır.
- Firma gelişmişlik düzeyi arttıkça yeni teknolojiler kullanılmaya başlıyor, sektörde teknolojik yenilik için firmaların gelişmiş belirleyici ve yapıcı bir etkendir.
- Yenilikçilik kapasitesi kapsamında makina ve teçhizatla yenilik İstanbul kuyumculuk kümesi gelişim sürecinde geliştirilmeyi bekleyen önemli bir konudur.
- Küme genelinde patent alımları düşüktür ve patent alan firmaların az sayıda patent aldıkları görülmektedir.

- Patent alımları sektörde büyük oranda yeni modeller için alınıyor. Yeni modellerin üretilme ve kopyalanma sürecinin çok hızlı olduğu patent alma sürecinin yavaş ve hantal bir süreç olması nedeniyle sektörde işlerliği fazla değildir.
- Yeni üretim teknikleri, yeni alışmlar için patent almanın sektörde daha etkindir.
- Sektörde firmaların gelişmişlik düzeyi yükseldikçe patent alma oranları ve aldıkları patent sayıları artmaktadır.
- Yeniliklerin bilgisine erişimde müşteriler en önemli kaynak, müşterilerin yanı sıra fuarlar ve İnternet önemli kaynaklar olarak ortaya çıkmaktadır.
- Üniversiteler, danışmanlık firmaları ve tasarım firmalarının sektörde yeniliklerin bilgisine erişimde önemsiz bulunmaları yeniliklerin içeriğinin bilimsel bilgiye dayanmadığını göstermektedir.

Yürütölen çalışma kapsamında geleneksel üretim teknolojilerinin kullanımı rekabet gücüyle negatif ilişkili olarak tanımlanırken, seri üretime yönelik makine ve teçhizat rekabet gücüne olumlu katkı sağlayan faktörler olarak tanımlanmıştır. Tasarımla rekabet konusunda özellikle bilgisayar desteğinin rekabet gücünü artırdığı yönünde değerlendirme yapılmıştır.

Oysaki önceki bölümlerde de aktarıldığı üzere yenilik (inovasyon) yapma becerisinin, özellikle mücevher endüstrisi gibi zanaat kökenli endüstrilerde sadece teknolojik yetkinlik ve gelişmişlikle ölçülmesi eksik bir bakış açısidir. Tasarıma dayalı inovasyon yapma süreçleri özellikle mücevher tasarımında fikir, süreç ve tasarım yönetimi gibi bileşenleri de kapsamaktadır. Tasarımla farklılaşma stratejileri lüks tüketim metaa olarak mücevher özelinde değerlendirildiğinde kültürel mirastan beslenme, geleneğin çağdaş taşıyıcısı olabilmeye yatkınlık, önemli girdiler olarak karşımıza çıkar. Bu çerçeveden bakıldığında, önceki araştırma İstanbul kuyumculuk kümelerinin yenilik ve tasarım potansiyellerine ilişkin önemli noktalara değinirken, tasarımla farklılaşmayı sektör için inovasyon yapma becerisi olarak konumlamada yetersiz kalmakta, bu çerçevede kümeleri kültürel miras bağlamında değerlendirmeden yoksun kalmaktadır.

Türkiye piyasasında takı ve mücevher tüketimi daha önce de belirtildiği üzere çoğunlukla tasarım katma değerinden yoksun, yatırım amaçlı *markasız: no-name* ürünlere yoğunlaşmaktadır. Sektörleşme sürecinde iç piyasada yaşanan markalaşma çabaları iç piyasa az da olsa markalı, kurumsal güvenilirlik ve tasarım değeri taşıyan ürünlerin de var olmasını sağlamıştır. Sektörleşme sürecine paralel olarak izleyebileceğimiz ürün grupları Tablo 4.7.1.'de izlenebilmektedir.

I. Grup: Markasız No-Name Ürünler	
II. Grup: Yerel Pazar için Markalaşma	
III. Grup: Küresel Rekabet Potansiyeli Yüksek Markalar	

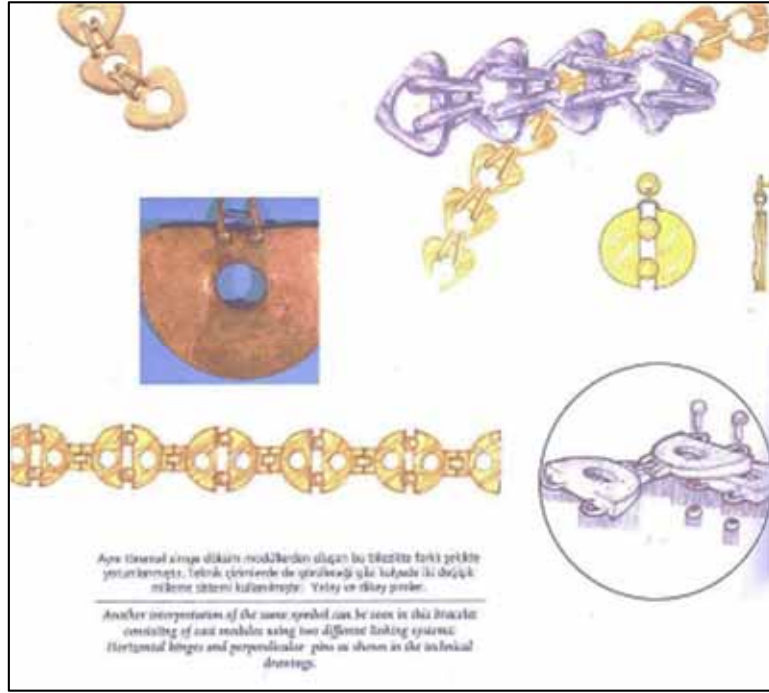
**Tablo 4.7.1.** Türkiye Takı-Mücevher Piyasası Ürün Profilleri

### WGC Gold Trends 1997-1998

Dünya Altın Konseyi Türkiye Ofisi, Türkiye pazarında etkin olmaya başladığı dönemde, ilk etapta 1995 ve 1996 yıllarında Türkiye çapında takı ve mücevher tüketimine ilişkin bir pazar araştırması yürütmüştür (WGC, 1998). Araştırma sürecinin sonunda sektöre 1995-1996 yıllarında ilk 'Trend Book'<sup>2</sup>u sunmuştur. Kendisini girdiği pazarlardaki değişimi hızlandıran bir lokomotif olarak niteleyen konsey, araştırma sürecinin sonunda Türk piyasasındaki tasarımcı ve üreticilere en son tasarım yönelimlerini tanıtmak ve yeni koleksiyonlar geliştirmeleri ve piyasadaki rekabet üstünlüğünü artırma konularında yol göstermeyi hedeflediğini ifade eder. Kitabın temel hedefi, tasarımcılara ve imalatçılara, tüketicilerin sürekli değişen gereksinimlerine ayak uydurabilecek özgün takılar üretmesinde esin kaynaklığı etmektir (WGC, 1998). Trend Book'ta sunulan tasarımlar Türkiye toprakların bulunan antik uygarlıkların kültürel

<sup>2</sup> Tasarım piyasasında İngilizce ismiyle anılan, belli dönemlere ait tasarım akımlarının katalog halinde sunulduğu görsel bir rehber.

mirasını esin kaynağı olarak sunarken, çoğu tasarım önerisi seri üretim tekniklerine uygun modüler yapıda önermeler olarak izlenmektedir (Resim 4.7.1.).



**Resim 4.7.1.** Gold Trends 1997-1998 Türkiye Kataloğu Tasarım Trendlerinden Örnekler (WGC,1998)

### **Fikri Haklar, Patent ve Tasarım**

Mücevher ürünlerinde kopya sorunu, hem ulusal hem de uluslararası ölçekte sektörün başarısını gölgeleyen bir konu olarak karşımıza çıkar. Armatlı Köroğlu vediğerleri tarafından yürütülen araştırma projesinin (2010) bulguları da bu saptamayı destekler niteliktedir. 2008 ekonomik krizi öncesi sektörün yakaladığı ihracat başarısının yüksek olduğu dönem içinde tasarımın özgünlüğüne vurgu yapan çok sayıda sektörel toplantı yapılmış, sektör yetkilileri özellikle uluslararası piyasalarda sektörün itibarı açısından fikri haklar konusunda yaşanan sıkıntıların önemli bir negatif etken olduğunu vurgulamışlardır (Coşkun Orlandi, 2009).

2008 ekonomik krizi öncesi sektörün yakaladığı ihracat başarısının yüksek olduğu dönem içinde sektörde yaşanan fikri haklar sorunlarına karşı önemli bir girişim karşımıza çıkar; İKO bünyesinde bir 'Fikri Haklar Komisyonu' kurulur. 2006 yılında İKO-TPE (Türkiye Patent Enstitüsü) ortaklığıyla 'İkopatent' projesi internet üzerinden hayata geçirilmiştir (URL-018). İkopatent projesi, sektörel kuruluş ve tasarımcıların Türk Patent Enstitüsü bünyesinde gerçekleştirdikleri kuyumculuk ürünleri, değerli taşlar, saat, kuyumcu malzeme ve makine, vitrin dekorasyon, vb. konulardaki 'Endüstriyel Tasarım Tescil' başvurularının internet üzerinden kamuya sunmasıdır.<sup>3</sup> Sektörün özgün tasarım

<sup>3</sup> Portala en son 10 Aralık 2006 tarihinde ulaşılmıştır, 2006 yılı sonunda portal kapanmıştır.

duyarlılığını artırmak ve fikri haklar konusunda yaşanan olumsuzlukları gidermek amaçlı yapılan bu girişim kısa soluklu olmuş, 2006 yılında hayata geçen platform aynı yıl kapanmıştır.

Türkiye mücevher endüstrisinin uluslararası pazarlarda tedarikçi konumuna sahip olması, ürün bazında tasarıma odaklı bilinirliğe, tanınırlığa, farklılaşmaya yatkın olmayan yapısına işaret ederken, sektör tasarıma dayalı inovasyon ve markalaşma süreçlerinde zayıf pozisyon sergilemektedir. Özgün ürün, tasarım ve inovasyon eksikliğini markalaşamama süreçleriyle de bir anlamda teyit etmektedir. Uluslararası bilinirliğe sahip, yüksek grup tüketim değeri taşıyan ve bu grup tüketim ölçütlerini karşılayan, ürün başına fiyatlandırma yapılarak pazarlanan, markalaşarak tercih edilen, yüksek katma değerli ürün sayısı yok denecek kadar azdır. Bu gruba örnek olarak kendi ismiyle katma değer yaratan zanaat geleneği vurgusuyla markalaşan Sevan Bıçakçı (URL-026) ve değerli taş ağırlıklı üretim yapan Gilan (URL-013) firmaları sıralanabilmektedir. Sevan Bıçakçı kendi ismi ve kendine has üretim teknikleri ve stiliyle, özellikle yüzük konusunda, özgünlüğünün altını çizmektedir. 2006 yılında İKO ve Türkiye Patent Enstitüsü-TPE ortaklığında gerçekleştirilen İkopatent (URL-018) projesinde tasarım tescillerinde mücevher alanında kendine has ürünlerini tescilleyen tek tasarımcı-sadekâr olarak ürünlerini koruma altına almış olması dikkat çekicidir. Bu örnek, zanaat kökenli tasarıma odaklanarak geliştirilebilecek stratejilerin üründe farklılaşmaya yönelik önemli bir girdi olabileceği savını destekler nitelikte olması açısından değerli bir vakadır.



## 5. İSTANBUL KUYUMCULUĞU ve KAPALIÇARŞI KUYUMCULUK KÜMESİNİN TARİHSEL KAYNAKLARI

Kapalıçarşı, dünya örnekleri arasındaki tarihi geçmişi en eskiye dayanan kuyumculuk kümesi olarak tespit edilmiştir (Armatlı Köroğlu, 2010). Bu bölümde amaçlanan, kuyumculuk geleneğinin kaynaklarını, örgütlenme yapısının kökenleri ile günümüz arasındaki bağı ortaya koymak ve tarihsel belgelerde İstanbul kuyumculuğunun izini sürmektir. İstanbul kuyumculuğu ve Kapalıçarşı kuyumculuk kümesinin mevcut durumuna ilişkin bir saptama yapabilmek için günümüz koşullarını ortaya çıkaran tarihsel süreçleri incelemek önem taşımaktadır.

Gelinen noktada Kapalıçarşı ve çevresinde 550 yıldır gerçekleşen kuyum üretimindeki sürekliliğin izlerini tarihsel kaynaklar aracılığı ile belgelemek, alana özgü somut ve somut olmayan miras değerini vurgulaması açısından oldukça değerli bir katkı olacağı düşünülerek bu bölüm çalışmaya dâhil edilmiştir.

### 5.1. Osmanlı Esnaf Birliklerinin Köken ve Tarihi

Osmanlı toplumunun kent gündelik yaşamında esnaf birlikleri, her türlü tüketim ve hizmet ihtiyacını karşılayan ana unsur olarak karşımıza çıkar. Özellikle kentlerde esnaf birlikleri, 'en örgütlü sivil kesim' (Sakaoğlu ve Akbayar, 1999) olma niteliğini korumuş, kentlerin hem sosyal hem de ekonomik anlamda nabzını tutan kurumlara dönüşmüşlerdir.

Koyuncu (2008), üstten alta padişah ve ailesi; merkezdeki üst kademe yöneticiler; taşradaki üst düzey yöneticiler; yerel mahalli beyler, eşraf, bezirgânlar ve taşradaki alt kademe yöneticiler; esnaf, zanaatkârlar ve küçük tüccarlar; vergiden kısmen muaf hür reaya; hariç reaya; ortakçı reayadan oluşan klasik dönem Osmanlı sosyo-ekonomik tabakalaşmasında (Yılmaz, 1999'dan aktaran Koyuncu, 2008), 'esnafın şehirli ahali içinde alt sıralarda yer alan vergi mükellefi bir tabakayı oluşturduğuna' işaret eder (Koyuncu, 2008).

Esnaf birliklerinin ortaya çıkmaya başladığı 16. ve 17. yüzyıllarda birincil kaynakların azlığı her ne kadar bu birliklerin ekonomik ve dini kökenleri konusunda farklı spekülasyonlara yol açsa da, 18. yüzyılda Osmanlı esnaf birliklerinin yönetim ve işleyiş anlamında sağlam ve göz ardı edilemeyecek örgütlenmeler haline geldikleri söylenebilir. İktisadi hayatın en önemli hammadde sağlayıcı, yarı-mamul işleyici, ürün üretici, tamirci, dağıtıcı, perakendeci ve hizmet üretici ve sağlayıcı aktörleri haline gelen esnaf birlikleri, olgunluk dönemlerinde uzmanlık alanları katı sınırlarla çizilmiş, yönetim ve işleyiş hiyerarşisini belirlemiş, devlet ve devlet mekanizmaları ile sık sık karşı karşıya gelen iktisadi ve sosyal bir kurum haline de gelmiştir. Esnaf birlikleri, hem gündelik, hem de lüks ürün ve hizmet sağlayıcıları olarak Osmanlı toplumundaki farklı sosyal sınıfların ihtiyaçlarını karşılamışlardır. En başta

ordu ve sarayın ihtiyaçlarını karşılama sorumlulukları nedeniyle de devlet ile birebir ilişkisi olan, zaman zaman 'taban siyaseti üretebilen' (Faroqhi, 2011) üretim, eğitim ve dayanışma sistemleri haline gelmişlerdir.

Esnaf ve zanaatkâr tarihinin izinin sürülebileceği kaynaklar, Faroqhi'nin (2011) de üzülererek dikkat çektiği gibi yaratıcılık, üretim, mesleki pratik vb. konularda kişisel tecrübelerin kaydedildiği ve bir sonraki nesillere aktarıldığı birinci el kayıtlardan yoksundur; 'çünkü Osmanlı'yı oluşturan büyük çoğunluk sıradan insan kitlesi, zihniyetini yansıtacak belgeler bırakmamıştır' (Koyuncu, 2008). Bu nedenle esnaf ve zanaatkâr tarihine ışık tutmak isteyen araştırmacılar, kaynak yelpazesini geniş tutmak durumundadır. Bu kaynaklar, devlet görevlileri tarafından üretilmiş olan şer'iyeye sicilleri, ahkâm defterleri, fetva ve fermanlardan seyahatname ve siyasetnamelere, dini ve edebi eserlere kadar uzanabilir. 18. yüzyıl, Osmanlı bürokrasinin belge üretimi açısından en verimli dönemlerinden biridir. Esnaf ve zanaatkâr tarihine ışık tutan ve tarihçiler tarafından yoğun olarak başvurulan kaynaklar arasında Osmanlı bürokrasisi tarafından üretilen, mesleki haklarını korumak üzere esnaf tarafından hükümete sunulmuş, talep, şikayet ve dilekçeleri kaydedip hüküm vererek belirli esnaf birliklerini görünür kılan şer'iyeye sicilleri<sup>1</sup> ve esnaf ve esnaf birlikleriyle ilgili hükümleri içeren fetvalar önde gelmektedir: 'Osmanlı şehirlerinin sosyal ve iktisadi hayatına ışık tutan sicillerde, üretim faaliyetlerine, esnaf arası çekişme mevzularına, esnaf-vakıf ilişkilerine, esnaftan geriye kalanlara, esnafın uğraş alanlarına, esnafın devlete karşı yükümlülüklerine, esnaf-devlet bağlantısına, esnaf-yerel yöneticiler arasındaki ilişkilere varıncaya kadar esnaf dünyasına dair ipuçlarını bulmak mümkündür' (Koyuncu, 2008). Kadı sicillerinin en nihayetinde devlet memurları tarafından kaleme alınmış, temel olarak devletin bakış açısıyla üretilmiş kayıtlar olması araştırmacıların bu kaynaklara kuşkuyla yaklaşmasına neden olabilmektedir. Faroqhi (2011) bu konuda, 'kadı sicillerinin verdiği bilgilerin güvenilir olduğu somut sınırları belirlemesini ve bunlardan özel bir ihtiyatla sonuç çıkarılması gerektiğini' tavsiye eder. Fetvalar ise bizlere tüketici haklarının kötü veya düşük kaliteli üretim karşısında hangi yasal çerçevede korunduğu, lonca üyeleri ile tacirler arasındaki anlaşmazlıklar konusunda bilgi verebilirler (Faroqhi, 2011).

Özellikle 1800ler ve 1900lerin başında, esnaf birlikleri ve loncaların işleyişine dair yabancı devlet görevlileri tarafından yazılmış raporlar, hatırat ve seyahatnameler; Osmanlı devlet görevlilerinin yazdıkları rapor ve layihalar kısmen aydınlatıcıdır. Osmanlı esnafına dair yapılan çalışmalarda araştırmacıların sıklıkla başvurduğu diğer bir kaynak Osman Nuri Ergin'in (1995) Mecelle-i Umur-

---

<sup>1</sup> Şer'iyeye sicilleri, kadı tarafından tutulan, mahkemelerde görülen davalarla ilgili tutulan kayıtlardan oluşan mahkeme defterleridir. 'Şer'iyeye sicillerinde mahkeme karar ve zabıtlarını, hüccet, borç senedi veya mukavelelerle merkezden gönderilen emirlerin suretleri, örfi tekalife ait vergi ve mükellefiyet tevzi cetvelleri, narh fiyatları, esnafın şikayetleri, esnaf nizamları, ölen kişilerin geride bıraktığı mal dökümü, bölüşümü, borçları, alacaklarının yazıldığı muhalefat kayıtları, boşanma, sınır anlaşmazlıkları gibi davalar yer alır (Koyuncu, 2008).

Belediye isimli aslen beş cilt olan belediyecilik ve kent tarihi çalışmasıdır. Osmanlı kentlerinin önemli sosyo-ekonomik aktörleri olan esnafın tarihi, kent tarihi üzerinden de bir nebze olsun okunabilir.

### 5.1.1. Esnaf<sup>2</sup> ve Ehl-i Hırfet<sup>3</sup>

Esnaf ve lonca tarihine kısa bir bakıştan önce, birçok kaynakta farklı kullanım biçimleriyle karşımıza çıkan esnaf, ehl-i hırfet ve lonca kelimelerinin kökenleri, manaları ve zaman içerisinde ne tip anlam değişikliklerine uğradıkları üzerinde durulacaktır. Kelimenin ferman ve fetvalardaki kullanım biçimlerinden yola çıkarak, gerek Ergin (1995), gerek Kal'a (1998) esnaf kelimesinin zaman içerisinde anlam dönüşümüne uğradığını; önceleri belirli bir uğraş alanı ya da meslek ile ilgilenen insan topluluklarını ya da sınıflarını ifade etmek için kullanılırken, zamanla beceri ve sanat gerektiren işlerle ilgili bir anlama bürünerek, beceri ve san'at erbabı anlamında kullanılan ehl-i hırfet, ashab-ı hırfet vb. kelimelerin yerini aldığını dile getirirler.

Kal'a'ya göre (1998), 18. yüzyılın ortalarından önce esnaf kelimesi, yaygın olarak sınıf manasında kullanılmakta, farklı meslek gruplarını ifade eden kelimelerle birlikte tamlama olarak kullanılmaktaydı: esnaf-ı debbağan (derici esnafı), esnaf-ı bakkalan (bakkal esnafı) gibi. Ergin'in (1995) de işaret ettiği üzere, şer'iyye sicilleri ve fermanlarda sanat ve ticaretle uğraşan insan grupları için farklı isimler karşımıza çıkmaktaydı: Ergin (1995) bu tabirlerin başlıcaları olarak esnaf-ı hırfet, erbab-ı hırfet, ehl-i hırfet, ashab-ı hırfet gibi genel tabirlerle esnaf-ı sanat, erbab-ı sanat, ashab-ı sanat, ehl-i sanat gibi tabirler ve bunların çoğulu olan esnaf-ı hıref, erbab-ı hırefi ehl-i hıref, ashab-hıref ve erbab-ı sanayi, esnaf-ı sanayi, ehl-i sanayi' gibi tabirleri saymaktadır. Bu tabirler, yalnızca şehirli esnaf için kullanılmakta ve 'özellikle bir san'at ve beceri gerektiren iş ve meslekleri' ifade etmekteydiler (Kal'a, 1998).

18. yüzyılın sonlarına doğru, 'sınıf manasında kullanılan esnaf kelimesi, önceki devirlerde yine sınıf manasında kullanılan ehl, erbab, ashab kelimelerinin yerine artık yaygın olarak kullanılmaya başlanmış' (Kal'a, 1998); 19. yüzyılda ise ehl-i hırfet ve san'at kelimelerinin de yerine geçerek san'at erbabı anlamında kullanılmaya başlanmıştı (Kal'a, 1998). Böylece esnaf kelimesi daha evvelki devirlerde kelime karşılığı olan sınıf anlamından kurtulup, meslek veya mesleği icra edenleri fert, zümre ve sınıf bazında ifade eder bir anlam kazandı (Kal'a, 1998).

---

<sup>2</sup> Esnaf kelimesi, sınıf kelimesinin çoğuludur ve sınıflar anlamına gelir. Farklı uzmanlık alanlarında faaliyet gösteren, iş-güç sahibi insan gruplarını ifade eder.

<sup>3</sup> Hırfet kelimesi, san'at, meslek anlamına gelmektedir. Hıref kelimesi ise hırfet'in çoğulu olmakla beraber, sanatlar, meslekler anlamına gelmektedir.

Ergin (1995), Mecelle-i Umur-ı Belediye’de esnafı ‘şehirlerde mukim avam takımına’ mensup ‘sanayi ve ticaret ile geçinen sınıf’ olarak tanımlar. Kal’a da (1998), ‘şehirlerde örgütlenerek mal ve hizmet üreten sınıfları’ esnaf olarak tanımlar. Kal’a (1998) esnafı mal üreten ve hizmet üreten esnaf olarak ikiye ayırırken, arşiv belgelerine göre ‘şehirde faaliyet gösteren tüccarın ehl-i hırfete dahil olmayan farklı bir sınıf olduğunu’, fakat ‘şehirlerde, dükkânında toptan mal alıp satarak ticaret yapan küçük toptancı tüccar ve komisyoncularla esnaf arasındaki farkın belirsiz olup, bu tür ticaret yapanlarında belgelerde tüccar olarak değil, perakendeci esnafı olarak zikredildiğini’ dile getirir (Kal’a, 1998). Ergin (1995) ise esnafı ‘yapıcı, satıcı ve komisyoncu’ olarak ayırır; satıcı ve komisyoncu tabir edilen esnafın aslında tacir olarak adlandırılmasının doğru olduğunu, fakat belgelerde böyle bir ayrıma rastlamadığını belirtir (Ergin, 1995).

### 5.1.2. Fütüvvet

Ergin’e göre (1995), Osmanlı’da esnaf teşkilatı Doğu’da fütüvvet, Batı’da ise esnaf loncaları olmak üzere iki farklı kaynaktan etkilenecek şekilde şekillenmiştir. Ergin (1995), özellikle 17. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ‘bir işe, bir sanata mensub esnafın toplu bir halde ve şehrin muayyen (belirli) bir mahallinde icra-yı sanat ve ticaret etmeleri, lonca teşkili, tenezzühler tertibi, bazı hukuk ve imtiyazata (imtiyazlara) malikiyet gibi hususları (hususları)’ Batı loncalarının etkisine mal eder. Osmanlı esnaf teşkilatının 15. yüzyıla uzanan kökenleri ise bir çok tarihçi tarafından öncelikle 8. ve 9. yüzyıllarda Arap-İslam dünyasında, ‘İslam’ın 10. yüzyıldan itibaren Asya’da yayılmaya başlamasından sonra Türk ve İranlıların yaşadıkları ve etki alanları altına aldıkları bölgelerde bir birlik-teşkilat olarak ortaya çıkan fütüvvete<sup>4</sup> (Kal’a, 1998), daha sonra da fütüvvetin Anadolu’ya özgü bir uzantısı olan ahiliğe dayandırılır.

Fütüvvet teşkilatı, erken dönem fütüvvet birlikleri olarak da adlandırılabilir, İslam tasavvufunun etkisi altında olan, Türk ve İslam coğrafyasında bulunan, ‘belirli bir merkezden veya birbirlerinden bağımsız küçük, dağınık ama oldukça yaygın birlikler ve bu birliklerden oluşan içtimai (sosyal) sınıflardan<sup>5</sup>’ daha hiyerarşik bir yapıya doğru evrilmiştir (Kal’a, 1998). Teşkilatın ortaya çıkmasında, hiyerarşi ve kuralların yerleşik hale gelmesinde Abbasi Halifesi an-Nasir li-Dinillah’ın (575-622/1179-1125) ‘libas el-fütüvvete denin fütüvvet teşkilatına girmek için giyilmesi gereken şalvarı (veya hırkayı)

---

<sup>4</sup> Fütüvvet kelimesi, mertlik, yiğitlik, gençlik, delikanlılık manasına gelmektedir. Yine genç, delikanlı, yiğit manasında olan feta kelimesi ‘Arap-İslam mutasavvıflarınca derinlemesine işlenerek tam manasıyla ideal Müslüman insanı ifade eden bir terim haline getirilmiştir’ (Kal’a, 1998).

<sup>5</sup> Türk ve İslam coğrafyasına yayılmış halde bulunan, ‘Türklerin İslam’dan önceki devirlerden beri geliştirdikleri savaş gelenekleri ve içtimai alanlardaki gelişmelerle oluşmuş olan, önceleri alp ismi verilen, İslam’dan sonra seyfi fütüvvet kolu olarak alp erenler, gaziler, veya gaziyan ismini alan’ birlikler; ‘ahi, ahiyan, ahiyet et-fityan denilen birlikler’; ve İran’da Sasani’ler devrinden beri varlıkları bilinen ayyar, rind, İslamdan sonra daha çok feta veya feta’nın Farsça kaşılığı olan civanmerd ismi de verilen birlikler’ (Kal’a, 1998).

1183 tarihinde giyerek fütüvvet teşkilatına girmesi' ve kendisini fütüvvet teşkilatının piri addederek, kendisini tanımayanları lağvetmesi önemli bir dönemeç teşkil etmiştir (Kal'a, 1998). Teşkilat o dönemde üretilen ve 'fütüvvet yolu' ve teşkilatı üzerine bilgiler veren fütüvvetnamelerin<sup>6</sup> de katkısıyla, 'fikri ve içtimai yönü birleşerek merkezi şekli-bürokratik, hiyerarşik, ahlaki kaideleri ve lideri olan' bir teşkilata dönüşmüştür (Kal'a, 1998). Teşkilatın görev ve yetki hiyerarşisi katılaşmış, tören, merasim ve ahlaki kurallarla bir teşkilatlanma modeli oluşmuştur.

Osmanlı esnaf birliklerinin kökeni addedilen fütüvvet, esnaf ve zanaatkârlara özel birlikler olmaktan ziyade feta ya da 'ideal Müslüman'ı yaşatmaya çalışan, kendine özgü ahlak kuralları ve hiyerarşisi olan Müslüman erkek birliklerinden oluşmuş bir dayanışma teşkilatıdır. Bu anlamda, özel olarak mesleki anlamda uzmanlaşmış esnaf ve zanaatkâr birliklerini değil -ki fütüvvet birlikleri içerisinde üretici kesim ve esnaf bulunmuştur-, ahlaki ve sosyal bir oluşumu ifade eder. Bu bağlamda fütüvvette benimsenen ve ideal Müslüman'ın uygulaması gereken ahlak kurallarından bazıları, örneğin 'kişinin helal kazanması, elinin emeğini yemesi' diğer bir deyişle melamet ilkesi (Koyuncu, 2008), esnaf ahlakıyla doğrudan ilgilidir. Ergin'in (1995), fütüvvetnamelerden verdiği örneklerle göre, fütüvvet teşkilatının bazı merasim ve kuralları Osmanlı esnaf teşkilatındaki bir takım uygulamalarla paralellik göstermektedir. Ergin (1995), bu uygulamalar arasında, tarikata dahil olma ve çırak çıkarma merasiminde farklı anlamlar yüklü 'şed bağlama' geleneğini, oldukça karışık ve detaylı olan çırak çıkarma merasimini ve mesleği icra eden ilk üstada 'pir' denilmesini saymaktadır.

Fütüvvet, hem 13. yüzyılda I. Gıyaseddin Keyhüsrev (1205-1211), I. İzzettin Keykavus (1211-1220) ve I. Alaattin Keykubat (1220-1237) gibi Selçuklu sultanlarının da fütüvvet şalvarı giyerek teşkilata üye olmasıyla (Kal'a, 1998), hem de Moğol saldırılarından kaçan ve içlerinde esnaf, zanaatkâr, sanatçıların da bulunduğu grupların Anadolu'ya gelmesi ve yeniden örgütlenmesiyle (Koyuncu, 2008) Anadolu'ya yayılmaya başlamıştır. Ne var ki teşkilatın halifeye bağlı olması, Moğol ordularının Bağdat'ı ele geçirerek Abbasi hilafetine son vermesiyle birlikte, teşkilatın da gücünü kaybetmesi ve zamanla dağılması anlamına gelmiştir (Kal'a, 1998). Ergin (1995), Türk ve Osmanlı esnaf teşkilatının, fütüvvet gibi 'esrar-amiz tarik teşkilatını' olduğu gibi kabul edip uygulamadığını, bu tarikatın değişim geçirerek ahi teşkilatı içinde yaşadığını ifade etmektedir.

---

<sup>6</sup> Fütüvvetnameler, 'mutasavvıfların, ideal Müslüman insanın nasıl olması gerektiğini, bu tür insanlar olan fetaların özelliklerinin meziyetlerinin neler olduğunu, daha çok ayet, hadis ve menkıbelere dayanarak feta kabul ettikleri kişilerden misaller vererek anlattıkları eserlerdir' (Kal'a, 1998). Kal'a (1998) halife Nasir zamanında yaşamış İbn-el Ammar'ın *kitab-el fütüvve* isimli fütüvvetnamesinin, fütüvvet teşkilatının nizamnamesi veya kanunnamesi kabul edildiğini; bu eserin fütüvvet birlikleri, yönetim hiyerarşisi, üyelik şartları ve birliğe giriş merasimleri ile ilgili detaylı bilgi verdiğini belirtmektedir.

### 5.1.3. Ahilik

Koyuncu'nun (2008) Tabakoğlu'ndan (2005) aktardığına göre birçok araştırmacının üzerinde birleştiği ahilik tanımı şöyledir: 'Ahilik<sup>7</sup>, 13. yüzyıl Anadolu'sunda büyük şehirlerinden küçük obalarına kadar dönemin siyasi, sosyal ve ekonomik şartları sonucu ortaya çıkmış belirli kurallar çerçevesinde bir araya gelen esnaf birlikleri için kullanılan bir ifadedir'. Fakat, ahilik teşkilatının tanımı konusunda da farklı görüşler mevcuttur. Kal'a (1998) ahiliği 'fütüvvet teşkilatını model olarak devletin desteğiyle iktisadi faaliyetleri belirli bir düzen-organizasyon içinde yürütmek üzere kurulan, iktisadi hayatın bütün kollarına ve devlet bürokrasisinin de dahil olduğu mesleklere kadar nüfuz etmiş bir teşkilat' olarak tanımlar. Ne var ki ahi teşkilatının sadece esnaf birliklerinden ibaret olmadığı, üyelerinin Mevlevilik, Rıfailik, Halvetilik, Bektaşilik gibi farklı tarikatlara mensup olmaları nedeniyle de bir tarikat olarak nitelenemeyeceği konusunda da farklı görüşler mevcuttur (Koyuncu, 2008). Yukarıda da belirtildiği gibi Ergin (1995), ahiliğin fütüvvetin fikri ve ahlaki bir uzantısı olduğu, fakat kaide ve merasimlerinin bir kısmının dönüşerek Anadolu'da ahilik teşkilatı içinde yaşadığı, hatta fütüvvetten farklı olarak tüm esnafı kapsamak yerine daha çok debbağlık (dericilik), kunduracılık ve saraçlık gibi zanaat dallarını icra eden esnaf arasında yaygın olduğu görüşündedir. Ahiliğin fütüvvetin devamı mı yoksa Anadolu'nun şartlarından doğmuş orijinal bir teşkilat mı olduğu konusundaki farklı görüşler ışığında, 13. yüzyıl Anadolu'sunda sosyal ve ekonomik hayatın önemli bir unsuru olan ahiliği tasavvufi fütüvvet idealine dayalı sosyal ve iktisadi bir dayanışma teşkilatı olarak tanımlamak mümkündür.

Osmanlı esnaf teşkilatının öncülü olarak kabul edilen ahi teşkilatının Ahi Evren<sup>8</sup> tarafından Selçuklu Anadolu'sunda kurulduğu; ahilik ortaya çıkmadan önce de ahi adıyla anılan 'serbest birliklerin' Ahi Evren tarafından 'fütüvveti model alan merkezi, bürokratik ve hiyerarşik bir teşkilata dönüştürüldüğü' ve iktisadi alanda uygulandığı ifade edilmektedir (Kal'a, 1998).

Ahi Evren 'Letaif-i Hikmet ismiyle devlet idarecilerine hitaben keleme aldığı bir eserinde iktisadi hayatın teşkilatlandırılması gerekliliğini, bu gerekliliğin nedenlerini ve nasıl bir organizasyona gidilmesi gerektiğini' (Kal'a, 1998), açıklarken iktisadi hayatta sanayi, tarım, san'at kollarındaki iş bölümünün insanoğlunun ihtiyaçlarını karşılamak için zaruri olduğunu, uğraş alanları aynı olan insanların bir araya gelerek birleşmeleri gerektiğini, farklı meslek birliklerinin ilişkilerini düzenleyecek ve mesleki çıkarlarını koruyacak kurallar olması gerektiğini, tüm bu kuralların şer'i hukuk çerçevesinde oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir.

---

<sup>7</sup> Ahi Arapça kökenli, kardeşim veya yoldaşım anlamına gelen bir kelimedir.

<sup>8</sup> Ahi Evren, 1171-1261 yılları arasında yaşamıştır ve Azerbaycan kökenlidir. Horasan'da fıkıh, devlet idaresi ve hukuku alanlarında tecrübe edinmiş, tasavvuf terbiyesi almış, 1205 senesinde hocasıyla birlikte Anadolu'ya gelerek fikri-ve siyasi propaganda yapmış, Selçuklu sultanlarının himayesi altına girmiş, siyasetname türünde kaleme aldığı ve Selçuklu sultanlarına adadığı eserlerinde devletin ileri gelenlerine öğütler vermiştir (Kal'a, 1998).

Hem Ahilere, hem de ahi teşkilatının esnaf teşkilatıyla olan bağlantısına ilişkin bilgilerin kısıtlı olması nedeniyle bir çok tarihçi Anadolu'da ahilik ile ilgili en aydınlatıcı bilgileri, 14. yüzyılda çeşitli Anadolu kent ve beldelerini<sup>9</sup> gezen Faslı seyyah İbn-i Battuta'nın aktardığını ifade eder (Kal'a, 1995; Faroqhi, 2011). Battuta ziyaret ettiği yerlerde, 'Ahiyat-al-fityan (kardeş yiğitler)' (Koyuncu, 2008), olarak adlandırdığı grupların zaviyelerinde konuk olmuş; bu teşkilatın ileri gelenlerinin isimlerini kaydetmiştir (Faroqhi, 2011). İbn Battuta'nın gözlemlerine göre Ahiler Anadolu'nun her yerine yayılmışlar, misafirperverlikleri ile ün salmışlar; sanat ve iş-güç sahibi genç erkekler zaviyelerde bir araya gelip kazançlarını paylaşıp birlikte yiyip, içerek çeşitli ritüel ve merasimler icra etmişlerdir (Koyuncu, 2008). Faroqhi'nin de belirttiği gibi (2011), İbn Battuta ahilerin ileri gelenleri, zaviyeleri, ritüelleri, giyinme ve dayanışma biçimleri ile ilgili önemli bilgiler aktardıysa da teşkilatın düşük rütbeli üyeleri ve bu üyelerin hangi mesleklerle uğraştıkları, kazançlarını ne şekilde elde ettikleriyle ilgili detaylı bilgi vermemiştir.

Koyuncu'nun (2008) İnalçık'tan (1973) aktardığı üzere ahiler, Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda (bir uç beyliği olduğu dönemlerde) kimin lider olacağı konusunda etkin bir rol oynamışlardır. İlk Osmanlı padişahlarının ahilere vakıfta bulunmaları ve I. Murat'ın Ankara'yı ahilerden sorunsuz bir şekilde alması (Koyuncu, 2008) - hatta bir iddiaya göre Ankara'yı yöneten ahilerin kenti I. Murat'a sunmaları (Faroqhi, 2011)- ahiler ve devlet yetkilileri arasındaki ilişki konusunda bize fikir vermektedir. Sonuç olarak 14. ve 15. yüzyıllarda, ahiliğin Anadolu'da oldukça yaygın ve nüfuzlu bir teşkilat olduğu söylenebilir.

Ahi teşkilatı ve esnaf teşkilatı arasında ilk dönemlerden beri doğrudan bir ilişki olduğu düşünülmekle beraber bu ilişkiyi farklı yönleriyle belgeleyen kaynakların azlığı esnaf birliklerinin tarihinin tüm yönleriyle yazılması konusunda büyük bir engel teşkil etmektedir. Ahiliğin genel anlamda esnaf ve fütüvvet öğretileri arasında önemli bir bağlantı teşkil ettiği, fütüvvete özgü bir takım ilke, kavram ve merasimlerin hem ahiler hem de esnaf için benzer anlamlar ifade ettikleri söylenebilir. Faroqhi (2011) Franz Taeschner'in (1979) din ile lonca faaliyeti arasındaki ilişkileri incelediği çalışmalarında, '14. ve 15. yüzyılda Anadolu'da yaygın olan ahiliğin kimi özelliklerinin bazı durumlarda lonca yaşamında 1700lere kadar geçerli olduğunu' kanıtladığını belirtmektedir. Faroqhi'ye göre (2011), ahi teşkilatında görülen törenlerin daha sonraki dönemlerde bazı esnaf birliklerindeki kimi uygulamalara modellik oluşturmuş olması mümkündür: 'bu varsayım, genç kişilerden beklenen ahlaki dini davranışları anlatan bazı risalelerin, Osmanlı döneminde, büyük olasılıkla ahilerin kendilerinin uzak geçmişte

---

<sup>9</sup> Burdur, Eğridir, Gölhisar, Denizli, Milas, Konya, Aksaray, Niğde, Kayseri, Sivas, Gümüşhane, Erzincan, Erzurum, Birgi, Tire, İzmir, Manisa, Bergama, Balıkesir, Bursa, İznik, Geyve, Yenice, Mudurnu, Bolu, Gerede, Kastamonu ve Sinop.

kaldıkları zamanda, lonca üyelerinde kopyalanarak çoğaltıldığı gözlemine dayanmaktadır' (Faroqhi, 2011).

Kal'a'ya göre (1998), ahi teşkilatı ile Osmanlı esnaf teşkilatı arasındaki doğrudan ilişkinin ilk kanıtı, 'Ahi teşkilatı içinde yer alan ahi baba, şeyh gibi görevlilerin<sup>10</sup> daha önceki devirlerde olduğu gibi 18. ve 19. yüzyıllarda da bazı esnaf birliklerinde esnaf amirleri olarak mevcudiyetlerini sürdürmeleri' ve bu tabirlerin 1800 tarihli fermanlarda dahi geçmeye devam etmesidir. Ergin (1995), özellikle Ankara, Kayseri ve Kırşehir civarlarındaki esnafın 'ahi' olarak anılan şeyhlere özel bir saygı duyduğu ve bu şeyhlerin esnafın senede bir gerçekleştirdiği toplantılarında çıraklıktan kalfalığa terfi, diğer bir deyişle teşkilata kabul merasimini, yönettiklerini ve terfi eden esnafa 'peştemal bağladıklarını' iddia etmektedir. 'Ahlaki ve dini bir temsilci olarak şeyh'- ya da Anadolu'daki adıyla ahi-, 'esnaf teşkilatlarının varlıkları ve nizamların dini ve ahlaki onayını gerçekleştirmede ihtiyaç duydukları bir şahsiyet', manevi bir liderdir (Koyuncu, 2008).

Bir mesleği ilk olarak ve örnek bir biçimde icra eden tarihsel bir şahsiyetin, genellikle peygamberlerin, mesleğin atası ya da piri olarak benimsenmesi geleneği ahilikte oldukça yaygındır. Evliya Çelebi de (2014) seyahatnamesinde, 'büyük peygamberlerin sanatlarının özelliklerini' saymaktadır; örneğin Hz. Nuh marangoz, Hz. Şit dokumacı, Hz. İdris terzi ve yazıcı, Hz. İlyas dokumacı idi (Evliya Çelebi, 2014). Faroqhi'ye göre de (2011) ahilerin etkin olduğu Kırşehir bölgesinde, zamanla efsanevi bir karaktere dönüşen ve 'debbağlarla hiçbir ilgisi olmayan' Ahi Evren, bu bölgedeki zanaatkârlar tarafından ölümünden sonra kendilerinin ve zanaatın piri olarak benimsenmiş; derici esnafı birlikleri yöneticileri de - Ergin'in ahileri özellikle derici ve kunduracı esnafı ile bağdaştıran açıklamalarını destekleyen bir biçimde- Anadolu'nun farklı yerlerinde, örneğin 16. yüzyıl sonlarında Manisa'da, ahi baba unvanını benimsemişlerdir. 15. yy ortasından sonra ahilerin kayıtlarda mevcut olduğu yerlerde ahilerin dericilerle özel bir bağlantısı olduğu gözlemlenmektedir (Faroqhi, 2011). Ayrıca 17. yüzyılın ortalarında kaleme aldığı seyahatnamesinde Evliya Çelebi İstanbul dahil çeşitli illerde gözlemlendiği debbağ ve sarracları 'Ahi Evran mebsubları' olarak anmaktadır (Ergin, 1995). Evliya (2014), İstanbul esnafından bahsederken, yalnızca derici esnafı için 'ahiler yani debbağlar esnafı' ifadesini kullanmaktadır:

'Bütün debbağ iş yerleri 700dür, nefer toplam 3 bin, pirleri Peygamberimiz huzurunda Zeyd-i Hindî'dir. ...., ama Anadolu insanı arasında debbağlara Ahiler derler. Yani Kayseri'den çıkan Ahi Evran ile meşhur olmuştur. O ise Selçuklular zamanında bir ulu sultan imiş, çok menkıbeleri vardır..... Onun için Anadolu debbağları pirimiz Ahi

<sup>10</sup> Ergin'in aktardığına göre (1995) ahi zaviyelerindeki hiyerarşi asttan üste şu şekilde idi: 1) Yiğitlik, 2) Ahilik (ilk üç bölüğü ashab-ı tarik, ikinci üç bölüğü nükeba (nakibler) olarak adlandırılan toplam 6 bölükten oluşmaktaydı), 7) Halife, 8) Şeyh, 9) Şehy-ül Meşayih (şeyhlerin şeyhi). Zaviyedeki çırak yiğitler, fütüvvetname, Kur'an, tasavvuf, dans ve müzik, edebiyat ve dil eğitimi alıyorlardı.



Evran'dır derler, ama doğrusu Peygamberimiz huzurunda pir olan Zeyd-i Hindi'dir' (Evliya Çelebi, 2014).

Kal'a'ya göre (1998), Kırşehir'deki Ahi Evren Zaviyesi ilk dönemlerinden 19. yüzyılın ortalarına kadar Osmanlı esnaf teşkilatı üzerindeki etkisini korumuş, bir üst teşkilat merkezi olarak varlığını sürdürmüş, 'Ahi Evren zaviyesi şeyhleri bütün esnafın ve debbağ sınıfının şeyhleri olagelmıştır' (Kal'a, 1998). Ergin de (1995), derici esnafı şeyhlerinin diğer esnaf şeyhlerine üstün tutularak uzun süre esnaf teşkilatının idaresini üstlendiğini söylemektedir Kal'a (1998) –yeterli belge olmadığını da belirterek- esnaf teşkilatında merkezi bir teşkilatlanma iddiasına ek olarak, özellikle İstanbul esnafının farklı bir teşkilatlanma modeli uyguladığını belirtir. Buna göre, 'farklı mekanda teşkilatlanan fakat aynı nitelikteki mal veya hizmetleri üreten birden fazla sayıdaki esnaf birliği, kendilerine bir üst-temsilci ya da amir tayin etmekteydiler' (Kal'a, 1998). Ahi Evren zaviyesi merkezli bir esnaf teşkilatlanmasının olduğuna dair yeterince belge bulunmama ile birlikte, bu üst teşkilatlanmanın imparatorluğun farklı yerlerindeki farklı esnaf grupları için geçerli olup olmadığı konusu şüpheli gözükmektedir. Faroqhi de (2011), ahilere ilişkin bilgilerin kısıtlı olması nedeniyle, zanaatkâr gruplarının esnaf birlikleri olarak benimsedikleri 'örgütsel modeli' ahilerin sağladığı iddiasına şüpheli yaklaşmakla beraber, ihtimal dâhilinde bulunmaktadır.

Farklı bölgelerdeki uygulama ve teşkilatlanma konusunda benzerlikleri sağlayan en önemli unsurlardan biri 'ahi fütüvvetnameleri' olarak da bilinen eserlerdir. Ahilerin, 'teşkilatlarının dayandığı fikri-ahlaki kaideleri, teşkilat içi hiyerarşiyi, teşkilata giriş ve terfilerdeki daha çok şekli nitelikler taşıyan bürokrasiyi anlatan' bu eserler fütüvvetnamelerden esinlenilerek yazılmış olan metinlerdir (Kal'a, 1998). Ahi fütüvvetnameleri esnaf birlikleri arasında çoğaltılmış, bu sayede esnaf nizamları farklı bölgelerde farklı esnaf grupları arasında benzerlik göstermiştir. Kal'a (1998), 1814 tarihli bir fütüvvetnameyi örnek göstererek, bu fütüvvetnamede 'şehre gelen hammaddenin esnafa nasıl dağıtılması gerektiği, çırakların nasıl yetiştirilip usta olacağına ve esnafla ilişkili düzenleme ve yasaklamalara dair Ahi Evren tarafından konulduğu ve uyulması gerektiği belirtilen, kaide ve nizamların' sıralandığını, bu kural ve merasimlerin farklı esnaf nizamlarında da yer aldığını belirtmekte; bu paralelliğin de 'Ahi teşkilatıyla esnaf birlikleri arasında, esnaf kaide ve nizamlarının belirmesinde doğrudan bir ilişki olduğu' sonucuna varmaktadır.

Faroqhi (2011), 17. yüzyıla gelindiğinde erken dönem esnaf birliklerinde önemli bir rol oynadığı bilinen fütüvvet ruhunun İstanbul ve Kahire'de önemini yitirdiğini belirtmektedir. İleride de açıklanacağı gibi, 17. yüzyıl sonu ve 18. yüzyıl başlarından itibaren fütüvvet ve ahiliğin gücünü yitirdiği, 'esnaf teşkilatının ahilikten çıkarak gedikleştiği ve böylece yeni bir kurumlaşma sürecine girdiği' (Koyuncu, 2008) diğer bir deyişle loncalaşığı iddia edilmektedir; gayrimüslimlerin esnaf

teşkilatına dahil olmaları –ki fütüvvet ve ahiliğe mensup olmanın ilk şartı Müslüman olmaktır- ve esnaf teşkilatı dışında tutulan kasaplık gibi itibarsız mesleklerin de loncalar arasına girmesi de buna kanıt olarak gösterilmektedir (Koyuncu, 2008). Fakat Koyuncu (2008), ahi teşkilatından daha profesyonel ve odaklı bir esnaf teşkilatına geçişin 18. yüzyıldan çok daha önce gerçekleştiğini, gayrimüslim ve Müslüman esnafın bir arada çalışmasının loncalardan önce de mümkün olduğunu belirtmektedir. Koyuncu’ya (2008) göre asıl neden, esnaf teşkilatının idari yapısında yapılan bir takım değişikliklerdir: örneğin teşkilatların başına kethüda ya da kahyanın atanması, şeyhin teşkilatın yönetimindeki gücünü azaltmış, zamanla şeyhleri sembolik ve manevi liderler konumuna getirmiştir.

#### 5.1.4. Loncalar

Lonca kelimesinin İtalyanca hücre veya oda manasına gelen loggia kelimesinden türediği düşünülmekte; bu kelimenin Osmanlı esnaf teşkilatıyla ilişkili olarak kullanılmaya başlandığına dair arşiv belgelerinde ve yazılı eserlerde yeterli bilgiye ulaşılamamakla birlikte, İstanbul’da yabancı devlet unsurlarının ticaret amacıyla yerleştiği Galata ve çevresinde yerli esnaf ve tüccarla yabancı tüccarlar arasındaki ticari ilişkiler ve iletişim yoluyla Türkçe’ye geçtiği düşünülmektedir<sup>11</sup> (Kal’a, 1998).

Ergin (1995), Evliya Çelebi’nin 17. yüzyıl ortalarında kaleme aldığı seyahatnamesinde lonca kelimesini kullanmamasından yola çıkarak lonca kelimesinin 18. yüzyıldan itibaren kullanılan bir tabir olduğunu var saymaktadır. Ergin’e göre (1995), kökenleri fütüvvet ve daha sonra da ahiliğe uzanan Osmanlı esnaf birlikleri, 18. yüzyılın ortalarından itibaren fütüvvet geleneğinden uzaklaşmaya başlamış; ‘zaviyeler terk edilerek aynı hurfete mensub Müslim ve gayrimüslim esnaf hatta ismini Garplılardan alarak loncalar küşadına (tesisine) başlamıştır’ (Ergin, 1995). Esnafın ‘fütüvvet tarikını’ (fütüvvet yolunu) terk etmesinin Ergin’e göre (1995) iki nedeni vardır: İran kökenli fütüvvet felsefesinin gerektirdiği kural ve merasimleri hakıyla uygulama konusundaki bilgi ve ahlak yetersizliği ve İslam dinine mensup olmayan esnafın bu tarikat içinde var olamaması nedeniyle tüm esnafı ilgilendiren konular hakkında dinden bağımsız bir araya gelinememesi. Kal’a (1998) ise lonca kelimesinin doğrudan esnaf sistemiyle ilişkili olarak kullanılmasının, tespit edilen en eski tarihli arşiv belgesine (1697) ve Bursa esnafı ile ilgili 1632 tarihli bir belgeye dayanarak 17. Yüzyılın ilk yarısından itibaren başladığını ifade etmekte<sup>12</sup>, fakat lonca kelimesinin yaygın biçimde kullanılmasının 18. Yüzyılda başladığını kabul etmektedir (Kal’a, 1998). Kal’a’nın gözlemlerine göre lonca kelimesi arşiv belgelerinde iki ayrı anlamda kullanılmaktadır. Lonca, öncelikle, ‘teşkilatlanmış esnaf amirlerinin

<sup>11</sup> Kal’a (1998) bunun yanı sıra, İstanbul’da ‘tüccar malının esnafa satılmak üzere depolandığı, esnafın da bu malı toptan satın aldığı’ *lonca mahalli* olarak anılan, Galata-Kasımpaşa arasında bulunan bir bölge ile Galata bölgesinde yabancı tüccarın mallarının depolandığı loggia denilen mahzenler arasında doğrudan bir ilişki kurmaktadır.

<sup>12</sup> Lonca kelimesinin kullanımı ile ilgili M. S. Kütükoğlu (1986). 17. yüzyıl sonu ile 18. yüzyıl başını, Mehmet Genç (2010) ise 18. yüzyılı başlangıç kabul etmektedir (Kal’a, 1998).

(kethüda, yiğitbaşı, nizam ustaları vs.) gerekli hammaddeyi temin edip esnafa dağıttığı, gerektiğinde hammaddeyi depoladığı, mamul hale gelen malın kalite kontrolünün yapıldığı, gerekirse mamul malı toptan olarak sevk etmek üzere depoladığı' (Kal'a, 1998) lonca ileri gelenlerinin karar almak için toplandıkları yer; kısacası 'teşkilatlanmış esnafın müşterek odası veya meclisi' anlamında kullanılıyordu. İlk anlamından kopuk olmamakla birlikte lonca aynı zamanda teşkilatlanmış esnaf ve esnaf birliği manasına geliyordu.

Osmanlı kent toplumu içerisinde erkek ve- mümkün olduğu ölçekte- kadın zanaatkârların tarihini 1500lerin başından Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde incelediği Osmanlı Zanaatkârları isimli çalışmasında Suraiya Faroqhi (2011), esnaf teşkilatı olarak loncaları 15. yüzyıl sonları ve 16. yüzyıl başlarında ortaya çıkmış olan, 'kendi iç yapıları ve bir ölçüde pazarlık gücü olan örgütler' (Faroqhi, 2011) olarak tanımlar. Esnaf teşkilatı, farklı tedarik, imalat ve hizmet alanlarında uzmanlaşmış, mesleki sınırları ve faaliyet alanları belirli esnaf sınıflarından oluşmakta; zanaatkârlar da faaliyet alanlarına göre bu esnaf birliklerinin bir kısmını teşkil etmektedirler. Faroqhi, zanaat üretimini loncalar kapsamında konumlandırırken, 'meslek çıkarlarını korumak üzere dava açma ya da merkezi idareye dilekçe verme yetkisi olan tüm zanaatkâr birliklerini' lonca olarak tanımlar (Faroqhi, 2011). Faroqhi'nin bu tanımı loncaları, şikayet ve dilekçeleri devlet nazarında muhatap alınabilecek ölçekte görünür olan ya da teşkilatlanmış olan, dolayısıyla devlet kayıtlarında varlığı belgelenmiş, uzmanlaşmış esnaf birlikleri olarak konumlandırır. Faroqhi (2011), bu tarifi loncaları 'özerk olarak görülebilecek eylemler temelinde değil, Osmanlı devletinin temsilcileriyle ilişkileri açısından tanımlamak' gibi bir kısıtı olabileceğini kabul etse de, şikayetleri, talepleri ve istekleri arşiv belgelerinde görünür kılan esnaf birlikleriyle ilgili odaklı bilgiye ulaşmak için işe yarayan bir tanım olduğunu ifade etmektedir. Genel anlamda esnaf loncaları 'belirli bir mesleği karşılıklı kontrol ve yardım esasları çerçevesinde, hiyerarşik bir iş bölümüne dayalı olarak gerçekleştiren kesimlerin bir araya gelip oluşturdukları şehirli üretim örgütleridir' (Yıldırım, 1999'dan aktaran Koyuncu, 2008).

Esnaf teşkilatı ve lonca tarihiyle ilgilenen araştırmacılar açısından merkeze yakın olan Bursa, Edirne ve doğal olarak İstanbul gibi kentler, ulaşılabilecek arşiv belgelerin çokluğu nedeniyle oldukça caziptir. Özellikle İstanbul 'iktisadi, sosyal, kültürel birçok konuda ve alanda olduğu gibi esnaf konusunda da bir model bölge olarak karşımıza çıkar' (Kal'a, 1998). Bu nedenle bir çok araştırmacı, İstanbul'daki esnaf teşkilatını merkez alan tarihsel okumalar yaparken, İstanbul modelini Osmanlı topraklarındaki farklı eyalet ve merkezleri de kapsayacak şekilde genelleme yanlılığına düşebilmektedirler. Fakat Faroqhi (2011), 'İstanbul'da olup bitenin bir tür norm tesis ettiği ve eyaletlerdeki zanaatkârların ve loncaların her zaman, ister istemez, başkentin belirlediği modele uydukları' tezinin artık geçerliliğini yitirdiğini savunmakta, merkezi hükümetin belirlediği 'genel çerçeve' içerisinde, İstanbul'a yakın

olmayan Musul ve Kahire gibi kentlerde 'yerel inisiyatife ve çeşitliliğe geniş bir yer olduğunu' dile getirmektedir (Faroqhi, 2011).

#### **5.1.4.1. Loncalarda Müslüman-Gayrimüslim Birlikteliği ve Ayrışması**

Faroqhi (2011), özellikle 16. ve 17. yüzyıllarda kent hayatında Müslüman ve gayrimüslim toplulukların farklı mahallerde kümelenmeleri halinde lonca örgütlenmelerinde dini/etnik ayrışmanın özellikle teşvik edilmediğini dile getirmektedir. Loncaların etnik ve dini açıdan heterojen bir yapıda olduğu, Müslüman ve gayrimüslim oranlarının loncadan loncaya farklılık gösterdiği söylenebilir. Faroqhi (2011) karma zanaatkâr örgütlerinde kethüdanın her zaman Müslümanlardan atandığını hatta tamamen Rumlardan oluşan bir loncanın dahi Müslüman bir kethüdası olabileceğini dile getirmektedir.

Fakat Ergin'e göre (1995), 'İslam ve Hristiyan esnafın aynı loncaya mensubiyetleri' uzun süre devam edememiş ve 18. yüzyılın ikinci yarısından itibaren lonca örgütlenmelerinde Müslüman ve gayrimüslim ayrışması gözlemlenmeye başlamıştır. Ergin'in (1995) bu ayrışmanın temelleri konusunda örnek gösterdiği kemhacı esnafına (ipek kumaş dokuyan esnaf) dair 1768 tarihli İstanbul Kadı Sicili'nde yer alan bir hükümde, farklı dine mensup üyelerin birbirlerini darp ettikleri, bu üyeler arasındaki ticari çekişmenin de bir takım huzursuzluklara sebebiyet verdiği belirtilmektedir. Faroqhi'ye göre de (2011), 1800lerde tek dinli loncaların sayısında artış gözlenmiş, bu artışın spesifik nedenleri kesin olarak belirtilemese de, gayrimüslim ve Müslüman lonca üyelerini karşı karşıya getiren ticari rekabet loncaların bu tarihten sonra dini hatlar temelinde bölünmeye başlamasına neden olmuştur. Ergin (1995), zaman geçtikçe gayrimüslimlerin öncelikle yiğitbaşlarını kendi içlerinden seçmeye başladığını, daha sonra ise kethüdaların da gayrimüslimlerden olması hakkını elde ettiklerini ifade eder.

Loncalarda etnik ve dini hatlardaki bölünmenin giderek daha fazla gözlemlendiği 18. yüzyıl sonu, Avrupa etkisinin imparatorlukta gittikçe daha çok hissedildiği bir dönemdir. Faroqhi (2011), Avrupa'nın artan varlığının loncalarda gayrimüslim ve Müslüman ayrışmasını hızlandığını, gayrimüslimlerin bu duruma Müslümanlardan daha hızlı uyum sağladığını, varlıklı gayrimüslimlerin Müslümanlara itaat etme konusundaki isteksizliklerinin arttığını ve tüm bu gelişmelerin de loncalarda dinler arası rekabeti körüklediğini dile getirmektedir. Yine de farklı dönemlerde Avrupa ile etkileşimde olan ya da olmayan sanat ve ticaret alanlarında da etnik-dini ayrışmanın görülmesi nedeniyle, bu ayrışmaların sadece Avrupa etkisi nedeniyle olmadığı söylenebilir.

#### 5.1.4.2. Loncalarda İdari Yöneticiler

Daha önce belirtildiği gibi lonca hiyerarşisi birlik-içi kural ve nizamların uygulanabilmesi, teşkilat-içi ilişkilerin ve teşkilat-devlet ilişkilerinin düzenlenmesi açısından oldukça önemliydi. Ahilikten loncalara uzanan süre zarfında lonca yönetiminde görev alan idari görevler ve dolayısıyla görevlilerin isim ve yetkileri tekrar tanımlanmış, ahilikten yadigar olan şeyh, nakib, çavuş gibi makamlar zamanla değişerek yerlerine yeni makamlar gelmiştir.

#### Kadı

Esnafın kent içerisinde birinci derecede amiri, hem İslami hukukun gündelik hayattaki uygulayıcısı olan, hem de belediyeçilik işlerinin yürütülmesi ve uygulanmasının sağlayan kadılardı. Devletin gündelik hayattaki en önemli temsilcilerinden biri olan kadılık makamı 'esnaf arasındaki anlaşmazlıkları çözme gibi hukuki bir sorumluluğu olan' resmi bir başvuru merciydi (Koyuncu, 2008). Sanat ve ticaretle uğraşan bütün esnafın arasında çıkan meselelerin çözümü, kethüda ve yiğitbaşların atanması, yer değiştirmesi ve görevine son verilmesi, narh uygulamasının arttırılması ya da azaltılması, mevcut gediklerin çoğaltılması veya lağvedilmesi, gedik alım ve satımının düzenlenerek şer'iyeye sicillerine kaydedilmesi, esnaf arasındaki mevcut düzenin korunması kadı ve kadının yardımcısı olan naibin görevlerindendi (Ergin, 1995). Ergin (1995) esnafın kadıya başvurduğu durumları şöyle örneklemektedir:

'Esnaf bir müşkilata maruz kaldıkça (zorlukla karşılaştıkça) 'meclis-i şer'i envere' (nurlu şer'iyeye meclisi) müracaatla hall-i mesele ederler. Bir kimse mevcut ve muayyen dükkânlardan fazla olarak aynı çarşıda ve yahud esnafın toplu bulunduğu diğer mahalde bir dükkân açsa-ki bu gibi dükkânlara koltuk denirdi-veya muayyen olan ölçü, vezin ve biçime mugayir (aykırı) bir şey imale cüret etse, başlarında kethüda ve yiğitbaşları olduğu halde esnafın bütün 'müsinn (yaşlı) ve ihtiyar söz sahipleri' yani müntehab (seçilmiş) ve yaşlı ileri gelenleri ve söz anlayan ve söyleyebilenleri 'meclis-i şer'i lazimü't-tevkire' gelerek 'kadimü'l-eyyamdan (eski günlerden) beri ve olagelene muhalif' ve 'nizam-ı kadime mugayir' (eski nizamı aykırı) surette harekete cüret ile 'ibadullahı ızzara ictisar' (Tanrı'nın kullarını zarara uğratmaya cür'et etmiş) etmiş olan kimse veya kimseler hakkında şikayetler der-miyan ederler (ortaya koyarlar) ve müşteki (şikayet eden) anı dahi meclise celbettirilerek şer'-i şerife muvafık ve arzularına mutabık surette hall-i mesele etmeden gitmezlerdi' (Ergin, 1995).

Koyuncu'ya göre (2008) esnaf, birlik içerisinde ortaya çıkan her huzursuzluk ve sıkıntı için kadıya başvurmak yerine bu meseleleri öncelikle kendi içinde halletmeye çalışmakta, teşkilat içi meselelerin çözümü için 'ehl-i hibre'ye, diğer bir deyişle, birliğin ileri gelenlerinden oluşan bir bilirkişi heyetine başvurmaktaydı.

## **Muhtesip**

İhtisap kelimesi, 'hisab' kelimesinden gelmekte ve 'hesap sorma', 'sorumluluk' anlamına gelmektedir. Kamus-ı Türki'de (1901) 'vaktiyle polis ve belediye ve zabıtasını ifa eden (yapan) ve en başlı işi esnafın evzan (tartılar) ve ekyalına (ölçüler) nezaretten ibaret olan muhtesib veya ihtisab ağası memurini (memurları) ve dairesi' ve 'bu daireye ait rüsum (vergi)' olarak açıklanmaktadır. Muhtesib veya ihtisab ağası veya ihtisab emini ise, ihtisab işi ile görevli kişi anlamına gelir. Ergin'in (1995) ifade ettiğine göre muhtesib, özellikle Osmanlı teşkilatında, yalnız 'zabıta-i belediyye' ile meşguldür ve bu alanda adeta 'kadının icra memurudur'. Muhtesipliğin tarihi Osmanlı döneminden de geriye gitmekte, çarşı ve pazar denetiminden sorumlu bir memuriyet olarak Bizans'ta, Selçuklular'da ve farklı İslam memleketlerinde yaygın olarak görülmektedir.

Esnafın faaliyet gösterdiği çarşı ve pazarla doğrudan ilişkide olan bir devlet görevlisi olarak muhtesip, loncaların kontrol ve denetimi açısından önemli bir role sahiptir. 'Günlük hayatın akışı içinde halk ile esnaf arasındaki münasebetleri tanzim ve esnafı ilgilendiren kanunların tatbik olunup olunmadığının kontrol edilmesinden' (İnalçık, 1973'ten aktaran Koyuncu, 2008) sorumlu, esnaf ve loncalar ile ilgili hükümlerin uygulanmasını sağlayan başlıca icra memurudur. Bu bağlamda çarşı ve pazarda alınan ve satılan ürünlerin denetlenmesi, ölçme ve tartma hilelerinin belirlenmesi, haksız rekabet ve kazancın önlenmesi, fiyat ve kalite standardının korunması dolayısıyla tüketici ve dürüst üreticinin haklarının korunması, narhın eksiksiz bir biçimde uygulanması, karaborsanın önlenmesi, pazar ve çarşı huzurunun sağlanması gibi meseleler muhtesibin sorumluluğundaydı.

Muhtesip, çarşı ve pazarın dolayısıyla esnafın faaliyetlerinin takipçisi olarak kamu düzeninin sağlayıcısı olmanın yanı sıra bir vergi memuruydu: 'kanuna aykırı davranışlarda bulunanlardan, özellikle narhtan fazla fiyata satanlardan, esnaf nizamlarına aykırı nitelikte üretimde bulunan üreticilerden alınan cerimelere, çarşı pazara gelen ve perakende satılan mallara konulan vergilere ihtisap rüsumu' denmekte (Koyuncu, 2008), bu vergileri muhtesip toplamaktaydı. İhtisap gelirleri, 'iltizam usulüyle bir sene boyunca ihale edilerek ihaleyi alan kişi 'bedel-i mukataa' ismi verilen bir bedel karşılığında berat alarak görevini icra etmekteydi (Ergin, 1995). Muhtesip, emrinde çalışan ve çarşı ve pazarlarda devriye gezen memurların da amiriydi. Örneğin, 'koloğlanları' denilen ve 'kol gezerek zabıta işlerini yerine getiren' yardımcı memurlar, ihtisap vergisini gerekli yerlerden tahsil ederek ihtisap ağası ya da muhtesibe teslim ederler, aynı memurlar sadrazam, kadı, muhtesip ve ayak naibi 'kola çıkacakları zaman terazi taşırlardı (Ergin, 1995).

Muhtesibin icraat alanına giren bir başka konu, hüküm ve nizamlara uymayanlarla ilgili gerekli karar ve cezanın verilmesi, kadı huzuruna çıkmaya gerek kalmayacak ölçekteki bir takım cezaların uygulanmasıydı.

1826 yılında yeniçeri ocağının lağvından sonra İhtisap Nezareti'nin kurulmasıyla birlikte muhtesibin görevleri yeniden tanımlanmış, İhtisap Nazırı unvanıyla icraat alanı genişletilerek şehir idaresine ve belediyeçiliğe ilişkin yetkileri arttırılmıştır. İhtisap Nezareti, 1854 yılında belediyenin öncülü olan Şehremaneti'nin kurulmasıyla tümünden lağvedilmiştir.

### **Kethüda**

Kethüda 'ev sahibi' veya kahya anlamına gelmektedir. Kamus-ı Türki'ye (1901) göre, 'esnafın kethüdası', 'esnafın reisi ya da müdürüdür. Kethüdalık, esnaf teşkilatlarının ilk dönemlerinden 1906 senesine kadar devam etmiş, zamanla ahiliğin etkisiyle esnaf teşkilatında yer bulan şeyh, nakib ve çavuş gibi görevlilerin yerine geçmiş yarı resmi bir memuriyetti (Ergin, 1995). Devletin esnaf ve loncalar ile ilgili hükümlerini uygulayan kadı ve muhtesiple esnaf teşkilatının ilişkilerini yürüten bir ara yüz, esnaf loncalarının en üst düzeydeki yöneticisi ve devlet nazarındaki temsilcisiydi. Kethüda, çoğunlukla esnaf tarafından seçilir, kadılık tarafından onaylanarak görevine başlardı. Hem Müslüman hem de gayrimüslim esnafın üye olduğu etnik ve dini açıdan heterojen teşkilatlarda esnafın kethüda ve yiğitbaşı gibi amirleri Müslümanlardan seçilirdi (Ergin, 1995). Karma loncaların zamanla azalması ve Müslüman gayrimüslim loncalarının ayrışmasıyla beraber, loncanın dini eğilimine göre hem kethüdaları hem de yiğitbaşları kendi aralarından seçmeye başlamışlardır (Ergin, 1995).

Kethüda, esnaf nizamının korunmasını sağlayan ve esnaf arasında çıkan sorunların çözümü için başvurulan ilk makamı (Koyuncu, 2008). Hammaddenin dağıtımı, usta ve kalfa seçimi, loncaya yeni üyelerin kabulü, vergi paylaşımı gibi meselelerde kethüda öncelikle yerel düzeyde bu sorunların çözümüne çalışırdı. Hammaddenin loncalara temini, satın alınması ve dağıtımı (her üye ancak hissesine düşen kadar alabilirdi) sürecinin denetlenmesi, nadir ürünlerin fiyatlarının belirlenmesi, izinsiz dükkân açan ya da lonca-dışı faaliyetlerde bulunanların tespiti ve hükümete bildirilmesi, kimin ne kadar vergi vereceğinin belirlenmesi, teavün sandıklarının<sup>13</sup> yönetilmesi, gedik satışlarının denetimi gibi yetkilere sahip olan kethüdaya bir ya da birden fazla yiğitbaşı yardım etmekteydi.

Kethüdalık 1912 senesinde tamamıyla lağvedilmiş olmasına rağmen, Ergin'in (1995) ifade ettiğine göre, gerekli görüldüğü durumlarda İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından kethüda atanması gerçekleştirilmişti.

---

<sup>13</sup> Kethüdanın denetimindeki teavün sandığı, her esnaf birliğinde bulunan ortak sandıktı. Çıraklıktan kalfalığa ya da kalfalıktan ustalığa terfi eden esnaf için ustaları tarafından verilen paraları ve esnaftan toplanan harçlar bu sandıkta birikir; bu birikimden ihtiyacı olan esnafa belli bir faiz oranıyla kredi verilebilir, hali vakti yerinde olmayan esnafa yardım edilirdi (Ergin, 1995).

## **Yiğitbaşı**

Lonca hiyerarşisi içinde kethüdadadan sonra gelen yiğitbaşı, esnafın ileri gelenleri arasından seçilen ve kethüda ile esnaf arasında iletişimi sağlayan kethüda yardımcısıdır (Ergin, 1995). Yiğitbaşı, esnaf ile kethüda arasındaki ara yüz olarak esnafla ilgili meseleleri kethüdaya iletir, esnaf şikayet ve isteklerini aktarırdı.

## **Ehl-i Hibre**

Loncalarda çoğunlukla esnaf tarafından fakat zaman zaman devlet tarafından seçilen kethüda, her zaman esnaf arasından seçilen yiğitbaşının yanı sıra esnafın ileri gelenlerinden oluşan 'yaşlı, söz anlar ve söyler ustalardan oluşan' (Ergin, 1995) bir bilirkişi heyeti bulunurdu. Bu kişiler esnaf tarafından aday gösterilir, kadılık tarafından atanmaları talep edilirdi. Teşkilat, bu heyetin san'at ve üretim alanındaki tecrübe ve bilgisine saygı gösterirdi.

Ehl-i hibrenin görevi çoğunlukla üretim ile ilgiliydi (Koyuncu, 2008): ehl-i hibre üyeleri ürün kalite kontrolünden sorumlu olan kadı ve muhtesibin lonca bünyesindeki danışmanları olarak kadının huzuruna çıkıp kendi zanaatları (ya da meslekleri) ve standartları hakkında bilgi verebiliyorlardı (Faroqhi, 2011). Aynı zamanda kadı ve muhtesip 'bir loncada neyin kabul edilebilir bir uygulama olduğunu bilemeyeceklerinden, memurlar normal olarak ehl-i hibrenin fikirlerini alır ve onların ifadelerini gelecekte yapılacak performans değerlendirmeleri için emsal olarak kaydederlerdi' (Faroqhi, 2011).

### **5.1.4.3. Lonca Üyeleri: Usta, Kalfa ve Çıraklar**

Loncanın idari yapısına hâkim olan hiyerarşiye paralel olarak, lonca üyeleri arasında da loncanın faaliyet alanıyla ilgili üretim bilgisi, uzmanlık seviyesi ve mesleki yeterlilik temelinde tanımlanan başka bir hiyerarşi mevcuttu. Çalışma mekânlarında disiplin ve düzeni sağlayan bu hiyerarşi, lonca-içi geleneğin ve esnaf nizamlarının sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi için hayati bir oto-kontrol mekanizmasıydı. Loncanın uzmanlaştığı alanda üretim ve ürün kalitesini korumak ve denetlemek, mesleki bilgi ve tecrübenin sağlıklı bir şekilde aktarılmasını sağlamak, lonca içi rekabeti kontrol altına almak, uzmanlık seviyesine göre üyelerin haklarını korumak bu hiyerarşi ile mümkündü. Lonca üyeleri usta, kalfa ve çıraklardan oluşmakta idi- ki 'buna iradet (istek), hizmet (yetişme) ve icazet (olgunluğun belgelenmesi) aşamaları deniyordu' (Sakaoğlu ve Akbayar, 1999)- bu hiyerarşi Osmanlı'da mesleki eğitimin özellikle de zanaat eğitiminin temelini oluşturmaktaydı. Özellikle belli bir zanaata ve onun alt dallarına yoğunlaşmış loncalarda usta-kalfa-çırak hiyerarşisi, üretim ve kalite standardını belirlemenin yanı sıra, zanaatın ve zanaatkârın kimliğinin oluşması için de hayatiydi.



Lonca üyeleri arasındaki hiyerarşide, çıraklıktan kalfalığa, kalfalıktan da ustalığa yükselmek, lonca üyeleri tarafından belirlenmiş olan kurallar çerçevesinde mümkün olabilir, terfi kriterlerine uyan üyelerin yükselmesi loncadaki ustaların değerlendirmesinden ve onayından geçmeden mümkün olamazdı. Ustalığa uzanan yolda uygulanan prosedür esnaf nizamlarında belirtilmekle birlikte, loncadan loncaya farklılık gösterebilirdi (Koyuncu, 2008). Koyuncu'ya göre (2008) gelenek, yabancıların lonca içine sızmalarını önleyen bir 'silah' olarak kullanılmakta, diğer üyelerin onayı önemli bir kontrol mekanizması teşkil etmekteydi. Bu mekanizma teşkilattaki usta ve dolayısıyla dükkân sayısının da kontrol edilmesini sağlamaktaydı. Bir çok loncada usta sayısının ihtiyaçtan fazla olmasının karışıklık ve üretim kalitesinde düşüşe neden olacağı endişesi mevcuttu; belgelenen esnaf şikayet ve taleplerinin önemli bir kısmı bu konuyla ilgiliydi.

Her çırak öncelikle kendisine mesleğin sırlarını ve bağlı olduğu esnaf teşkilatının geleneklerini öğretecek, yeterliliğini ispatladığında işini yapmaya ehil olduğunu teyit edecek bir usta yanında mesleğine ilk adımını atardı (Aktaran; Koyuncu, 2008). Ergin'in (1995) ifade ettiğine göre, kalfalar ve çıraklar usta ve ihtiyarlar tarafından çağrılmadıkça loncalara giremez, herhangi bir şekilde söz hakkına sahip olamazlardı.

Kalfanın usta olmak için gerekli olan mesleki yeterliliğe ulaştığında 'başka çıkmak' yani ustanın yanından ayrılıp başka bir dükkân açmak' (Kal'a, 1995) hakkını elde etmesi için, başta kendi ustası olmak üzere diğer ustaların, lonca idarecilerinin ve ileri gelenlerinin onayı gerekmektedir. Kalfadan, kalfalık dönemi boyunca ahlaki bir duruş sergilemesi, usta-kalfa-çırak hiyerarşisindeki eğitim misyonunu yerine getirmesi, dayanışmacı olması ve 'dükkânının dolatabilecek alet ve edevatını satın alabilecek finansal birikime sahip olması beklenirdi' (Koyuncu, 2008).

Çıraklıktan kalfalığa ya da kalfalıktan ustalığa geçiş merasimleri, loncalardaki ahilik etkisinin bir gelenek olarak devam ettiği en önemli mecralardı. Lonca üyeleri için bir sosyal dayanışma etkinliği olarak da değerlendirilebilecek olan esnaf teferrüçleri adı verilen şenlikler, 'teferrüçgah' denilen mesire yerlerinde düzenli olarak gerçekleştirilir, zanaatkâr ve esnaf bir veya iki gün süren bu şenliklerde eğlenirdi. Teferrüçler aynı zamanda kalfalık ve ustalığa geçiş törenlerinin yapıldığı 'meslek bayramları' idi (Sakaoğlu ve Akbayar, 1999). Ergin (1995) her sene düzenlenen teferrüç şenliklerinin, yirmi veya kırk senede bir vilayetlerden gelenlerin de katılımıyla büyük bayramlara dönüştüğünü, esnafın ilgili zanaat veya uzmanlık alanında diğer vilayetlerdeki gelişmeleri takip etmesinin bu şenlikle mümkün olduğunu dile getirmektedir.

Koyuncu'nun (2008) Breebart'tan (1961) aktardığına göre esnaf teferrüçlerinde gerçekleşen terfi merasimleri şu şekilde seyredir:

'Merasimde tüm ustalar, müftü, hatip, kadı ve diğer önde gelenler tam kadro hazır bulunmaktadır. Mütevelli ve kâhyaların çadırında törene iştirak edenler bir çember şeklinde oturur, kadı ve müftü de yerlerini alır. Usta adayı kalfa, solunda ustası, sağında da kethüda ya da müftüsü olduğu hâlde (olarak) odaya girer. Usta ve kethüda odada bulunanları selamladıktan sonra imam, ticaret ve üretimle ilgili Kur'an-ı Kerim'den ayetler ve Hazret-i peygamberden hadisler okur. Ardından kethüda, ustaların karşısında yerini alır ve tüm peygamberlerin, Hz. Peygamberin, ashabının ve ilgili mesleğin pirinin adını zikreder. Aday ustaya loncasının geleneklerine saygı göstermesini, müşterilerine dürüst davranmasını, doğru sözlü olmasını, kanunlara riayet etmesini, gelecekteki kalfa ve çıraklarını kendi evladı gibi görmesini nasihat eder. Aday ustanın tüm bu nasihatlere uyacağına dair sözünün ardından kethüda iyi dileklerini arz ettiği "Pir, erenler, çıraklar işinde yardımcın olsun, Allah her zaman rızkını bol bol versin, yoksulluk ve darlık görmeyesin" gibi bir dua eder. Daha sonra kethüda, kalfalık peştamalını çözüp ustalık peştamalını bağlar. Bu sırada mekânda hazır bulunanlar ayaktadır ve tekbir getirirler. Törenin sonunda hatip İhlâs ve Fatiha surelerini okur' (Koyuncu, 2008).

Mesleki yeterliliğin seviyelerini temsil eden ustalık, kalfalık ve çıraklık unvanlarını almak için sadece meslekte ehil olmak yetmiyordu. Bu unvanları alan kişilerin duruş ve davranışlarıyla loncanın ahlak kurallarına, geleneksel yapısına ve en önemlisi lonca nizamlarına uymaları bekleniyor, bu nedenle de kethüda dahil lonca üyelerinin ileri gelenlerinin bu kişilere kefil olması gerekiyordu.

#### **5.1.4.4. Lonca Nizamları: Narh**

O. Nuri Ergin (1995) Mecelle-i Umur-ı Belediye'de esnaf teşkilatlarının uygulaması gereken nizamlar ve uyması gereken kurallarla ilgili imparatorluk genelinde yayınlanmış genel bir kanun veya nizamnameye rastlanmasa da, farklı tarihlerde esnaf hakkında verilmiş ferman ve beratlarda ortak ifade ve tabirlerin bulunmasından böyle bir kanun veya nizamnamenin büyük ihtimalle var olduğunu dile getirmektedir. Kal'a (1998) ise esnafla ilgili kural ve nizamların büyük bir kısmının ihtisap kanunları ve bazı genel kanunnameler içinde yer aldığını söylemektedir. Aslında bu kural ve nizamlar, hiyerarşisi ve işleyiş biçimi gereği otonom bir yapıya sahip olan esnaf birliklerinin kural ve uygulamalarının 'genel hukuk ve zabıta kurallarına ters düşmemesi, esnaf birlikleri arasında ve diğer mal ve hizmet üreten kesimler ve organizasyonlar arasındaki ilişkileri bozucu değil tamamlayıcı yönde olmasını' (Kal'a, 1998) sağlamak için belirlenmiş sınırlardı.

Daha önce de belirtildiği gibi, esnaf birlikleriyle devlet arasındaki ilişki, her iki kurumun çıkarlarını koruyan ve mevcut düzeni devam ettirmeye yönelik bir ilişkiydi. Devlet, sıkı denetim ve kontrol altında tuttuğu loncaları iktisadi politikalarını uygulamak ve toplumsal hayata aktarmak için önemli araçlar olarak görmekte, loncaların varlığını desteklemekte ve onları uygun gördüğü ölçüde hoş tutmaktaydı. Loncalar da, toplumsal ve iktisadi hayatta sahip oldukları rolün farkında olmakla beraber, devletin kendi varlıklarını desteklemesinden ve lonca çıkarlarını korumak konusunda gösterdiği destekten memnuniyet duymakta; aynı zamanda özerklik ve varlıklarının tehlikeye düştüğü

durumlarda şikayet ve itirazlarıyla bütünlüklerini ve iç huzurlarını korumak çabasındaydılar. Kal'a'ya göre (1998), 'esnaf birliklerinden her birinin birlik-içi ilişkilerini ve üretimle ilgili kaidelerini genel hukuk ve zabıta kurallarıyla beraber, birliğin faaliyetiyle ilgili örf ve adetler ile o birliği oluşturan çalışanların ortaklaşa oluşturdukları kural ve nizamlar belirlemekteydi' (Kal'a, 1998). Faroqhi'ye göre de (2011), merkezi otorite, loncaların iç örgütlenmesine çok müdahil olmuyordu: 'devletin lonca özerkliğine en az müdahale ettiği alan belki de zümre içi ilişkilerin kaide ve kuralların belirlenmesiyle oluşan çalışanların vasfına dayalı hiyerarşisiydi' (Kal'a, 1998).

Kal'a'ya göre (1998) devletin esnaf birliklerinin özerkliğine en çok müdahale ettiği alan 'esnaf birliklerinin hammaddeyi temini, hammaddeyi mamul hale getirirken uygulayacağı üretim teknikleri ve üretimin kalitesi ile mamul hale gelen malın satış aşamalarında', bu aşamaların tümünün seyrini belirleyen narhın uygulanması meselesiydi. 'Narh', tavan fiyatı anlamına gelmekle birlikte, birçok hammadde ve mamule uygulanan bir fiyat uygulamasıydı. Narh uygulaması, sağladığı fiyat denetimiyle haksız rekabeti ve tüketicinin dolandırılmasını önlemeyi, kentlerin özellikle İstanbul'un zaruri ve hatta zaruri olmayan ihtiyaçlarının eksiksiz karşılanmasını sağlamayı, tekel eğilimlerini önlemeyi, esnaf ve esnaf birlikleri arasındaki gelir dengesini korumayı amaçlamaktaydı. Aynı zamanda devletin loncalar üzerindeki sıkı denetiminin en önemli araçlarındandı. Narh, başta sadrazam olmak üzere kadı ve muhtesip denilen devlet görevlileri tarafından yürütülüyor, esnaf bu hususta daha çok muhtesip ve kadı ile muhatap oluyordu. Narh, esnaf ve devlet arasında bir takım pazarlıklara konu olabiliyor, esnafın mal ve hizmetlerdeki maliyet artışından dolayı narhın yükselmesini istediği durumlarda devlet başvuru veya şikâyeti haklı bulursa narhı yükseltebiliyordu. Birçok hammadde ve mamule ait azami fiyatların derlendiği narh defterleri, kadılar tarafından düzenleniyor, bazı defterler zaruri ihtiyaçları karşılayan hammaddeleri (örneğin ekmek, peynir, et, yoğurt gibi yiyecek maddelerini), bazıları ise çeşitli eşyayı (örneğin pabuç, çizme, gömlek gibi eşyayı) kapsıyordu. Narh uygulaması 1866 senesinde ekmek hariç diğer hammadde ve eşya üzerinden kaldırılmıştır (Ergin, 1995).

### **Lonca Bünyesinde Dükkân Açma ve Tezgâh Sayısı**

Ustalığa hak kazanan bir üye, dükkân açma hakkını da kazanıyordu. Fakat dükkân açma hakkına sahip olmak çoğu zaman o ustanın hemen dükkân açabileceği anlamına gelmiyordu. Bir ustanın dükkân açabilmesi, öncelikle esnaf amirlerinin dükkân açma izni vermesine ve esnaf birliğindeki toplam dükkân adedinin aşılmıyor olmasına bağlıydı (Kal'a, 1998): 'esnaf birliğine tahsis edilen dükkânlar ve dükkân adedi belirlenmiş ise, bu dükkânların dışında başka dükkân açılmaz, toplam dükkân adedi aşılamaz' (Kal'a, 1998), dolayısıyla da yeni usta hakkı olmasına rağmen dükkân açamazdı. Lonca nizamına uymayarak lonca yöneticilerinden izinsiz dükkân açan ustaların dükkânlarının kapatılması

sıkça rastlanan bir durumdu. Buna karşın, lonca bünyesinde faaliyet gösteren usta sayısı, dükkân sayısına eşit olmak durumunda değildi. Dükkân açma izni olan veya belirlenmiş dükkân sayısını aşacağı için dükkân açamayan ustalar başka bir dükkâna hissedar olarak girebiliyordu (Kal'a,1998).

Bir ustanın bir dükkâna hissedar olabilmesi ya da kendi dükkânına sahip olabilmesi, lonca bünyesindeki üretim kapasitesi, dolayısıyla da her dükkândaki tezgâh sayısına da bağlıydı: 'tezgâh adedi dükkânda ne kadar üretim yapılabileceği ile ilgili olup, dükkânda istihdam edilecek çırak ve kalfa sayısı ile dükkânı işleten usta sayısını da belirliyor; genellikle tezgâh başına bir usta, bir kalfa ve bir çırak düşüyordu' (Kal'a, 1998). Dükkânda tezgâh sayısı biri aştığı zaman, başka bir usta hissedar olarak dükkâna girebiliyor, yukarıda da belirtildiği gibi dükkân sayısı usta sayısına eşit olmadan da lonca bünyesinde üretim devam edebiliyordu.

Usta sayısının dükkân ve tezgâh sayısına bağlı olması, loncanın faaliyet alanındaki üretimin ve üretim kalitesinin ya da hizmet ve hizmet kalitesinin korunması ve denetlenmesi sağlayan bir mekanizmaydı. Üretim fazlasının kaliteyi düşüreceği kaygısı birçok lonca için usta, dükkân ve tezgâh sayısının denetimi dışında faaliyet alanına özel üretim nizamları düzenlenmesi gerekliliğini doğurmuştu. Bir takım üretim standartları yerleştirmeyi hedefleyen imalat nizamlarında loncanın yoğunlaştığı üretim alanında ürünlerin ne şekilde imal edilmesi gerektiği, nelere dikkat edilmesi gerektiğiyle ilgili detaylı talimatlar yer alabiliyor, final üründen beklenen kalite standardı tanımlanabiliyor, ürünün malzemesinin kalitesi ile ilgili uyarılarda bulunulabiliyordu. Hamallık, kayıkcılık, çamaşırcılık, sakalık gibi hizmet üreten loncaların nizamlarında ise esnafın müşterisine karşı nasıl davranması gerektiği, ne şekilde giyinmesi ve çalışması gerektiği ile ilgili hususlarda uyarılar sıralanabiliyordu (Kal'a, 1998). Kal'a'nın (1998) verdiği nizamlarına bakacak olursak, örneğin İstanbul'daki kılıççı esnafının nizamında kılıç kabzasının kara demir yerine abanoz, sakız, balık, fildişi gibi malzemelerden imal edilmesi ve malzemesinin doğal renginin korunması; şişeci esnafının nizamında farklı şişe türlerinin ağırlık ve içerikleri belirtilerek, eksik içerik ve ağırlıkta ürün imal edilmemesi nizama bağlanıyordu.

### **Gedik**

Koyuncu (2008), 18. yüzyılda gedik uygulamasının devreye girmesiyle, ustalık, dükkân açma ve tezgâh sahibi olma gibi konuların karmaşıklaştığını dile getirir. Kabaca bir mesleği icra edebilme yetkisi ya da imtiyazı olarak tanımlayabileceğimiz gedik, asıl olarak 18. yüzyılın ortalarında esnaf birliklerinde bir mesleği icra edebilmek için gerekli bir kurum haline gelmiş olsa da, aslında Fatih döneminden itibaren var olmuş, kentlerin sosyal ve ekonomik yaşamındaki değişimle beraber tanımı ve kapsamı genişlemiştir (Koyuncu, 2008; Kal'a, 1995).

Gedik hakkı kavramı, 'ustalık hakkı verme yetkisinin esnaf birliklerine tanınmasından sonra bu yetkinin daha da genişletilmiş hali olarak ortaya çıkmış', gedik hakkıyla ilgili uygulamalar esnaf birliklerinin nizamlarında yer almaya ve gittikçe resmileşerek devlet nazarında da onay almaya başladıkça da ciddi bir ruhsat sistemine dönüşmüştür (Kal'a, 1998). Süleyman Sudi ve Sıdkı'nın tanımlarına dayanan ve en çok kabul gören gedik tanımı, bir ürün ya da hizmeti satma, üretme ya da satın alma hakkı ya da daha geniş anlamıyla tekel doğuran haklardır (Kal'a, 1998). Kal'a (1998) dediği sadece tekel doğuran haklar olarak tanımlamaktan kaçınarak, onu 17. yüzyılın ortalarında doğan 'tekellere dayalı bir üretim sistemi' olarak tanımlar.

Gedik sistemi, lonca sisteminin en çok olgunluğa ulaştığı kent olan İstanbul'da büyük bir ciddiyetle uygulanmıştır. Kent nüfusu, lonca sayısı ve faaliyet alanlarındaki çeşitlilik nedeniyle gedik sistemi, İstanbul esnafını hem sistem dışı faaliyet göstermeye çalışan yerli ve yabancı kişilerin girişimlerinden korumayı, hem de lonca-içi dengeleri korumayı hedefliyordu. Gedik vasıtasıyla üretim tekellerinin oluşması, devletin kendi üretim ve fiyat politikalarını uygulatabilmesi açısından da önemlidir.

Gedik teriminin 1727 senesinden itibaren resmileştiği ve hukuki bir kimlik kazandığı düşünülmektedir. İlk başlarda gedik tabiriyle 'alat-ı sınaie', yani bir mesleği icra etmek için gerekli olan alet, edevat ve tezgâh, kastedilmekte, alet ve edevatın yerleştirildiği dükkân veya atölyeye 'gedik mülkü' denmekteydi (Sakaoğlu ve Akbayar, 1999; Koyuncu, 2008). Gedik, miras bırakılabiliyor, bir yerden bir yere nakledilebiliyor, çok-ortaklı olabiliyordu.

'Esnaftan biri mesleği bıraktığında ya da vefat ettiğinde ustalık hakkının yanında o mesleği icraya gerekli alet ve edevatın da ustalığa hak kazanmış kişiye satılması' söz konusu olduğundan zamanla gedik adı altında ustalık hakkı ve alet ve edevat birleştirilmiş (Ergin, 1995) bu şekilde gedik hem esnaf hem de dükkân sayısını sınırlayan bir uygulamaya dönüşmüştü; 19. yüzyılda gedik gerekli alet edevatla donatılmış bir mekânda bir sanat veya ticareti icra edebilme hakkı manasına ulaşmıştı (Koyuncu, 2008). Bu bağlamda belirli bir yerde belirli bir sanatı icra edebilme yetkisi olarak tanımı genişleyen gedik, 'bir çalışma mekânının tam kullanma hakkına sahip kişilere verilen yasal belge kategorisi' (Koyuncu, 2008), diğer bir deyişle bir çeşit ruhsat veya sertifika haline gelmiş, bu şekilde gayrimenkul ile de ilişkilmişti. Gedik sistemi, farklı gedik türlerinin varlığı nedeniyle oldukça karmaşık bir sistemdi. Ergin (1995) farklı gedik türleri arasında 'hevai gedik' yani şahsa ait ve sahibi istediği mahalde mesleğini icra etme hakkı, 'müstekar gedik' yani dükkân, mağaza vesaire gibi bir mahalle mahsus gedikler, 'tabla dediği' yani belirlenen bir mevkiye tabla koyarak mesleğini icra edebilme hakkı gibi gedikleri saymaktadır. Koyuncu (2008), gedikle birlikte zamanla üretim ve emeğin ya da ustalıkla iş yeri sahipliğinin birbirinden ayrıldığını ve bu ayrımın esnaf teşkilatı içerisinde çıkar grupları oluşturarak, işçi-işveren tarzı bir iç çatışma yarattığını belirtmektedir.

Ergin (1995), Tanzimat-ı Hayriyye sonrası ticaret serbestisi konusunda alınan kararlar nedeniyle gedik ve tekel usullerinin lağvedildiğini fakat müstekar gedik gibi bir mülke bağlı bazı gedik türlerinin varlıklarını sürdürdüğünü, 1861 senesinden sonra bir nizamname ile gedik uygulamasına son verilerek hükümet tarafından gedik belgesi tahsisinin yasaklandığını dile getirmektedir. Bu nizamname ile yalnızca 1831 senesi öncesindeki gedikler geçerli sayılmış, 1913 senesinde düzenlenen bir kanunla da tüm gedikler kaldırılmıştır (Koyuncu, 2008).

#### **5.1.4.7. 19. Yüzyıl Osmanlı İmalat Sektöründeki Gelişmeler ve Loncaların Çöküşü**

18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl, Osmanlı Devleti'nin İngiliz Endüstri Devrimi'nin etkileriyle, dolayısıyla Batı dünyasının kaydettiği teknolojik, askeri, bilimsel ve kültürel ilerleme ile yüzleştiği; kapitalist dünya ekonomisinin etki alanına girerek bu sistem içerisinde var olmaya çalıştığı bir süreci temsil eder. Eğitim ve askeri alanda başlayan modernizasyon projesi, kısa zamanda devlet eliyle endüstrileşme çabalarıyla genişlemiş, Batılı üretim teknolojilerinin ve üretim bilgisinin yabancı çalışanlar yoluyla Osmanlı topraklarına ithali devlet eliyle açılan ve endüstriyel üretimi hedefleyen fabrikaların kurulmasına neden olmuştur. Başta İngiltere olmak üzere Batılı ülkelerden Osmanlı topraklarına akan başta tekstil ürünleri olmak üzere ithal malların iç bölgelere kadar sızması, başta tekstil ve dokumacılık gibi bir takım sektörlerin derinden etkilenmesine neden olmuştur.

Yaygın görüşe göre (Önsoy, 1988; Issawi, 1966; Kütükoğlu, 1974), 1838 yılında İngilizlerle imzalanan Baltalimanı Ticaret Anlaşması ve akabinde ilan edilen Tanzimat Fermanı (1839), ithal mallar üzerindeki gümrük vergilerinin düşürülerek serbest ticaret esaslarının uygulanmaya başlamasını sağlamış; endüstriyel üretim hacmi ve hammadde ihtiyacı artan Batı dünyası için Osmanlı topraklarını açık bir pazar haline getirmiştir. Bu durum, Osmanlı topraklarındaki küçük ölçekli üretime dayalı imalat faaliyetlerinin mutlak bir darbe almasına neden olmuş, Osmanlı toprakları giderek endüstrisizleşmiş, sermaye birikimi ve makineleşme konusunda yeterli performansı gösteremeyerek direnememiştir. Bunun yanı sıra devletin 19. yüzyılın başından itibaren 5-10 senelik dönemler şeklinde dalga dalga uygulamaya çalıştığı endüstrileşme hareketi, açılan fabrikaların başarısız olması ya da istenilen performansı sağlayamaması; Batı teknolojilerinin, makinelerinin ve hatta teknisyenlerinin ithaline karşın üretim bilgisi olan kalifiye elemanların eksikliği gibi faktörler nedeniyle istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Quataert (1992), devlet eliyle endüstrileşmenin ilk dalgasının 1790-1804 seneleri arasında, ikinci dalganın 1826-1830 arasında (bu dönemde Feshane Fabrika-i Hümayunu, İplikhane-i Amire, Beykoz Kundura Fabrikası kurulmuştur), üçüncü dalganın 1840-1850 arasında (bu dönemde Hereke İpek Fabrikası, Zeytinburnu Demir Çelik Fabrikası, Beykoz Çini ve Billur Fabrikası kurulmuştur), dördüncü dalganın 1860-1870 arasında (İslah-ı Sanayi Komisyonu ve Dersaadet Mekteb-i Sanayi kurulmuştur) ve beşinci dalganın 1880-1890 arasında (Yedikule İplik

Fabrikası, Yıldız Çini Fabrika-i Hümayunu kurulmuştur) gerçekleştiğini dile getirir. Devlet eliyle kurulan birçok fabrika, Bursa ve İstanbul gibi büyük kentlerde veya bu kentlerin etrafında kurulmuştur. Bu nedenle devlet eliyle endüstrileşmenin Osmanlı topraklarının tümüne dengeli olarak yayıldığı söylenemez. Kırsal kesimde özellikle tekstil ve dokuma alanında özel teşebbüs ile kurulmuş fabrikalar mevcut olsa da, bu fabrikaların varlığı bir Osmanlı endüstri devrimine işaret etmez.

Quataert (2011), Osmanlı imalat sektörünü devlet eliyle kurulan fabrikalardan ve kent odaklı lonca sisteminden ibaret saymanın özellikle kırsal kesimde gerçekleşen üretim örgütlenmelerinin göz ardı edilmesine sebep olduğunu; bu nedenle de yanıltıcı olduğunu iddia eder. Quataert'e göre (2011), İngiliz Endüstri Devrimi'nin yarattığı koşullar Osmanlı imalat sistemini derinden etkilemiş, fakat özellikle kırsal kesimde ve zaman zaman kentlerde faaliyet gösteren üreticiler bu yeni koşullara uyum sağlayarak yeniden örgütlenmiş, hatta özellikle tekstil ve dokuma alanında hayatta kalmayı başarmışlardır.

Yaygın bir görüşe göre Osmanlı loncaları, İngiliz Endüstri Devrimi'nin yarattığı teknolojik ve teknik değişim dalgasına, kapitalist dünya ekonomisinin belirlediği yeni üretim, ticaret ve pazar koşullarına uyum sağlayamamış; hatta esnaf birliklerinin çoğuna hâkim olan üretim ve ticaret zihniyeti bu yeni koşullara uyum sağlamamak için direnmiştir. Eldem'e göre (2000) loncalar tarihi konusunda, 'lonca kurumunun belirleyiciliğinin serbest pazar temelinde bir kapitalist iktisadi yapının oluşması yönünde önemli bir engel olduğu biçiminde bir açıklama getirme amacıyla, farklılıklar arama ve farklılıklara vurgu yapma yönünde bir eğilim hala mevcuttur' (Eldem, 2000). İleri derecede uzmanlaşmış ve bu nedenle de faaliyet alanlarının sınırları net bir şekilde belirlenmiş, devlet ile ilişkileri karşılıklı iktisadi faydaya dayanan, serbest ticaret, girişim ve rekabet konularının lonca hiyerarşisi ve devletin iktisadi politikalarının gölgesinde ve belirleyiciliğinde kaldığı lonca sistemi, liberal ekonomi politikaların dönüştürdüğü pazar şartlarına uyum sağlamakta kuşkusuz zorlanmıştır. Fakat Eldem (2000) de Quataert gibi (2011), özellikle Anadolu'daki proto-endüstri kollarının Avrupa'nın Osmanlı pazarına sızması karşısında 'ya lonca sisteminin sergilediği yumuşak bir evrim yoluyla, ya da sistemin kısıtlayıcı karakterinin formal bir biçimde terk edilmesi ve sonuçta ev temelli bir parça başı üretim tarzına yönelik örgütlenmeye dönüşmesi yoluyla sık sık direndiklerini' düşünmektedir. Bu yeniden örgütlenmeler, Osmanlı imalat sektörünün bazı kollarının hayatta kalmasını ve hatta yeniden dirilmesini sağlamış olsa da, loncaların belirleyici, hiyerarşik ve geleneksel yapıları içerisinde barınamamıştır. Lonca dışı faaliyetin artmasıyla, örneğin Faroqi'nin (2011) dile getirdiği gibi 1800lerin ortalarından itibaren artan fason üretim nedeniyle ya da ev eksenli üretimin yaygınlaşmasıyla, özellikle zanaatkâr loncaları marjinalleşmiştir.

Sabri Ülgener (1996), İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası isimli çalışmasında Osmanlı'nın kapitalist ekonomiye ve liberal pazar politikalarına uyum sağlayamamasında en büyük direnç cephesinin 'madde alemine karşı ferdin vicdanında daime geniş mesafeleri şart koşan, kendi içine kapalı, sakin, kanaatkar bir yaşayış tarzını' (Ülgener, 1966) benimseyen esnaf loncaları olduğunu iddia eder. Buna göre, esnaf loncalarının adeta DNA'sına işlemiş olan maddiyat diğer bir deyişle sermaye birikimi ve rekabet ile araya konulan mesafe, loncalarda atalet ve tembelliğe neden olmuş; liberal ekonominin temel prensipleri benimsenememiştir. Loncalara hâkim ahlak ve iktisat zihniyetinin loncaların çöküşünde tek etken olarak görülemeyeceği açıktır: üretim ve ticaret sisteminin dolayısıyla da lonca sisteminin devamlılığını sağlayan gelenekle iç içe geçmiş eğitim sistemi (usta-kalfa-çırak ilişkisi), kuşaktan kuşağa aktarılan üretim bilgisi endüstriyel üretim mantığına aktarılamamış; sermaye birikimi, girişimcilik ve rekabet sadece loncalar tarafından değil, devlet tarafından da bir tehlike olarak görülmüştür. Bunun yanı sıra, önce saray ve ordunun, daha sonra da halkın temel ihtiyaçlarını karşılama konusunda oldukça temkinli ve korumacı davranan devlet, ithalata karşı ihracatı uzun bir süre teşvik etmemiştir.

1864 senesinde kurulan Islah-ı Sanayi Komisyonu'nun teşvik ettiği esnaf şirketleşmeleri, lonca sisteminin çözülmesiyle beraber ortaya çıkan bir yeniden örgütlenme çabasıdır. Küçük sanayi dallarını şirketler altında birleştirmeyi hedefleyen bu komisyon, simkeş, debbağ (derici), kumaşçı, kemhacı (ipek dokumacı), dökmece, demirci ve zilci esnafının şirketler halinde birleşmesi gerektiğini düşünmekte bu sayede esnaf arasında dayanışma ve yardımlaşmayı sağlayarak, üretim desteği vermeyi amaçlamaktaydı (Önsoy, 1988). Bu kapsamda simkeşhane, saraçhane ve debbağhane esnafının şirketleşmesi girişimlerini, kumaşçı, kemhacı, dökmece, demirci, zilci ve çatma yastıkçı esnafının birleşme çabaları izlemiştir. Debbağlar şirketi dışında diğer şirketlerin birçoğu, yeterli sermayenin toplanamaması nedeniyle başarıya ulaşamamış, kurulan ya da kurulma aşamasında olan tüm şirketler Islah-ı Sanayi Komisyonu'nun 1874'teki lağvından sonra kaderlerine terk edilmiştir.

Quataert'in (2011) ifade ettiği gibi devletin 1887 yılında çıkardığı eski ve yeni imalat vergisi listelerinde 287 İstanbul loncası görülmektedir. Bu sayı, Evliya Çelebi'nin (2014) seyahatnamesinde anlattığı 1100 adet esnaf birliğinin, 17. yüzyıl ortalarından 19. Yüzyıl sonlarına gelindiğinde ne derece çözüldüğüne güzel bir örnek teşkil etmektedir.

Loncaların varlığının resmen sonlanması 1910–1912 seneleri arasında gerçekleşmiştir. Son adım İttihat ve Terakki hükümetinin bir kararnamesiyle atılmış, İstanbul loncaları 1910'da, taşra loncaları ise 1912'de resmen feshedilmiştir (Faroqhi, 2011).



## 5.2. İstanbul Loncaları

Eldem'e göre 'eğer lonca sistemi bir olgunlaşma noktasına varmışsa, bu muhtemelen imparatorluğun başkentinde olmuştur' (Eldem, 2000). Buna göre 17. yüzyıl İstanbul'unda 'bazı açılardan ortaçağ Hristiyan Avrupası'nın lonca sistemini andıran, girift ve tekelci bir kent esnafı örgütlenmesi' gelişmiş; 18. yüzyılda ise lonca teşkilatı 'kent nüfusunun iktisadi yaşamının yapısını belirleyen günlük, olağan bir gerçeklik haline gelmiştir' (Eldem, 2000).

İstanbul loncalarının ulaştığı olgunluk ve ihtisaslaşma düzeyi ile ilgili en önemli bilgiler, Evliya Çelebi'nin 17. yüzyıl ortalarında kaleme aldığı seyahatnamesidir. Evliya (2014) seyahatnamesinde Murad-ı Rabi'nin (4. Murat'ın) Bağdat seferi öncesi 1637 yılında düzenlenen geçit töreninde esnaf alaylarını izleyerek esnafın uğraş alanları, çalışma ortamları ve faaliyet biçimleri ve İstanbul'un farklı semtlerinde kümelenen esnaf üzerine detaylı, yer yer abartılı, fakat oldukça önemli bilgiler verir. Ergin (1995), geçit törenindeki esnaf alaylarına ek olarak, Evliya'nın ayrıca yine o dönemde Bayram Paşa tarafından yaptırılan ve düzenletilen 'tahrir-i nüfus ve emlak defterini' seyahatnamesine kayıt ettiğini söylemektedir. Evliya Çelebi'nin anlatılarından her meslek grubunun hangi alt gruplardan oluştuğunu, bu meslek 'erbabının' pirlerinin kim olduğu, kaç dükkânlarının bulunduğu, toplum içinde nasıl bilindikleri, kıyafetleri ve tavırları ve geçit töreni sırasında sergiledikleri hüneleri hakkında değerli bilgiler elde edilir. Evliya (2014), İstanbul 'sanat sahiplerinin' ya da esnafın 57 bölüm altında toplanmış tam 1100 sınıf 'sanat sahibinin' geçit töreninde hazır bulunduğunu söyler.

Evliya Çelebi'nin sıraladığı esnaf gruplarından yola çıkarak Evliya'nın sadece sanat ve ticaret erbabı esnafı hakkında değil, kent nüfusunun loncalar bünyesinde istihdam edilen büyük bir kısmı hakkında bir fikir verdiği söylenebilir. Evliya'nın (2014), esnaf-ı cambazan ve pehlivan (cambaz ve çeşitli pehlivanlar esnafı), esnaf-ı yazıcıyan (arzuhalçiler), esnaf-ı cenaze peykleri ve mürde-şuyan (ölü yıkayıcıları ve taşıyıcıları), esnaf-ı şairan, esnaf-ı müneccimyan (falcılar esnafı) gibi grupları da sıralamasından, dönem İstanbul'unda neredeyse 'bütün bir ahalinin' (Ergin, 1995) meslek gruplarına bölüdüğü, 'şehrin lonca kurumunu, yaklaşık 260.000 adamı istihdam eden ve sayısı 1.109'dan az olmayan farklı esnafın oluşturduğu' (Eldem, 2000) ve bu esnafın da Evliya Çelebi tarafından 'kapitalizm öncesi kent yapısının tüm önemli iktisadi etkinliklerini kusursuz bir biçimde kapsayan elli civarında genel lonca altında yeniden gruplandığı' görülür (Eldem, 2000). Eldem (2000) Evliya'nın verdiği sayıları abartılı bulsa da<sup>14</sup>, bu derece fazla sayıdaki loncanın yansıttığı 'olgunlaşma ve uzmanlaşma düzeyi' hakkında pek kuşku duymaz. Örneğin 'aziz ve makbul saraçlar esnafı' olarak

---

<sup>14</sup> Koyuncu'nun aktardığına göre (2008), R. Mantran Evliya Çelebi'nin verdiği sayıları Paris Milli Kütüphanesi'nde bulunan 1734 tarihli İstanbul'daki dükkân kategorilerini alfabetik olarak sıralayan bir belge ile karşılaştırarak, Evliya'nın dükkân, atölye ve imalathanelere dair verdiği 40.365 sayısının diğer belgedeki 32.150 sayısına yakın olduğunu belirler.

tanıttığı esnaf grubu kaltakçılar, tirkeşçiler, gedeleççiler, Arnavut cabcılar, tegelticiler, saraç meşkçileri, debbeciler, sofracılar, yularcılar, sepet sandıkçıları, kamçıcılar, palan-düzan (semerciler) esnafı olarak on iki esnaf birliğinden oluşmaktadır. Loncalardaki aşırı ihtisaslaşmanın bir başka örneği ahillerle özdeşleştirilen debbağ (derici) esnafıdır: derici esnafı derinin 'ham maddeden mamul madde haline gelinceye kadarki aşamalarının' her biri için bir lonca oluşturacak biçiminde örgütlenmiş, 'celepler, sığır kasapları, koyun kasapları; ham deriyi işleyen debbağlar ve bundan mamul madde yapan saraçlar, kavaflar, kolancılar, deri tulumcular, yularcılar, kamçıcılar, meşinci ve sahtiyancılar, ciltçiler gibi' birçok farklı ihtisas alanı (Sakaoğlu ve Akbayar, 1999) oluşmuştur.

Eldem'e göre (2000) loncalar, 'kendilerine kolektif davranış biçimi sağlayan ve onları hem pazarda, hem de devletle ve yerel yönetimlerle ilişkilerinde temsil eden, sıkı kontrol altındaki hiyerarşik hatlar boyunca örgütlenmişti' fakat bu sistematik örgütlenme 'iki ucu keskin bir kılıç' gibiydi. Loncalar bir yanda kendi yönetim hiyerarşileri, kurumsallıkları, karar verme ve yönetim mekanizmalarıyla esnafa 'bir tür özerklik ve özdenetim sağlıyor' (Eldem, 2000), diğer taraftan devletin iktisadi politikalarıyla doğrudan karşı karşıya gelen kurumlar olarak esnafın 'görelî tesirsizleştirme ve devlet tarafından daha kolay kontrol edilmelerine potansiyel katkıda bulunuyordu' (Eldem, 2000). İstanbul, devlet-lonca ilişkisinin bütün yönleriyle ön plana çıktığı en önemli merkezlerden biriydi. Birçok tarihçinin belirttiği gibi nüfusu gittikçe artan, ihtiyaçları çeşitlenen kent ürettiğinden çok daha fazlasını tüketiyor, dolayısıyla devletin kentin ihtiyaçlarını karşılamak için uyguladığı pazar politikaları ve geliştirdiği kontrol mekanizmaları doğal olarak ilk önce lonca kurumuna yansiyordu. 'Başkentin onu diğer kent merkezlerinden son derece açık bir biçimde ayıran temel özelliği, üretim ve yeniden dağıtımdan çok daha fazla, tüm biçimleriyle tüketime yönelmesiydi' (Eldem, 2000). İstanbul'un ihtiyaçlarının karşılanması sorunu, fiyat kontrolü ve pazar mekanizmalarının sıkı denetimini gerektirmekteydi; 'böylece pazar kontrolünü amaçlayan İhtisap İdaresi ortaya çıktı ve devletin narh fiyatlarını yoluyla pazarı düzenleme çabaları, onun loncalarla temel ilişki kurma zeminini oluşturuyordu' (Eldem, 2000). Bu nedenle, loncaların varlığı, devletin pazar ve toplum mekanizmalarını kontrol edebilmesi ve 'devlet aygıtının taleplerini aktarabilmesi' (Faroqhi 2011) için vazgeçilmezdi.

Faroqhi (2011), loncaların 'iki çehrelî' örgütler olduğunu ifade eder: Bir yandan, devletin nefesini sürekli ensesinde hisseden İstanbul loncaları, devletin iktisadi politikalarının uygulanmasına aracılık eden, sıkı kontrol altındaki mekanizmalardır. Fakat Faroqhi'nin de (2011) belirttiği gibi özellikle '18. yüzyılda İstanbul ve Bursa'da devlet kontrolü, hammadde eksikliğinden ve yabancıların, sınırlı pazarlarına girmesinden endişe duyan loncaların, örneğin zanaatkâr loncalarının, kendilerinin de çoğu kez istediği bir şeydi'. Benzer şekilde Eldem de (2000), 'üretim ve dağıtım anlamında daha sınırlı ve

bütünlüklü bir pazara yönelik, daha uzmanlaşmış loncalar söz konusu olduğunda, üreticiler ve tüccarların pazarın kontrolü konusunda usule uygun bir uzlaşmaya daha kolay vardığını, böylece tekeli ve kısıtlayıcı uygulamalar yoluyla potansiyel iç ve dış rekabet tehditleriyle başa çıktıklarını' dile getirir. Diğer yandan, loncalar kimi durumlarda üyelerinin çıkarlarını ve 'özerk faaliyet alanlarını' devlete karşı korumuşlar (Faroqhi, 2011), 'Osmanlı'daki taban siyaseti diyebileceğimiz olgunun bir parçasını oluşturmuşlardır' (Faroqhi, 2011).

Eldem (2000), İstanbul'daki aktif nüfusun loncalar bünyesindeki kurumsallaşmasının, kentten etnik/dini parçalanmasını andırdığını, loncaların çoğunun 'özel bir etnik-dini unsurun altına girme, hatta sadece onun eline geçme eğilimi' gösterdiğine dikkat çekmektedir: 'loncalar temelde dayanışma biçimleri üzerinde yükselen yapılar olduğundan ve bu yüzden mensup olmayanları dışarıda bırakmayı hedeflediğinden, kültürel/etnik farklılıklar katılma koşullarının belirlenmesinde kaçınılmaz olarak yardımcı oluyordu' (Eldem, 2000).

### **5.3. İstanbul'da Zanaatkâr Loncaları**

Faroqhi (2011) daha erken dönemlerin aksine, 1800ler ve 1900lerin başlarında zanaatkârların gündelik hayatına ve iş hayatlarına yönelik daha fazla birincil kaynağın olduğunu belirtmektedir. Osmanlı zanaatkâr tarihinin erken dönemlerindeki kaynak azlığı, zanaatkâr tarihinin İstanbul, Bursa ve Edirne gibi merkezi yönetimin nefesini ensesinde hisseden, denetim ve kontrolün yoğun olarak uygulandığı büyük kentler üzerinden okunmasına neden olmakla birlikte Faroqhi (2011), İstanbul'un yanı sıra Kahire, Bursa, Kudüs, Halep, Şam ve daha geç bir tarihte Teselya'daki Ambelakia ile kimi Bulgar kentleri ve bazı zamanlarda bunların çevre bölgelerinin el sanatı üretim merkezleri olarak öne çıktıklarını ve bu merkezlere ilişkin kayıtların oldukça zengin olduğunu belirtmektedir.

Faroqhi (2011) zanaatkârların ekonomik rekabetin yol açtığı olası bölünmeyi aşacak güçte bir toplumsal bütünleşmeyi nasıl oluşturduklarını sorgularken, devletin özellikle 16. yüzyıldaki askeri seferlerden sonra zanaatkârlardan vergi ve hizmet taleplerinin artmasının, zanaatkârların da vermek zorunda oldukları vergi ve hizmeti aralarında eşit olarak dağıtmak için daha sıkı bir biçimde örgütlenmek istemelerinin nedeni olabileceğini belirtir. Büyüyen ordular ve artan seferler nedeniyle üniforma, iç çamaşırı, yelken bezi, ateşli silahlar ve benzeri ordu ihtiyaçlarının karşılanması için birçok zanaatkâr, çoğunlukla istekleri dışında, birlikler halinde sefere katılarak ordu ihtiyaçlarına yönelik üretim yapardı. İstanbul zanaatkâr örgütlerinin merkeze yakın olmaları nedeniyle bu durumdan daha çok etkilenmiş olmaları muhtemeldir. Nitekim 16. yüzyılın ortalarına gelindiğinde, İstanbul'daki zanaatkârların çoğunluğu loncalarda örgütlenmişlerdi (Faroqhi, 2011). Devlet talepleri her ne kadar zanaatkârların üzerine fazladan ve kaçamayacakları bir yük yüklese de, zanaatkârlar sarf ettikleri emeğin karşılığında devlet koruması ve desteğinin yabancı tacirlerin zanaatkâr varlığını tehdit eden

faaliyetleri (özellikle fason üretim ve parça başı üretim) ve hammadde eksikliği karşısında hayatta kalmak için önemli olduğunu biliyorlardı. 17. yüzyılda Evliya Çelebi'nin (2014) de seyahatnamesinde verdiği sayılardan anlaşılacağı gibi, İstanbul'daki çalışan kent nüfusunun çoğunluğu loncalar altında örgütlenmişti. Evliya'nın saydığı uzmanlık alanlarına bakıldığında dericilik, kuyumculuk, dokumacılık, nakkaşlık, ayakkabıcılık, saraçlık, marangozluk ve metal işçiliği alanlarında faaliyet gösteren zanaatkârlar loncası sayısının azımsanamayacak düzeyde olduğu görülmektedir. Bundan yola çıkarak 17. yüzyılda kent nüfusunun çoğunluğunun özelleşmiş bir zanaatla veya küçük ticaretle uğraştığını söylemek yanlış olmaz.

İstanbul nüfusunun 17. ve 18. yüzyıllardaki kontrolsüz artışı- devletin göç konusunda aldığı önlemlere rağmen- devam etmiş, bu durum kentte iş arayan kişi sayısını arttırdığı gibi, mevcut çalışan kitlesini, özellikle de lonca bünyesindeki esnaf ve zanaatkârları tedirgin etmişti. Bu nedenle özellikle '18. yüzyılda İstanbul ve Bursa'da devlet kontrolü' zanaatkâr örgütleri tarafından özellikle istenen bir şeydi (Faroqhi, 2011). Faroqhi'ye göre (2011), '1700lerin sonları ile 1800lerin başlarında zanaatkâr loncaları, çok daha katı bir şekilde yapılandırılmış örgütler oluşturma baskısı altındaydı' çünkü zanaatkârların hem ekonomik (hammadde kıtlığı), hem siyasi (devletin vergi ve hizmet talepleri, savaşlar) hem de sosyal (göçlerle artan nüfus artışı) tehditler nedeniyle kendilerini savunmaları ve daha sıkı örgütlenmeleri gerekiyordu. 18. yüzyılın sonları ile 19. yüzyılın başları, İstanbul'daki zanaatkârlar açısından sıkıntılı bir dönemdi: 'başkent zanaatkârlarının çoğu kente uzak eyaletlerden getirilen hammaddelere bağımlıydı; bu nedenle başkent tedarik hatlarındaki bir aksama zanaatkârların hem aç kalmasına, hem de birçoğunun işini kaybetmesine neden olabiliyordu' (Faroqhi, 2011). Bu nedenle 17. yüzyılın oralarından itibaren yerleşmeye başlayan ve 18. yüzyılda lonca örgütlenmelerinin kurallarını belirleyen gedik uygulaması, zanaatkârların uzmanlık alanlarına dâhil olabilecek usta sayısının sınırlandırılmasını ya da zanaatın inceliklerini muhafaza etmek istedikleri durumlarda (ki bu oldukça yaygındı), zanaatkârlar tarafından desteklenen bir uygulamaydı. Koyuncu'nun ifade ettiğine göre (2008), gedik uygulaması öncelikle 'zanaatını kolektif olarak icra eden boyacı ve debbağ esnafı gibi zanaatkârlar tarafından' benimsenmiştir. Bunun yanı sıra artan usta, kalfa ve çırak sayısının kontrol edilerek 'sınırlı pazarı daha fazla insanla paylaşarak geçim sıkıntısı çekme endişesinin' (Koyuncu, 2008) giderilmek istenmesi, zanaatkârların gediğin tekeli faydalarından yararlanmak istemelerine neden olmuştur. Bu bağlamda gedik, uzmanlaşmış ustaları güvence altına alan, esnaf ve devlet tarafından karşılıklı olarak kabullenilen bir uygulamaydı (Koyuncu, 2008).

Osmanlı zanaatkârları ürünleri aracılığıyla tanınırlardı: 'bir zanaatkârın cezalandırılmasının en önemli nedenlerinden biri kötü işçiliği' (Faroqhi, 2011) ve daha önceki bölümlerde de dile getirildiği gibi

muhtesip tarafından yapılan denetimlerde bu konuya özellikle dikkat edilir, kadıya şikayette bulunan bir tüketicinin şikayetleri ciddiye alınır, o zanaatkâr çoğunlukla kendi cemiyetinin gözü önünde cezalandırılabilirdi. Kentte birçok zanaatkâr, lüks tüketime yönelik ipekli dokumalar, değerli halılar, ustalık gerektiren çiniler gibi ürünler üretirken bir yandan da gündelik nesnelere üretir, fakat genele bakıldığında ürettikleri malların ancak çok küçük bir kısmını kendileri tüketebilirlerdi (Faroqhi, 2011). Faroqhi (2011), İstanbul'da zanaatkârlar tarafından nesnelere temel alan çalışmalardaki başlıca sorunun, Müslüman sanatçı ve zanaatkârların Hristiyan meslektaşlarının aksine yaptıklarına imza ya da tarih atmamaları olduğunu dile getirir (Atasoy ve Raby, 1989'dan aktaran Faroqhi, 2011). Nitekim Başbakanlık Osmanlı Arşivi'ndeki bir belgede, İstanbul'daki kuyumcu esnafının ürettikleri altın ve gümüş ürünler üzerine ayırt edici işaret kullanmak istedikleri, bu sayede kendi ürünlerinin Avrupa ürünleri ile karışmasını engellemeyi amaçladıkları bilinmektedir.<sup>15</sup>

Faroqhi (2011), birçok kentteki birçok zanaatkârın, bekâr olmamaları durumunda, çoğu kez ev ve iş yerlerini ayrı tuttuklarını ifade eder. Buna göre, 'birçok zanaatkâr normalde kendi evlerinin sahibiydiler ama dükkân ve atölyeler çoğunlukla bir vakfın mülküydü' (Faroqhi, 2011). Devletin ileri gelenlerinin yaptırdıkları külliyelelerdeki mülkler, ayrıca yaptırılan vakıf han ve dükkânları zanaatkârların mesleklerini icra ettikleri ana yerlerdi. Bu yerler zanaatkârlar tarafından atölye ya da dükkân olarak kiralanabilirdi. Faroqhi (2011), odaları veya dükkânları kiraya verilen külliyelerin zanaatkâr kümeleşmelerinin oluşmasında etkili olabileceğini, burada çalışan zanaatkâr gruplarının 'bireysel olarak çalışan zanaatkâr gruplarına göre güçlü örgütlenmelere daha yatkın olabileceklerini' (Faroqhi, 2011) temkinli bir şekilde dile getirir.

Lonca sisteminde karma esnaf birliklerinin en azından 18. yüzyıla kadar mevcut olduğu daha önce belirtilmişti. Zanaatkâr örgütleri arasında da çok dinli birlikler mevcuttu. Kadı defterlerinde hem Müslüman hem de gayrimüslim zanaatkârların varlığına sıkça rastlanmasının yanı sıra, özellikle İstanbul'da Pera ve Galata civarında özellikle 'elçilik villalarıyla bağlantılı topluluklara hizmet eden' örneğin saat yapımcısı yabancı zanaatkârlara da rastlanmaktaydı (Faroqhi, 2011). Daha önce de belirtildiği gibi 18. yüzyıldan itibaren loncalar genelinde dini/etnik bir ayrışma söz konusu olmuş, bu eğilim karma loncaların sayısını düşürmüştür. Eldem'e göre (2000) İstanbul'da bazı cemaatlerin belirli ticari (ve üretim) dallarında yoğunlaşma ve hatta tekel oluşturma eğilimleri 'genelde Osmanlı, özelde İstanbul pazarının çalışma hayatındaki fiili bir etnik/dini işbölümünü yansıtmaktaydı' (Eldem, 2000).

İstanbul zanaatkâr loncalarının bir kısmı 19. yüzyılda dahi karma lonca olarak değerlendirilebilse de, loncalar içerisindeki dini veya etnik dağılım çoğunlukla dengesizdi: Bir çok zanaatkâr loncasında dini

---

<sup>15</sup> BOA, Tarih :21/Za/1210 (Hicrî) Dosya No :5 Gömlek No :238 Fon Kodu :C..İKTS).

veya etnik bir cemaat diğerlerine baskın çıkmaktaydı. Bu bağlamda Faroqhi (2011), aralarında Müslüman olma olasılığına rağmen özellikle kuyumcu, terzi ve kürkçü zanaatkârların çoğunluğunun Hristiyan ve Yahudi olduğunu dile getirmektedir. Baer'in (1970) White'dan (1845) aktardığına göre ise, İstanbul'da çadırcılık, oymacılık, marangozluk, ayakkabıcılık, kayıkçılık Müslümanların ağırlıkta olduğu mesleklerken, daha zengin loncalar örneğin kuyumcular ve kürkçüler loncası Ermenilerin baskın olduğu loncalardı (Baer, 1970). Terzilik ise Rum ve Ermenilerin yoğunlaştığı başka bir alanı oluşturmaktaydı.

#### **5.4. İstanbul Kuyumculuğu**

Kurgulama aşamasında projeye kaynaklık eden ön çalışmalar sahada İstanbul kuyumculuğu olarak ifade edilen özelleşmiş bir gelenek veya sistem olduğuna işaret etmiştir. Bu varsayımın tarihsel kaynakları incelenmiş ve bu bölümde aktarılmaktadır.

##### **5.4.1. İstanbul Kuyumculuğunun Tarihsel Kaynakları ve Mesleki Evrim Sürecine İlişkin Okumalar**

Osmanlı Dönemi'nde kuyumculuk özellikle Sultan Selim (1512–1520) ve Kanuni Sultan Süleyman (1520–1566) dönemlerinde tanınmaya başlamıştır. Evliya Çelebi (2014) bunun sebebinin her iki sultanın da kuyumculuk eğitimi almış olmasına bağlamaktadır. Ancak İstanbul'da kuyumcuların Bizans döneminde de etkin bir esnaf grubu olduğu görülmekte, hatta bu durumun Bizans'tan da önce, Roma döneminde de, belirgin olduğu ileri sürülebilir. Kuyumcuları da barındıran lonca teşkilatının Roma İmparatorluğu'nun kuruluşundan beri varlık gösterdiği anlaşılmaktadır (Demirkent, 2005). Ergin (1995), Roma'da *corpora officium collegia* adı altında toplanan mesleki teşkilatların, esnaf cemiyetlerinden başka bir şey olmadığını, bu cemiyetlerin Cicero zamanında sosyal hayatta önemli bir rol oynamaya başladığını ifade eder. Bizans döneminde Roma'daki lonca sisteminin babadan oğula geçen bir düzenden beceriye dayalı bir tanınmaya doğru evrilerek kimlik kazandığı ve 5. ve 6. yüzyıllarda kuyumcu esnafının ekonomik, ticari ve politik alanda oldukça etkin olduğu görülmektedir (Demirkent, 2005). Janin (1964) Bizans Dönemi'nde kuyumcuların Büyük Saray girişine yakın konumlandığını (Demirkent, 2005), Mese Caddesi üzerinde (Osmanlı Dönemi'nde bu cadde Divanyolu olarak adlandırılmıştır) yer alan atölyelerin bulunduğu belirtmektedir. Bu atölyeler Nike İsyanı (512) sırasında yanmış ve aynı yerde yeniden inşa edilmiştir (Janin, 1964'ten aktaran Demirkent, 2005).

Osmanlı'da kuyumcular *esnaf-ı zergeran* adı ile anılmaktadır. Kamus-ı Türki'de (1901) *zerger* kelimesi 'altını işleyen, altından şeyler yapan adam, kuyumcu' olarak tanımlanmıştır. Zergerin sonunda –an eki, Türkçe'deki –ler, –lar çoğul ekinin karşılığıdır. Osmanlı'da kuyumcularının iki farklı meslek grubuna mensup olarak faaliyet gösterdikleri söylenebilir: bunlardan birincisi saray dışında üretim yapan ve

Kapalıçarşı ve çevresinde örgütlenen kuyumcu esnafı, diğeri ise saray atölyelerinde çalışan ve Ehl-i Hiref teşkilatı içinde yer alan saray kuyumcularıdır. Kuyumcu esnafının İstanbul'daki faaliyetinin ve örgütlenmesinin ana eksenini Kapalıçarşı'dır. Mekânsal olarak İç Bedesten (Cevahir Bedesten'i olarak da anılır) ve Sandal Bedesteni etrafında şekillenen Kapalıçarşı, Osmanlı Dönemi'nde bu çarşıda kümelenmiş olan kuyumcu esnafının örgüt yapısına da işaret eder.

Buna karşın saray ile çarşı kuyumculuğunun birbirinden kopuk olmadığı anlaşılmaktadır. Özellikle çarşının aracılardan yoluyla (bu kişiler doğrudan çarşı esnafından, Osmanlı tebeası Yahudi, Rum kişiler olabildiği gibi, bu kişilerin bağlantıda olduğu İngiliz, Fransız vatandaşları da olabilmekteydi<sup>16</sup>) saraya ürün sattıkları bilinmektedir.

#### 5.4.1.1. Saray Kuyumculuğu

Saray kuyumculuğu, 'saray atölyelerine bağlı olarak çalışan, sarayın ihtiyaçlarını karşılayan ve en kalabalık dönemini 16. Yüzyılda yaşamış olan Ehl-i Hiref teşkilatı içinde yer alan meslek gruplarının bir koludur (Süslü ve Urfaloğlu, 2011).

Süslü ve Urfaloğlu'nun (2011) Kırimtayıf'tan (1996) aktardığına göre, 1557-1558 yılları arasında saray atölyelerinin sanat kollarında çalışan sanatçılar Ehl-i Hiref Defterleri'nde Cemaat-i Rum ve Cemaat-i Acem olarak iki grup altında toplanmaktadır. Cemaat-i Rum mensuplarının Moldovya, Bosna, Arnavutluk, Macaristan ve Gürcistan'dan, Cemaat-i Acem mensuplarının ise İran'dan, özellikle de Tebriz'den geldikleri belirtilmektedir (Süslü, 1995'ten aktaran Süslü ve Urfaloğlu,2011). Ehl-i Hiref bünyesinde çalışan ve Zergeran-ı Rumiyan ve Zergeran-ı Acem<sup>17</sup> olarak ifade edilen kuyumcular (zernişan, sikkezan ve hakkaklar) imparatorluğun farklı yerlerinden geldiğinden, saray kuyumculuğunun ilk yıllarında özellikle Timurlu ve Safevi etkilerinin belirgin olduğu görülür (Çağman, 1984). Fakat Çağman'a göre (1984) 16. yüzyıl sonuna gelindiğinde, 'Osmanlı kuyumculuğu' olarak tarif edilebilecek bir beğeni oluşmuştur.

Saray kuyumcuları, kuyumcubaşının altında görev yapan uzmanlaşmış kişilerden oluşmaktaydı. Saray kuyumculuğunun yapısını anlamamıza yarayan 1526 yılına ait bir Ehl-i Hiref Defteri bu tarihte 58 zerger, 22 zernişan, 9 hakkak ve 1 foyager olduğunu belirtmektedir (Çağman, 1984). 16. yüzyılın ortasına ait bir diğer defterde kuyumcuların sayısı 37, Acem kuyumcularının sayısı 7 olarak belirtilmiştir.

---

<sup>16</sup> Yahudilerin Saraya mücevher ya da değerli taş satışı hakkında bkz. Russo-Katz. İngiliz, Fransız vatandaşlarının saraya mücevher satışı hakkında bkz. (BOA, Tarih :21/S /1275 (Hicrî) Dosya No :265 Gömlek No :6 Fon Kodu :A.)MKT.NZD.)

<sup>17</sup> Rum ve Acem ifadelerinin Ehl-i Hiref üyeleri için yapılan bir ayırım olduğu tespit edilmekle birlikte kapsamı net olarak belirlenememiştir. '1566 tarihli maaş defterinde zergeran-ı rumiyan yirmi sekiz usta ve on dört çırak, zergeran-ı acem de dört ustadan ibarettir; ayrıca bu kayıta dört hakkak, yedi sikkezan ve sekiz zernişancı vardır' (Kırimtayıf, 1996'dan aktaran Süslü ve Urfaloğlu, 2011).

Bu tanımlama dışında ayrıca 6 hakkak, 5 sikkezan, 14 zernişan olmak üzere toplam 69 kişi listelenmiştir (Çağman, 1984). 1649 ve 1655 yıllarına ait kuyumcu sayıları Çağman (1998) tarafından belgelenmiştir. Buna göre zergerler altın işçiliği, zernişanlar yeşim maden ve nefes üzerine altın kakmacılığı yapanlar (Çağman, 1984); hakkaklar ise maden ve şimşir gibi malzemeler üzerine çelik kalemle oyma sanatı yapanlar olarak tarif edilmektedir (Yaman, 2009).

YIL	Zerger	Zernişan	Hakkak	Diğer
1526	58	22	9	1 (foycager)
1558	37+7(Acem)	14	6	5 (sikkezan)
1566	28+4 (Acem)	8	4	7 (sikkezan)
1649	8			
1655	24			

**Tablo 5.4.1.1.** Çağman'dan Elde Edilen Verilerle Oluşturulmuş Kuyumcu Nüfusu (Çağman, 1984)

Osmanlı topraklarında, özellikle de 16. yüzyıl İstanbul'unda faaliyet gösteren kuyumcuların geneline bakıldığında bu zanaatkârların çok farklı etnik kökenlerden (Bosnalı, Horasanlı, Amasyalı, Tebrizli, Arnavud, Hırvat, Gürcü, Çerkes, Rum, Rus vb.) olabildiği görülürken 19. yüzyıla gelindiğinde Ermeni ve Rumların ağırlıkta olduğu görülür<sup>18</sup>. Yahudilerin de kuyumcu olarak ne oranda aktif olduklarına ilişkin çeşitli veriler bulunmaktadır. 1526 tarihli mevacib defterinde adı geçen 90 kuyumcunun yalnızca birinin Yahudi olduğu ve foyacılıkla uğraştığı kaydedilmiştir (Çağman, 1984). Öte yandan Evliya Çelebi'nin (2014) belirttiğine göre kalcılık, kezzabcılık, ramatçılık gibi kuyumculukla ilişkili bazı uzmanlıklar bütünüyle Yahudilerin tekelindedir. Evliya tarafından da desteklenen görüşe göre özellikle incicilerin tamamının Yahudi olduğu, bu dönemde 100 kişinin inci ticareti yaptığı ve Bedesten'de Yahudi mülkiyetinde bulunan 40 dükkânda inci satılmaktadır.

Yahudiler, kuyumculukta kullanılan altın, gümüş, inci gibi değerli hammaddenin ticaretinde etkin olmalarının yanı sıra, mamul olarak mücevherin ticaretinde de söz sahibi olmuşlardı (Russo-Katz, 1989). Tavernier (2007) tarafından iddia edildiği üzere, söz konusu ticaretin bir bölümü, yılda iki kere saray tarafından düzenlenen müzayedelerde kullanılmayan mücevherlerin elden çıkarılması sırasında satışa çıkan mücevherlerin Yahudiler tarafından alınıp satılması yoluyla gerçekleşmekteydi (Russo-Katz, 1989).

<sup>18</sup> 1526 tarihli bir Ehl-i Hiref mevacib teftiş defterinde kuyumcuların (Cemaat-i Zergeran, Cemaat-i Hakkakin, Şagirdan-ı Mezkurin, Cemaat-i Zernişani, Şagirdan-ı Mezkurin'e ait) geldikleri yer/köken hakkında bilgi bulunmaktadır. Bkz. Çağman, 1984. Ermeni ve Rumların sayısındaki bu artışın Tanzimat'la birlikte azınlıkların kazandıkları statü ile ilişkilendirilebileceği değerlendirilmelidir.



## Osmanlı Sarayı'nda Mücevherin Rolü: Mücevher ve İktidar İlişkisi

Osmanlı Sarayı'nda kullanılan mücevherlerin bazılarının aile yadigârı niteliğinde, bazılarının ise şahsi mülk sınıfında olduğu bilinir. Aile yadigârı niteliğinde olan mücevherlerin şahsi kullanımda kalmadığı ve hazineye iade edildiği anlaşılmaktadır (Terzi, 2011). Sultan kızları evlenirken hediye edilen mücevherler oldukça önemsenmiştir. Bunlar genellikle yüksek taç, gerdanlık, göğüslük, küpe ve bilezikten oluşan parçalardır. Bu mücevherler Hazine-i Hassa'dan seçilen parçalar olabildiği gibi, yeni satın alınan/yaptırılan parçalar da olabilmektedir. Vefat durumunda ise muhallefat ile eşyaların hazineye kaydedildiği bilinir (İrepoğlu, 2013). Haremdeki kalfa ve cariyelere hediye edilen mücevherler kendi şahsi mülkleri kabul edilmişlerdir. Benzer şekilde saray erkânına ait mücevherler de, özellikle hanım sultanların mal varlığı ve statü sembolü olarak kabul görmüştür.

Mücevherler manevi, estetik değerleri yanı sıra maddi değerleri ile de saray ve hazine için anlamlı birer emtiadır. Mücevherlere düşkünlüğü arşiv belgeleriyle kanıtlanan Abdülaziz'in annesi Pertevniyal Valide Sultan, sarayda mücevherlere verilen önemi örnekleme açısından önemlidir. Pertevniyal Valide Sultan 1861-1876 yılları arasında Valide Sultan'lık yapmıştır. Döneme ait evraklar, Valide Sultan'ın mücevherlerinin tasarımı, üretimi ve tamirleri için büyük mesai harcadığını göstermektedir. Pertevniyal Sultan'a ait yazışmaların yer aldığı arşivde<sup>19</sup> bu amaçla çoğu Ermeni olan çok sayıda kuyumcuya hitaben yazılmış pusulalar bulunmaktadır. Pertevniyal Valide Sultan'ın evrakı incelendiğinde saray dışına ismarlanan ve tamire yollanan bir çok şamdan, kutu vb. bir çok obje ve takı olduğu görülür. Valide Sultan'ın iletişimde olduğu ustalar genellikle Ermeni olup (Agop, Karabet, Boğos, Osep vb.), Türk olan ustalar da (İknan ?) mevcuttur. Bunlardan farklı olarak bir de Beyoğlu'ndaki Avrupalı kuyumculardan da söz edilir.<sup>20</sup>Adı geçen ustaların yaptıkları işlere göre ayrıştıkları söylenebilir. Örneğin İknan Usta'ya (Eknan, Aknan şeklinde de yazılmıştır) yalnızca eşyaların bezenmesi işi ile ilgili müracaat edilmiştir. Avrupalı kuyumculara ise taşlı (pırlanta oldukları özellikle belirtilmiştir) mücevherlerin yapımı için başvurulmuştur.

Valide Sultan'ın kuyumcularla aktif bir diyalog içinde taleplerini ilettiği, eski mücevherleri bozarak taşlarını bir başka parçada kullanmak üzere tasarımlar yaptığı anlaşılmaktadır. Valide Sultan evrakında karşımıza çıkan takılar iğne, gerdanlık, yüzük, küpe, bileziktir.

Abdülaziz'in tahtan indirilmesinden sonra Pertevniyal Valide Sultan'ın ve haremdeki diğer cariyelerin mücevherlerinin toplatıldığı ve bir deftere kaydedildiği bilinmekte ise de bu kayıtlara henüz ulaşamamıştır (Terzi, 2011). Ancak daha sonra V. Murad döneminde (1876) saray mücevherlerinin,

<sup>19</sup> Pertevniyal Valide Sultan Evrakı, İstanbul Belediyesi Atatürk Kitaplığı'nda bulunmaktadır.

<sup>20</sup> G. İrepoğlu (2013) Avrupalı kuyumcular hakkında detaylı bilgi sunmaktadır. 16.yüzyılda Pera'da yaşayan Alman ve Fransız kuyumcular, o tarihlerde İstanbul'u ziyaret edenlerin yazılarında yer bulmuşlardır.

sarayın nakit sıkıntısını gidermek amacıyla banker Hristaki Efendi'ye rehin verilmesi sırasında tutulan kayıtlarda, bir önceki kayıt numaralarına referans verildiği anlaşılmaktadır (Terzi, 2011). Hristaki Efendi, V. Murad'ın velihtliği döneminden beri sarraflığını yapmış, Şehzade Murad'a büyük miktarlarda borç vermiştir. V. Murad'ın tahta geçmesinden sonra artan borçlarla birlikte oluşan yekun saray tarafından karşılanamamış, büyük oranda Pertevniyal Valide Sultan'a ait olan Abdülaziz dönemi mücevherleri borçlara karşılık olarak Hristaki Efendi'ye rehin verilmiştir (Terzi, 2011).

Hristaki Efendi'ye verilen mücevherler bir komisyon aracılığı ile mücevherlerin biçimsel tarifleri, Hristaki Efendi'nin tahmini doğrultusunda maddi değerleri, sarayın biçtiği bedel ve uzlaşılan bedeli gösteren bir cetvel eşliğinde kayıt altına alınmıştır. Buna ek olarak toplamda 158 parça olan mücevherlerin fotoğrafları çekilerek Osmanlı Bankası'nda koruma altına alındığı bilinmektedir (Terzi, 2011). Ancak Terzi'nin kitabında sunulanların dışında bu fotoğrafların tamamına ulaşmak mümkün olmamıştır. Terzi tarafından yapılan araştırmada sözü edilen mücevherlerin önce Hristaki Efendi ile birlikte Paris'e götürüldüğü, daha sonra Abdülhamid'in girişimleriyle ata yadigarı niteliğinde olduğundan maddi karşılıkları ödenerek bir kısmının saraya geri getirildiği, ancak bir kısmının da Hristaki Efendi'de bırakıldığı tespit edilmiştir. Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulunan 'Sultan Abdülaziz'e ait olup Sultan Murad'ın Borçları İçin Paris'te bir Bankaya Verilmiş olan Mücevheratın iadesi için Mabeyn'in Paris Sefareti ve Hristaki Zağrafos Efendi ile Yaptığı Muhabere Evrakı' başlıklı hem Fransızca hem de Osmanlıca yazışmaların olduğu dosyada<sup>21</sup> bulunan karşılıklı telgraf yazışmaları, bu işlemin uzun süren pazarlıklar sonucu gerçekleştiğini göstermektedir.

### **Osmanlı'da Mücevher Beğenisi ve Mücevherlerin Biçimsel Özellikleri**

Kuyumculuk hüneri Osmanlılar tarafından, kullanılan eşyalar ve mücevher takılar olarak iki alanda değerlendirilmiştir. İrepoğlu (2013) takı başlığı altında Osmanlı mücevherlerini padişahın takıları, giyilen mücevherler ve kadın takıları olarak sınıflandırmıştır. Kadın takıları sorguçlar, gerdanlık, küpe, bilezik, yüzük gibi mücevher çeşitlerini kapsar.

Saray dışındaki Osmanlı kuyumculuğunu gravürler ve seyahatnameler üzerinden izleyebilmekteyiz. Osmanlı İmparatorluğu'nu ziyaret eden seyyahların – özellikle kadınların kaleminden Osmanlı kadınlarının tasvirleri dikkate değerdir.

16. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar Osmanlı İmparatorluğu'nda Yahudi kadınların kullandığı mücevherler, dönemin beğeni anlayışı hakkında ışık tutabilir. Mücevher kullanımının bir statü ifadesi olarak varlık göstermesi, lüks tüketim malzemesi olması ile ilişkilendirebilir. Yahudi kadınlar hem kendi

---

<sup>21</sup> BOA, Tarih :19/Ra /1295 (Hicri) Dosya No :51 Gömlek No :1 Fon Kodu :Y..EE..

ebeveynlerinden hem de damadın ailesinden gelen düğün hediyeleri yoluyla mücevher sahibi olmaktadır (Russo-Katz, 1989).

16. yüzyıl gravürlerinden Coğrafyacı Nicolay tarafından yayınlanan 1568 tarihli bir görselde, ucunda madalyon bulunan bir zincir ve ondan daha ağır bir başka zincirin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Bu tarz bir kullanım Yahudi, Avrupalı ya da harem mensubu Osmanlı bir kadın tarafından aynı şekilde benimsenmiştir (Russo-Katz, 1989). 16. yüzyılda beğenilen bir diğer tarz, boynunu saran “choker” kolye ile birlikte uzun zincir kullanımınıdır.

17. yüzyılın sonunda Osmanlı kadınları arasında inci kullanımının çok yaygın olduğu; yaşmak üzerine takılan mücevherler ile küpelerde de incinin tercih edildiği anlaşılmaktadır. Geç 18. yüzyıldan 20. yüzyıl başına kadar ortasında madalyonu bulunan “choker” kolyeler, dize kadar uzanan zincir, yaşmak üzerine takılan iğnelerin yaygın olarak kullanılmakta olduğu görülür (Russo-Katz, 1989). 19. ve 20. yüzyıllarda Yahudi kadınların kullandıkları mücevherler, bu konu hakkında daha fazla kaynağın günümüze ulaşabilmesi sebebiyle daha iyi belgelenebilmektedir. Buna göre mücevherleri beş grupta incelemek mümkündür (Russo-Katz, 1989).

- i. Altın zincirden oluşan mücevher (bilezik, “choker” kolye, baş süsü)
- ii. Değerli taşlardan, çoğunlukla elmadan oluşan mücevherler (saç tokası, yüzük, küpe)
- iii. İnci mücevherler (kolye, alın ve yüz mücevherleri)
- iv. Altın paradan oluşan mücevherler (kolye, alın süsü, pendant)
- v. Kemer ve tokalar

İngiliz Elçisi'nin eşi olan Lady Montagu, 18. yüzyılda Sultan III. Ahmed (1703-1730) döneminde haremde yaptığı gözlemlerde mücevherlere özellikle dikkat çekmiştir. Anlatımlarında mücevherlerde kullanılan değerli taşların iriliğine, görkemine vurgu yapan Wortley Montagu (1998), bu mücevherlerin inci, elmas, yakut, zümrüt taşlarla bezenmiş olduğunu ifade etmektedir.

### **Hristaki Efendi'ye Rehin Verilen Mücevherlerin Biçimsel Özellikleri**

Terzi (2011) tarafından verilen bilgilere göre Hristaki Efendi'ye rehin verilen mücevherlerin toplam sayısı 158'dir. Bunların 21 adedi gerdanlık, 16 adedi küpe, 13 adedi bilezik, 13 adedi broş, 10 adedi zarf, dokuz adedi madalyon, beş adedi başlık, beş adedi dürbün, beş adedi yelpaze, dört adedi taç, iki adedi sorguç, iki adedi göğüs iğnesi, iki adedi tüfenk, iki adedi tabanca, iki adedi çelenk, iki adedi kemer tokasından oluşmaktadır. Tek parça olarak ifade edilenler ise, ay, baston tepesi, gülabdandan ve buhurdan, barut veznesi, el çantası, kasatura ve kayış, kılıç, saat, kapak, resim çerçevesi, gerdanlık tokası, dondurma takımı, gemi resmi, sineklik, kordoni akçe cüzdanı, mühür kesesinden oluşmaktadır. Anlaşıldığı üzere kuyumcular tarafından üretilen değerli maden ve taşlarla süslenmiş çok çeşitli ürün mevcuttur. Bu mücevherleri tasvir ederken kullanılan murassa, cevahirli, gayet ağır vb. sıfatlar gayet

dikkat çekicidir. Mineli işlerde rengin belirtildiği (siyah mineli, pembe mineli, ma'i mineli, lacivert mineli, elvan mineli vb.) anlaşılmaktadır. Kullanılmış olan değerli taşlara ilişkin zümrüdlü, yakutlu, pırlanta, elmaslı, pero taşlı, kebir taşlı, armudi taşlı, lal, yeni maden /eski maden, beyzi taşlı vb. ifadeler de ilgi çekicidir. Yarı değerli taşlardan ise yeşim, metinlerde yer bulmuştur. Mücevherlerin cinsi, malzeme özelliklerinin yanı sıra biçimsel özelliklerinin de tasvir edildiği anlaşılmaktadır. Mücevherlerin biçimsel özellikleri tek taşlı, üç taşlı, ortası iri etrafı küçük taşlı, sarkıtmalı, kezik sarkıtmalı, halkalı, güllü, çelenk biçimli, salkımlı, yıldızlı, tüylü, vb. sıfatlarla tasvir edilmektedir.

Sözü edilen mücevherlerin maddi değeri incelendiğinde en değerli parçanın 11.000 Osmanlı lirası ile "Kebir Gerdanlık (Abraham Paşa'dan alınan)" 535 kıratlık parça olduğu anlaşılmaktadır. Bundan sonra 7.000 Osmanlı Lirası değerinde "on yedi aded pero taşlı eski maden üç sıra su", 320 kırat; 5.000 Osmanlı Lirası değerinde "yirmi iki iri taşlı ve askılı cesim gerdanlık (eski maden)", 300 kırat; 4.500 Osmanlı Lirası değerinde "Sorgucu ve Uçları Perolu ve Ortasındaki büyük taşı noksan taç", 330 kırat 3.750 Osmanlı Lirası değerinde "ortası broşlu kebir gerdanlık", 230 kırat örnek olarak gösterilebilir (Terzi, 2011). Hristaki Efendi'ye teslim edilen mücevherlerden pırlantanın 19. yüzyılın ortalarında yaygın olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır.

#### **5.4.1.2. Evliya Çelebi Seyahatnamesi ve Diğer Kaynaklarda Kuyumcu Esnafı**

Evliya Çelebi Seyahatnamesi 17. yüzyılda İstanbul'da faaliyet gösteren kuyumcu esnafı ile ilgili çok değerli bilgiler verir. Evliya Çelebi'nin sunduğu bilgiler, kuyumculuk mesleğini iyi tanıyan bir gözlemcinin aktardıkları olarak değerlendirilmelidir. Zira Evliya'nın babası Derviş Mehmed Zilli, Kanuni Dönemi'nden (1520-1566) I. Ahmed Dönemi'ne (1603-1617) kadar sarayda kuyumcubaşılık görevini yürütmüştür.

Evliya (2014) kuyumcular esnafına bereket getirenin I. Selim ve Sultan Süleyman olduğunu, bu hükümdarların Trabzon şehrinde kuyumculuk eğitimi aldıklarını belirtmiştir. Hatta Sultan Süleyman'ın kuyumcu ustasının Unkapanı'nın iç tarafında oturan Rum Konstanta'dır (Evliya Çelebi, 2014). Evliya (2014) Sultan Süleyman'ın padişah olduğunda kuyumcubaşılara iltifat olarak Sakka Çeşmesi'ni inşa ettiğini, önünde havadar bir yerde bağlı bahçeli bir cami, hamamlı, çok avlulu ve hücreli, uzun bir divanhane şeklinde ortasında yol olan iki tarafı kuyumcu tezgahları olan bir yapı inşa ettirdiğinden bahseder.

Evliya Çelebi (2014), kuyumcu esnafının 3 bin dükkânda faaliyet gösteren 5 bin neferden oluştuğunu anlatır; kuyumcu esnafını 29 adet iş koluna ayırır. Evliya bu 29 iş kolunun pirleri, kaçır kişiden oluştukları ve bu kişilerin etnik kimlikleri, İstanbul'un hangi bölgesinde faaliyet gösterdikleri, hangi

malzemelerle çalıştıkları hakkında önemli bilgiler verir. Evliya'nın verdiği bilgiler Tablo 5.4.1.2. derlenmiştir.

Uzmanlık	Dükân Sayısı	Çalışan	Etnik Kimlik
<b>Cevahirci Bezirgânları</b>	Dükânı yok hanlarda sakin	600	
<b>İncici Esnafı</b>	40	100	Yahudi
<b>Cevahir Kuyumcuları</b>	100(hayvan üzerinde gezici)	155	Yahudi, Rum
<b>Saatçi Esnafı</b>	45 (hayvan üzerinde gezici)	1000	
<b>Damgacı başı</b>	Kuyumbaşının işyerine bitişik, bağlı, bahçeli, hamamlı ve etrafı çevrili yüksekçe bir yerdedir. I. Selim sikkezan ve damgacı olduğu için onun yaptırdığı bir dükândır.	1 kişi +70	
<b>Kuyumcu Bilirkişisi</b>	Bedesten önünde oturur	1	
<b>Değerli Taş Tüccarları</b>	70 (bedesten etrafındaki dükânların sahipleridir)	102	
<b>Elmas Traşçıları</b>	7	45	
<b>Hakkaklar Esnafı</b>	30	105	
<b>Mühür Kazıcılar</b>	5	80	
<b>Kuyumcu Kalemkârı</b>	300	400	Rum
<b>Sikkezanbaşı</b>	Dükânları yoktur, damgacıbaşının işyerinde odaları vardır	1 kişi +100	
<b>Kalcı</b>	40 (tahtirevanlar üzerindedir)	200	Yahudi
<b>Gümüşhaneci</b>	40	105	
<b>Rumatçı</b>		400	Yahudi
<b>Kezzabcı</b>	22	100	Yahudi
<b>Kafesdaran</b>	100	300	
<b>Gümüş mühür ve tılsım kazıcı</b>	15	40	

**Tablo 5.4.1.2.** Evliya Çelebi'nin Tasvirlerinde Kuyumculukla Uğraşan Esnafın Listesi

Evliya Çelebi tanıttığı esnaf grupları ve iş kollarıyla ilgili sadece sayı vermez, her sınıf esnafın kullandığı kuyumculuk tekniklerinden de bahseder. Örneğin elmas tıraşçıları kara taştan ham elmasları parça parça kurşunlu alemlerin içine koyup, insanların çevirdiği bir dolap üstüne koyup, kurşundan çarklarda elmas eğelerle elmasları çevire çevire berraklaştırır, tahtirevan üzerinde çark dolaplarıyla elmas temizlerler (Evliya Çelebi, 2014). Evliya Çelebi elmastan daha değerli taş olmadığını<sup>22</sup>, elmas ve altının ateşten etkilenmediğini bu nedenle bu maddelerin "Ya Aziz" olarak anıldığını belirtmektedir.

<sup>22</sup> Eserini 17. yüzyılda kaleme aldığı düşünülürse buradan hareketle bu tarihte pırlantanın henüz kullanımda olmadığı ileri sürülebilir.

Öte yandan kezzabçılar, gümüş içindeki altını ya da altın içindeki gümüşü ayırmak için parça halindeki gümüşü şişe içine koyup sıradan bir ateşte ısıtıp içine kezzap dökerek kaynatıp altını şişe dibinde toplarlar. Bu altına su altını denilmekte ve bu şekilde parmakla ezilecek nitelikte safran sarısı bir altın elde edilmektedir. Aynı işlem gümüş için de yapılabilmekte, şişe dibinde saf gümüş kalmakta, buna da su gümüşü denmektedir.

Kuyumcuların sosyal hayatlarına dair ilginç bir detayı yine Evliya'nın satırlarında bulmak mümkündür. Evliya'nın anlattıklarına bakılırsa 'İstanbul zanaatkârları arasında teferrüce en fazla önem verenler kuyumcu esnafıydı (Akbaýar ve Sakaođlu, 1999) ve esnaf teferrüçlerinin en görkemlieleri İstanbul'daki mesire yerlerinde gerçekleştirilirdi. Ergin (1995), kuyumcuların sarraçlarla birlikte en kalabalık ve 'muteber' (itibarlı) esnaf sınıfını oluşturduklarını, kuyumcuların refah zamanlarında şenliklere en çok özen gösteren grup olduğunu ifade etmektedir.

Evliya'nın anlattığına göre kuyumcu esnafı yirmi yılda bir teferrüç şenlikleri düzenler, ülkenin dört bir yanından gelen kuyumcular Kâğıthane civarında on gün on gece gezintiye çıkıp ziyafetler vererek ve kalfa ve çıraklığa terfi merasimlerini de düzenleyerek eğlenir ve sosyalleşirlerdi. Faroqhi'ye (2011) göre Evliya'nın bu anlatıları, usta ve çırak ilişkilerine ilk değinmelerden birini teşkil etmektedir. Bu şenliklerde 12 bin eski kalfanın ustalığa terfi etmesi kutlanırdı (Faroqhi, 2011).

Evliya (2014) teferrüç şenliklerini Kanuni Sultan Süleyman'ın buyurduğunu söyler ve Kâğıthane teferrüçlerinin onun anısına düzenlendiğini ima eder. Teferrüç şenliklerinin hazırlığı sırasında lonca mensuplarından kuyumcu çavuşları bir sene önceden vilayetlere gönderilir ve bu vilayetlerdeki kuyumcu esnafı teferrüce davet edilirdi. Bu eğlencelerin masrafları yine bu vilayetlerden gelen kuyumcu esnafının yardımlarıyla karşılanmakta, şenliklerde 'post sahibi' olmak isteyenler onar bin kuruş ile İstanbul'a gelirlerdi. Evliya'nın anlattığına göre (2014) bu şenliklere 300 kese altın harcanırdı. Şenliklerde 5 bin- 6 bin çadır kurulur, Evliya'nın tabiriyle 'Kâğıthane vadisi bir adam deryası kesilirdi' (Evliya Çelebi, 2014). Evliya teferrüç şenlikleri sırasındaki merasimleri şu şekilde anlatır:

'..... Bu büyük toplantıya bizzat Osmanoğlu padişahları Süleymani çadırını gönderip kendileri çadırında ilen şeyhülislam ve diğer vezirler ile gelip karar ettiklerinde bütün davullara darplar vurulur. İlk defa 12 yetenekli kalfa padişahın mübarek elini öpüp sonra şeyhülislamın daha sonra diğer vezirlerin ellerini öperler.

Daha sonra kuyumcubaşının, şeyhin, yardımcının, diğer pirlerin ellerini öpüp revane olmak Süleyman Han kanunudur. Sonra kuyumcubaşı padişaha bir sanatlı ve mücevher sandık, divit, değerli mücevherlerle süslü at takımı, bir kılıç ve bir gaddare hediye verip kuyumcubaşı yer öpüp padişah av seyrine gidip daha sonra 12 bin kalfa kuyumcubaşından el öpüp mezun oldular. 7 gün 7 gecede cevahir kuşak ve süslü kemer kuşaklı uşaklar ve bütün dilberler altınlara gömölüp cevahir bıçaklar ve cevahir hançerler takınıp altınlı ipekli peştemaller ile İrem Bağı'nın tavusu gibi salınıp pirlerin ellerini öperek geçerler. Bu

Kağıthane kırında beş altı bin çadırlar kurulup yirmi gün yirmi gece insan deryası olup geceleri Kadir gecesi ve gündüzleri Kurban bayramı olur' (Evliya Çelebi, 2014).

Evliya, yine kuyumcu esnafının Ordu-yı Hümayun alayına katılmalarını ise şöyle anlatır:

'Sonra yine Ordu-yı Hümayun alayında da bir süslü büyük alay ederler ki altın ve yıldızlarından insanın gözbebeği kamaşır. Seyishaneler, araba ve tahtirevanlar üzere bıçaklar, hançerler, mücevher kemerler, mücevher buhurdan, gülabdan, at takımı, kılıç, gaddare, topuzlar ve nice bin yazması mümkün olmayan değerli eşyalar ile dükkânların donatıp hepsi Rum, Yahudi, Ermeni ve Müslimler al, kırmızı ve yeşil serbend ve mukaddemler sarınıp silahlı geçerler' (Evliya Çelebi, 2014).

Evliya'nın anlatılarından 17. yüzyıl ortalarında kuyumcu esnafının oldukça varlıklı olduğu ve kuyumcu loncalarının Rum, Yahudi, Ermeni ve Müslüman olmak üzere farklı din ve etnik kökene mensup üyelerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Nitekim 1827 yılında kuyumcu esnafı kethüdası bir Müslümandır.

### **Farklı Kaynaklarda Kuyumcularla İlgili Hükümler**

Ergin'in (1995) Mecelle'de aktardığı 1630 senesinden önceki bir tarihe ait bir ihtisap kanunnamesinin bir faslında, aralarında terziler, kasaplar, turşucular, dellallar, kazancılar mücellidler, sarracların da bulunduğu esnafı ilgili narh maddeleri ve mesleklerini nasıl icra etmeleri gerektiğine dair açıklamalar yer alır. Bu kanunname kuyumcu esnafı için şu paragrafa yer verilmiştir:

'Ve kuyumcular gözlene. Emin kimesne ola. İşin sadesini (düzünü) dirhemine akçaya ve miyanekar (süslüsünü) işini ikiye işleye. Ve altının miskaline üç akça ve müşebbek işinin miskaline beş akça ala ve döğme işin ve kılınc bendinin ve onların emseline ne var ise dirhemine bir buçuk akça alalar. Ve altın pul işleyenin dirhemine üç akça alalar' (Faslu'l-İşrin Fi-Beyan-ı İhtisab), Ergin, 1995).

Buna göre kuyumcular da diğer esnaf gibi narha tabidir ve yaptıkları farklı işlerden dirhem başına alacakları fiyat açıklanmıştır. Kuyumcu esnafının dürüst olması ve kullandıkları değerli metallere değerlerini düşürerek hile yapmamaları gerektiği esnaf nizamnamelerinde sıkça dile getirilir, hile yaptığı tespit edilenler hakkında önlem almaya çalışılırdı.

Örneğin, İstanbul Ahkam Defterleri'nde bulunan esnaf nizamnameleri arasında (Kal'a, 1998) 1768 yılına ait 'İstanbul'da kuyumcu esnafının ürettiği altın eşyanın üretim ve ücret nizamlarına ve bu nizamla kuyumcu esnafından bazı şahıslar tarafından yapılan müdahalelerin önlenmesine dair hükümde', kuyumcu esnafı mensuplarından bazılarının hileli metal kullanarak ürettikleri ürünlerin müşterilere zarar verdiği ve bu yüzden alınması gereken önlemlerle ilgili açıklamalar mevcuttur:

'İstanbul'da Bezzazistan yakınlarındaki dükkânlar ve han odalarında alım ve satım yapan kuyumcu taifesinin imal ettikleri altın bilezik ve altın kuşak ve altın gerdanlık ve altın küpe ve mücevher kuşak ve gerdanlık ve baş asgısı ve avize hançer ve bıçak ve küpe ve çelenk ve maşallah ve çiçek vesaire gibi eşyanın zeminlerinin altını önceden beri yirmi kırattan yirmi dört kırat ayarına varıncaya kadar imal edilmekteyken, başkalarına

satıldıklarında kimseye haksızlık yapılmaması icap ederken, yakın zamandan beri sözü edilen sanatta hile erbabından bazı hilekar ve gaddar kimseler ortaya çıkmış, hal-hazırda imal ettikleri altın bilezik ve altın kuşak ve altın gerdanlık ve altın küpe ve bu gibi eşyayı on beş ve on altı kırat ayarında imal edip, yirmi ve yirmi iki kırat hesabıyla başkalarına satmakta, mücevher kuşak ve gerdanlık ve baş asgısı ve avize hançer ve bıçak ve küpe ve çelenk ve maşallah ve çiçek vesaire gibi eşyanın zeminlerindeki altını en fazla yedi-sekiz kırat ayarında olup bir miskalinde<sup>23</sup> 50-60 parelik<sup>24</sup> altın olmayan, tümü değeri düşürülmüş ve kötü ayarlı olup başkalarına altın yerine satılmakta ve bu şekilde müşteriyi aldatıp zarara uğratarak kavga ve çekişmelerin ortaya çıkmasına kayıtsız kalınmayıp tembih edilmelerine rağmen bir türlü ders almayıp kethüdalarıyla dilbirliği ve birlik ettiklerinden müşterilere bu gibi aldatmacalarla verdikleri zarar muayene ile aşkar olduğundan ellerinde bulunan bozuk ve değeri düşürülmüş ve kötü ayarlı olanların alınıp ve Darbhane-i Amiremde imha edilmedikçe düzene girmeyeceği aşkar olduğundan bundan sonra kuyumcu taifesinin imal ettikleri altın kuşak ve bilezik ve gerdanlık ve küpe ve tüm mücevherat zeminleri vesairesi eskiden olduğu gibi yirmi kıratdan yirmi dört kırat ayarına varıncaya kadar imal olunması için sana emrediyorum ki sen hassa kuyumcubaşısının verdiği dilekçeye dayanarak vazifeyi yerine getirmen konusunda yazılmış fermanıdır’

Yine İstanbul Ahkâm Defterleri’nde bulunan 1782 tarihli bir hükümde (Kal’a, 1998) İstanbul’daki kuyumcu esnafının gedik, ustalık, kalfalık ve çıraklık nizamlarına uymaları ve bu nizamlara yabancı şahıslar tarafından yapılan müdahalenin önlenmesi hükmü verilmektedir. Bu hükümde kuyumcu esnafı kethüdaları ve ihtiyarları, dükkânı olan bir esnafın iş göremeyecek durumda olması durumunda dükkânının ‘ecnebiye verilmemesi’, kethüdaların eğer ölen ya da emekli olan ustanın oğlu varsa dükkânı oğluna, yoksa da kefilli bir kalfaya vermeleri, kefilsiz kimsenin çırak olarak birliğe alınmaması konusunda uyarılmaktadırlar.

### **5.5. Kapalıçarşı ve Çevresindeki Hanlarda Kuyumculuk**

Kapalıçarşı, İstanbul’daki tarihi kapalı çarşıların en büyüğüdür ve şehrin ikinci ile üçüncü tepesinin kuzeybatısını kaplar (Akbayar, 2013). Kapalıçarşı’nın kuzeyinde Haliç kıyılarına uzanan ticari alan ve liman, doğusunda Nuruosmaniye Cami, batısında Beyazıt Meydanı ve İstanbul Üniversitesi (Eski Saray), güneyinde ise Çemberlitaş yer almaktadır.

Kapalıçarşı, Fatih Dönemi’nde kâgir olarak inşa edilen Bedesten (İç Bedesten, Esi Bedesten, Cevahir Bedesteni adları ile de anılır) ve Sandal Bedesteni çevresinde şekillenmiştir. Daha sonra, bunların dış duvarlarına bitişik dükkânlar oluşmuş, özellikle karşılına dükkân dizileri ya da tezgâhlar açıldıkça, önce bu çevre sokakların üzeri çadır bezleriyle ve yeşilliklerle örtülmeye başlanmış, sonraları taş yapılar ve tonozlu üst örtüler inşa edilerek binalaştırılmış (Gülersoy, 1979), böylece iki bedestenin arası dolmuştur. Bu iki bedestenin kim tarafından yaptırıldığı hakkında çok çeşitli yorumlar bulunsa

<sup>23</sup> 24 kıratlık bir altın ölçüsü (4.5 gr civarında).

<sup>24</sup> Kuruşun kırkta biri



da, Ekrem Hakkı Ayverdi (1976), Fatih Vakfiyesi'nin bütün nüshalarındaki açık ve kesin ifadeleri kanıt olarak göstererek, bunların Fatih dönemi eseri olduğunu dile getirmiştir (Erdenen, 1965.) Tarih içinde pek çok değişikliğe uğrayan bu çarşının 61 sokağında bir yüzyıl öncesine kadar; iki bedesten, bir hamam, 12 hazine odası, bir cami, 10 mescit, iki şadırvan, bir sebil, 16 çeşme, bir türbe, sekiz tulumbalı kuyu, 24 han, bir mektep, 4399 dükkân ve 2195 hücre bulunurken, 1965 yılında bir cami, bir mescit, 21 han, iki bedesten, yedi çeşme, bir kuyu, bir sebil, bir şadırvan, 3300 dükkân bulunmaktaydı (Erdenen, 1965).

Kapalıçarşı'nın çehresini değiştiren olaylar arasında yangınları başlı başına bir sebep olarak göstermek mümkündür. Çarşının 1546 yılında gördüğü yangın tahribata yol açarken, 1589 yılındaki yangın yalnızca çevresindeki ahşap yapıların yok olmasına sebep olmuştur. Kapalıçarşı, 1618, 1652 ve 1660 yıllarında da yangın geçirmiş, özellikle 1660'taki afetten sonra ahşap çatı ve kiremitle kaplı olan üstler kagir tonozla örtülmüştür. 1695 ve 1701 yıllarında çıkan iki yangının ise Eski Bedesten'den çıktığı bilinmektedir. 1791'de Uzun Çarşı Caddesi'nde çıkan yangının, binaların o tarafa bakan han kısımlarını yaktığı bilinmektedir. 1826 Hocapaşa yangınının da Kapalıçarşı'nın içine sokulduğu yazılı kaynaklarda mevcuttur (Akbayar, 2013).

İstanbul'da 1894 yılında pek çok yapının yıkılmasına neden olan 'Büyük Deprem' olarak adlandırılan deprem meydana gelir, pek çok tonoz ve kubbe yerle bir olur. Çarşının sınırları 1894 depremi ve sonrasında gördüğü 4 yıllık onarım çalışmaları ile daraltılmış, Çadırcılar, Kürkçüler kapıları kaldırılmış, Çadırcılar caddesinin üstü açılarak çarşının dışında bırakılmıştır. Daha önceleri iç kapı durumunda olan Dua Pazarı, Bit Pazarı, Yorgancılar ve Koltukçular kapıları, dışa açılan kapılar haline getirilmiştir. Lütfullah Sokağı yıktırılarak kapısı örülmüş, çarşı içinde kalan Sarnıçlı Han, Paçavracı Han, Ali Paşa Hanı tamamen, Yolgeçen Hanı ise kısmen çarşının dışında bırakılmıştır. Bayezid ile Nur-u Osmaniye'yi birleştiren ana caddenin (Kalpakçılar'ın) iki ucuna birer kapı yaptırılmıştır.

Kapalıçarşı İstanbul'daki kuyumculuğun merkezidir. Kapalıçarşı'nın çekirdeği olan Bedesten, 15. yüzyılda kâgir duvarları ve demir kapılı mahzenleriyle yangına ve hırsızlığa karşı sağladığı emniyet nedeniyle tercih edilmiştir. Bu nedenle güvenliğin ön planda olduğu iş kollarından mücevherciler, silahçılar, billurcular ve kumaşçılar Bedesten'in korunaklı ortamından yararlanmışlardır (Sönmez, 1993).

#### **5.5.1. Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesinin Mekânsal Organizasyonu**

Lonca sisteminin bir gereği olarak her iş kolu Bedesten'in çevresindeki belirli cadde ve sokaklarda hizmet vermekteydi. Bu düzen günümüzde kısmen de olsa varlığını sürdürmektedir. Armatlı Köroğlu

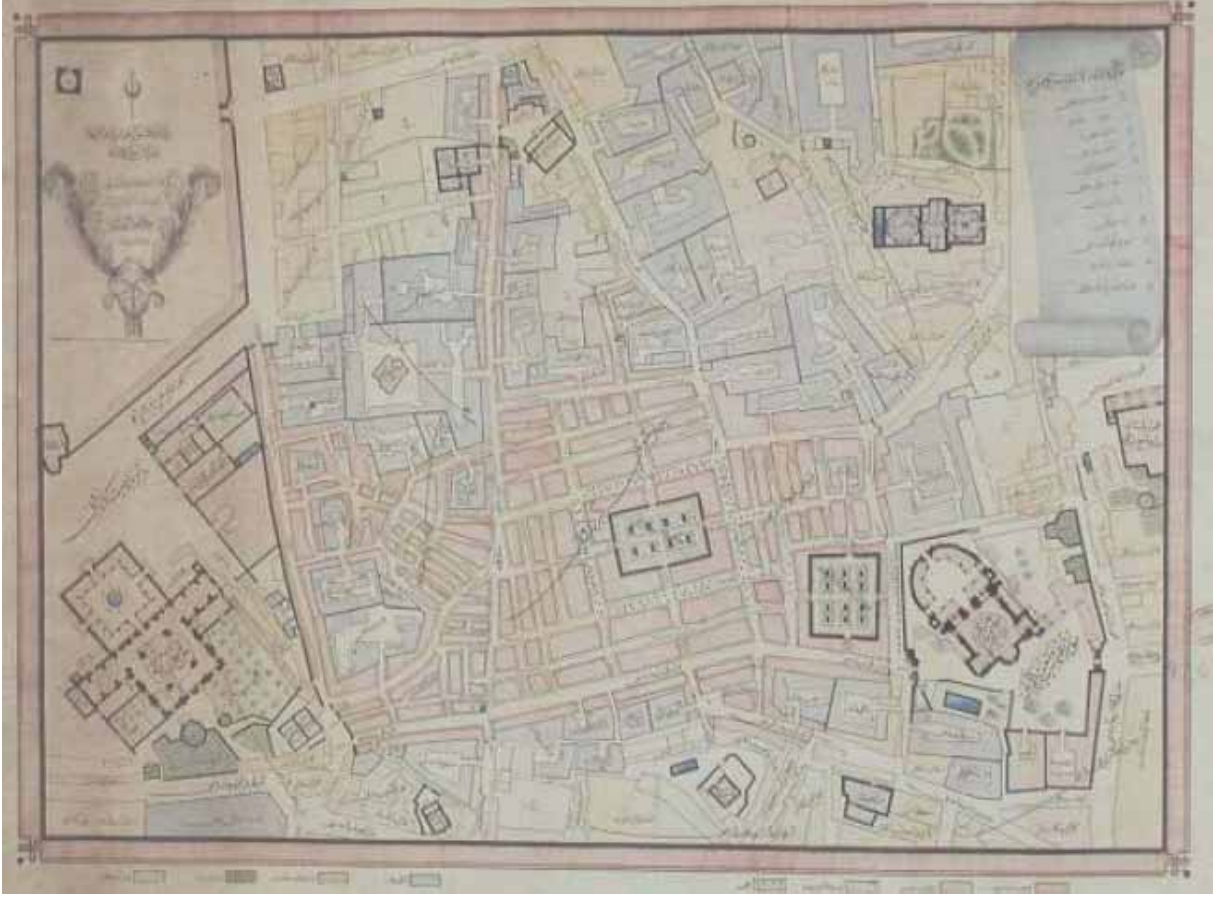
ve diğerlerinin TUBİTAK (Proje No. 107K242) destekli araştırma projesinde yaptıkları değerlendirmeye göre Kapalıçarşı kuyumculuğunun geçirdiği değişim dört dönemde incelenebilir.

I.	Dönem	1461-1876	Osmanlı Dönemi
II.	Dönem	1876-1980	Modernizasyon Dönemi
III.	Dönem	1980-2000	Gerileme/Bozulma Dönemi
IV.	Dönem	2000 –devam ediyor	Dönüşüm Süreci

**Tablo.5.5.1.1.** Kapalıçarşı'nın Tarihsel Gelişim Sürecinde Evreler (Armatlı Köroğlu vd., 2010)

Bu ayırım toplumsal değişimleri bir bütün olarak değerlendirmekten uzaksa da analitik bir yaklaşım sergilemesi bakımından tartışılmaya değerdir. Buna göre ilk dönem, Kapalıçarşı'nın kuruluşundan 19. yüzyıl sonlarına uzanan bir dönemi kapsamaktadır. Bu dönem bütünüyle Osmanlı Dönemi olarak tarif edilmiştir. Bu tarihler arasında esnaf örgütlenmesinde herhangi bir değişiklik olmamıştır. Loncaya bağlı olan ustalar uzmanlık alanlarında faaliyet göstermişlerdir. Bu dönemi sonlandıran olay I. Meşrutiyet (1876) olarak belirlenmiştir. İkinci dönem bu tarihten 1980'lere uzanır ve modernizasyon dönemi olarak tanımlanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun modernleşmesi sürecinden bağımsız olarak Kapalıçarşı'daki üretim ve örgütlenmedeki farklılaşma bu sınıflandırmayı doğurmuştur. Bu dönemde kapitalist üretim yapısına geçilmiştir. Aynı zamanda bu dönem o tarihe kadar bütünüyle el işçiliği ile yapılan üretime motorlu aletlerin katıldığı bir dönemdir. Lonca sisteminin yokluğunda esnaf içi yönetim "Umran" adlı bir dernek aracılığı ile yürütülmüştür. Bu dönemde sokaklarda görülen uzmanlaşma da çözülmeye başlamıştır. 1980 sonrası 2000'li yıllara kadar Kapalıçarşı'nın duraklama ve gerileme yılları olarak tarif edilmiştir. Bu dönemde el üretiminin değeri hızla kaybolmuş, el üretimi yerini seri üretime bırakmıştır. Ancak bu dönemi bütünüyle bir duraklama ve gerileme olarak ifade etmek doğru değildir. 1989 yılında Merkez Bankası'nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla, altının yasal yollardan ithalat ve ihracatı yapılmaya başlanmış, altın borsası kurulmuştur. Bu gelişmeleri Türkiye'deki altın ve mücevher sektörü için gerileme olarak tanımlamak haksızlık olacaktır.

Sektörün 2000 yılından beri ise bir dönüşüm süreci içinde bulunduğu ileri sürülmüştür. Bu dönemde Kapalıçarşı'ya alternatif olmak üzere 2006 yılında Kuyumcukent'in kurulması, seri üretimin yaygın üretim modeli biçimini alması, toptan satışın perakendeyi öldürmesi gibi unsurlar bir dönüşüm evresi olarak tanımlanmıştır. Ancak Kapalıçarşı kuyumculuğunu kapsamlı bir şekilde değerlendirmek için çok katmanlı bir bakışa ihtiyaç vardır.



**Şekil 5.5.1.** Kapalıçarşı ve Çevresindeki Hanlar, 1887 (Kayra, 1990)

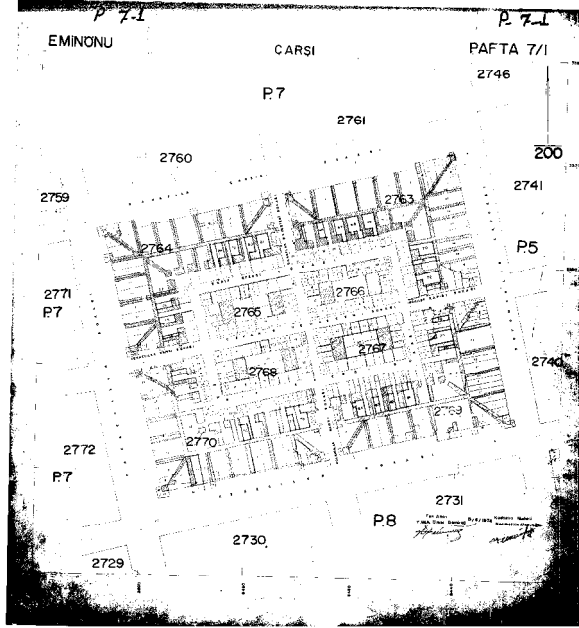
Kuyumculuğun Kapalıçarşı'daki mekânsal izi sürüldüğünde, uzmanlaşmalardan doğan sokak adları yol gösterici olmaktadır. Kapalıçarşı'nın merkezindeki bedesten ve etrafında gelişen sokaklarda çok çeşitli mallar satılmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında, Bedesten'in henüz bankacılığın gündemde olmadığı dönemlerde değerli eşyaların saklandığı bir alan olduğu, kişilerin tekil olarak eşyalarını burada emniyete aldıkları bilinmektedir. Bu nedenle mücevher satışı, buradaki tezgâhlarda yapılmaktaydı. Buradan hareketle özellikle Bedesten'in doğu tarafında kuyumculukla bağlantılı sokak isimleri dikkati çekmektedir. Bu sokakların hangi tarihte bu adlar ile anılmaya başladığını belirlemek zordur. Ancak elimizdeki eski tarihli haritalardan bugün Kuyumcular Sokak olarak adlandırılan sokağın 1904 yılında Papazoğlu Sokağı, Kaiserlioğlu Sokağı ve Terzibaşı Aralığı adlarını taşıdığı görülmektedir. Söz konusu haritalardan 1947 yılından itibaren anılan sokağın Kuyumcular Caddesi adını aldığını belgelenmektedir. Bunun dışında, İnciciler, Varakçı, Altuncular gibi kuyumculukla ilgili sokak isimleri tespit edilebilmektedir.

1972 yılında Kapalıçarşı'da 22 meslek grubunun varlık gösterdiği, 1993 yılında bunun 13'e düştüğü tespit edilmiştir (Sönmez, 1993). Kapalıçarşı'daki toplam dükkân sayısı 1972'de 1738'dir ve 1993 yılında da aynı sayıda dükkân bulunduğu belirtilmiştir. 1993 yılında Kapalıçarşı'daki dükkânların %31'i

kuyumcu ve tamir işi yapan dükkânlardan oluşmaktadır. Bu oran kuyumcuları Kapalıçarşı'daki en yoğun meslek grubu yapmaktadır.



Şekil 5.5.2. Goad Haritası, 1904- Papazoğlu Sokağı, Kaiserlioğlu Sokağı ve Terzibaşı Aralığı



Şekil 5.5.3. Kadastro Haritası, 1978- Kuyumcular Caddesi

### 5.5.2. Kapalıçarşı ve Kuyumculuk Faaliyeti Yürütülen Hanların İlişkisi

Kapalıçarşı'nın çevresi hanlarla çevrilidir. Özellikle 18. Yüzyıl, Kapalıçarşı ve çevresindeki bölgede han inşaatı açısından üretken bir dönemdir (Pinon, 2009). Kapalıçarşı civarındaki hanlar, Anadolu-Türk Selçuklu mimarisinde görülen han-kervansaray yapı tipinin uzantısı olmakla birlikte konaklama işlevi terk edilerek kent içi ticari işleve odaklanan bir yapı kazanmıştır. Hanlar satış ve depolamaya olanak veren çoğu kere bir avlu etrafında iki katlı olarak düzenlenmiş kargir yapılardır. Kapalıçarşı çevresindeki kuyumculuk ile ilgili olarak hanlardaki kiralık odalarda üretimin yüzyıllardır devam ettiği görülmektedir. Kapalıçarşı ile çevresindeki hanlar birbirleriyle çok yakın ilişki içindedir. Kapalıçarşı'da perakende satış yapılırken, hanlarda imalat, toptan satış ve depolama yapılmaktadır (Benli, 2007).

Hanların mekansal yapılarına bakıldığında bağımsız girişleri olan hanlar olduğu gibi Kapalıçarşı içinde ulaşılan hanlar da mevcuttur. Bağımsız girişleri olan hanlar; Paçavracı Han, Sarnıçlı Han, Ali Paşa Hanı, Camili Han, Çuhacı Han, İç ve Dış Cebeci Hanları, Yağcı Hanı, Rabia Hanı, Baltacı Hanı, Kızlarağası Hanı, İmareli Han, Zincirli Han, Evliya Hanı, Sarraf Hanı, Kuyumcular Hanı, Sorguçlu Han, Yolgeçen Hanı, Sepetçi Hanı, Bodrum Hanı, Astarıcı Hanı, Pastırmacı Hanı, Mercan Ağa Hanı, Tarakçılar Hanı, Perdahçılar Hanı, Kürkçü Hanı, Astarıcı Hanı, Kebeci Hanı'dır. Bugün sadece çarşıdan girilebilen ve dışarıya kapısı olmayan hanlar ise Astarıcı Hanı, Büyük ve Küçük Safran Hanları, Evliya Hanı, Sarraf Hanı, Mercan Hanı, Ağa Han, Zincirli Han, Varakçı Han, Rabia Han, Kuyumcular Hanı, Yarım Taş Hanı'dır.

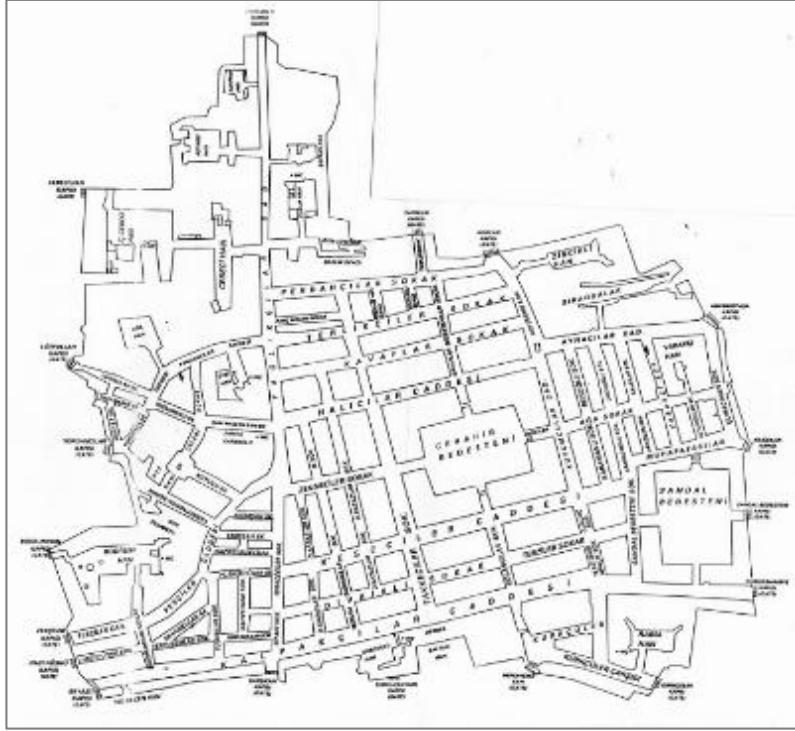
Tarihsel süreç içinde Kapalıçarşı içinde ne oranda üretim yapıldığı bilinmemekle birlikte elimizdeki arşiv belgeleri kuyumculuk üretiminin civardaki hanlara taşınması ile ilgili ipuçları vermektedir<sup>25</sup>. Şehremanetinden 1877 yılında gelen emre göre "Kapalıçarşı içinde ateşle iş gören kuyumcu, kalaycı gibi meslek gruplarının kâgir hanlara ya da çarşı dışındaki başka dükkânlara yerleştirilmesi" istenmiştir. Günümüzde de üretimin bütünüyle civardaki hanlarda yapıldığı görülmektedir. Sönmez tarafından 1993 yılında yürütülen bir çalışmada, Kapalıçarşı ve çevresindeki kuyumcu sayıları tespit edilmiştir, Tablo 5.5.2.1.'de gösterilmektedir.

Sokak Adı	1972	1993
Çuhacıhan Sk	14	22
Varakçıhan Sk	18	6
Kolcular Sk	23	-
Akikçiler Sk	9	9
Uncuoğlu Sk	27	22

<sup>25</sup> BOA Tarih :24/Ra/1294 (Hicri) Dosya No :676 Gömlek No :10 Fon Kodu :ŞD.

Arabacıoğlu Sk	11	12
Sandal Bedesteni	10	8
Terzibaşı Sk	8	6
Güllaç Sk	8	9
Karamanlı Sk	21	18
Reisoğlu Sk	25	19
Kuyumcular Sk	45	41
Keseciler Sk	15	15
İnciciler Sk	7	-
Acıçeşme Sk	2	10
Kürkçüler Sk	2	2
Aynacılar Sk	4	13
Kalpakçılar Sk	62	
Feraceciler Sk	1	10
Terziler Sk	4	10
Cevahir Bedesteni	7	10
Perdahçılar Sk	1	9
Ağa Sk	27	29
Muhafazacılar Sk	5	6
Falcılar Sk	-	11
Terlikçiler Sk	-	10
Halicılar Çarşısı	-	5
Kavaflar	-	6
Ressamlar-Basmacılar	-	7
Çarşıkapı	-	5
Hacı Hüsnü	-	4
Terpuşçu	-	7
Fesciler	-	12
Yağlıkçılar	-	17
Diğer Sk	8	45
<b>Toplam</b>	<b>364</b>	<b>532</b>

**Tablo 5.5.2.1.** 1972 ve 1993 Yıllarında Kapalıçarşı Civarında Üretim Yapan Kuyumcu Sayısı (Sönmez, 1993)



Şekil 5.5.2.1. Kapalıçarşı Planı, Rifat Dedeoğlu

### 5.5.3. Şark Ticaret Yıllıkları'nda Kuyumculuk Faaliyeti Yürütülen Hanlar

Bölgede üretim yapan kuyumcuları tespit edebildiğimiz kaynaklardan bir diğeri Şark Ticaret Yıllıkları'dır. Yıllıklar, oluşturuluş ve yayına hazırlanış biçimleri nedeniyle özellikle İstanbul'un eksiksiz bir esnaf ve üretici tablosunu çizemeseler de, yayınlandıkları yıllardaki esnaf kümelenmeleri, iş kollarının çeşitliliği ve dağılımı, esnafın veya zanaatkârın etnik ve sosyal profili ile ilgili önemli bilgiler içerirler.

Konunun tarihsel boyutu, Kapalıçarşı ve etrafındaki hanlarda yürütülen kuyumculuk faaliyetinin tarihsel gelişiminin izlenmesi ve bu gelişimin günümüzdeki durumla nasıl ilişkilendiğinin anlaşılması açısından oldukça önemlidir. Yıllıklardaki verilerden yola çıkarak eksiksiz istatistikler oluşturulmasa da, özellikle mikro düzeydeki analizler için yıllıklar zengin birer kaynak olarak görülmektedir.

#### 5.5.3.1. Kaynak Olarak Yıllıklar ve Analiz Yöntemleri

Şark Ticaret Yıllıkları, 1868–1945 yılları arasında Türkçe ve Fransızca olarak Raphael Cesar Cervati ve N.C. Sargologo tarafından yayınlanmıştır. Yıllıklar, ilk olarak Osmanlı Devleti'nin daha sonra da Türkiye Cumhuriyeti'nin bünyesindeki hizmet, ticaret ve üretim faaliyetlerini yerli ve yabancı girişimcilere tanıtmayı amaçlamış, ilk yayınlandığı tarihten itibaren gittikçe detaylanarak bir çok Osmanlı kentinin iktisadi hayatına ışık tutmuştur.

Şark Ticaret Yıllıkları, ilk olarak Indicateur Cosmopolitain adıyla 1868 yılında Osmanlıca ve Fransızca olarak yayınlanmış, 1880 yılına kadar süren düzensiz yayın hayatından sonra, 1881 senesinden itibaren yaklaşık iki senede bir yayınlanmaya başlamıştır. Yıllıklar 1883 yılına kadar Indicateur Ottoman Illustre, 1887-1888 yılları arasında Indicateur Oriental, 1891-1930 yılları arasında Annuaire Oriental ve 1931-1945 yılları arasında Şark Ticaret Yıllıkları adıyla yayınlanmıştır (Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi, 2002). Yıllıklar 1885 yılından itibaren Osmanlı Devleti dışındaki ülkelere de açılmış, örneğin 1885 senesi yıllığında Rusya, Yunanistan ve Bulgaristan ile ilgili bilgilere de yer verilmiştir.

Yıllıklarda Osmanlı Devleti (Osmanlı hanedanı, devletin nüfusu ve topraklarının yüzölçümü, bakanlıkları (nezaretleri) ve bakanlık çalışanlarının isimleri, ülke topraklarındaki yabancı elçilik ve konsolosluklar, posta ve telgraf teşkilatları ve tarifeleri, ulaşım ağları ve tarifeleri, yerli ve yabancı eğitim kurumları ve çalışanları, yayınlanan gazeteler, ibadet yerleri), İstanbul adresleri (İstanbul'da mukim banker, esnaf, tüccar, mümessil, müdür, ticaret ve üretim merkezi çalışanları, elçiler, girişimciler vb. şahısların ev ve/veya iş adresleri), İstanbul'da bulunan meslek kolları (meslek gruplarının alfabetik sıralaması ve her başlık altında İstanbul'un ticari hayatında faaliyet gösteren, meslek ve/veya ürettikleri ya da sattıkları ürün ve hizmete göre kişilerin, kurumların, ofis ve büroların, bankaların listeleri vb.), dükkân ve han adresleri (Beyoğlu, Galata, Pangaltı, Feriköy, Eminönü, Kapalıçarşı, Kadıköy gibi semtlerdeki mağaza ve hanların adresleri; bu adreslerde faaliyet gösteren kişilerin isimleri, meslekleri ve dükkân numaraları), Osmanlı vilayetleri ve bu vilayetlerdeki ticari faaliyet (Bursa, İzmir, Selanik gibi şehirlerde ticaret ve üretim alanında faaliyet gösteren kişilerin isim ve adresleri) hakkında bilgi verilmektedir. Ayrıca hemen hemen her yılın en son bölümü yerli ve yabancı firma ve şahısların ilanlarına ayrılmış; ilan bölümleri imparatorluk içindeki ilan ve reklam faaliyetlerinin artmasıyla yıldan yıla genişlemiştir. İlk yıllarda çoğunlukla metin ağırlıklı olan ilanlar, zamanla görsel olarak da zenginleşmiş, ilan tasarımı bilinci de gelişmiştir.

Şark Ticaret Yıllıkları'nda –İmparatorluk hakkında genel bilgilerin verildiği birinci bölümden sonra- her yılda eşit ağırlık ve içerikte olmamakla beraber rastlanılan bölümler Adresses de Constantinople (Par ordre Alphabetique), Professions des Commerçants & Industriels de La Ville de Constantinople (Par Ordre Alphabetique), Adresses des Hans de Galata, Adresses des Hans de Stamboul<sup>26</sup>, Liste Generale des Adresses de Pera (Clasees Par ORdre Alphabetique de Rues et Par Numeros de

---

<sup>26</sup> İstanbul hanları ile tarihi yarımada'daki, özellikle Eminönü, Sultanhamam ve Kapalıçarşı civarındaki hanlar kastedilmektedir.



Maisons)<sup>27</sup>, Antiquites et Lieux Remarquables de Constantinople, Villes de L'empire Ottoman (Par Ordre Alphabetique), Fabricants d'Europe, Annonces olarak karşımıza çıkar.<sup>28</sup>

Yıllıkların giriş yazılarından da anlaşılacağı gibi, yıllıklarda yer almak zorunlu değildir; isteğe bağlıdır. Bu nedenle yıllık bölümlerinde verilen bilgiler-her ne kadar yıldan yıla genişlese de- İstanbul'un tümünü içermemektedir. Yıllıkların yayınlandığı tarihten itibaren yazılan giriş yazılarında yayıncıların yıllıklara katılımı arttırmak için büyük çaba sarf ettikleri, fakat bir takım zorluklarla karşılaştıkları görülmektedir. 1883 yılına ait giriş yazısı şu şekildedir:

'1882 yıllığımızın üçüncü edisyonunu gören herkes bu kadar başarılı, kaliteli bir yayın basmak için gerçekleştirdiğimiz ıslahata kolaylıkla ikna olmuşlardır. Haliyle bu ıslahatlar bizim için kayda değer maliyetlere sebep oldu. Gelişimi seven bir sürü insanın ısrarlı ricaları ve yayınımıza gelir sağlamayarak, bitirmek umuduyla 1. 2. ve 3. senelerde bu maliyetlere boyun eğerek katlandık.

Fakat ne yazık ki Doğu'da yaşayan insanların büyük çoğunluğu yayınınızın sağlayacağı yararların zerre kadar farkına varmadan içgüdüsel olarak gelişim ve medeniyeti geriye çekmişlerdir. Kayıtsızlık içinde yaşayan bu insanlar, açıkça bize yardım etmeyi reddetmiş, hatta sadece abone olmayı reddetmekte kalmayıp, absurd ve kaba bir inatçılıkla çalışanlarımıza adreslerini vermeyi de reddetmişlerdir. Bu koşullarda ne yapabildik? Sütunlarını yardımseverlikle bize vermeyi kabul eden basın aracılığıyla halka yaptığımız duyuru başarısız oldu. Kapı kapı dolaşarak dağıttığımız ve önlem olarak üzerine : ÖDEMENİZ GEREKEN BİRŞEY YOK diye büyük harflerle yazdığımız el ilanları sadece gereksiz yere para harcamamız ile sonuçlandı.

Yıllığımızın diline aşına, aralarında varlıklı insanların da yer aldığı bu sistematik karşıtlık sebebiyle, dördüncü basım için yapmayı umduğumuz ıslahatların hepsini sunmakta yetersiz kaldık' (Şark Ticaret Yıllığı, 1883).

Bu giriş yazısındaki sitemkâr dil, yıllığın ileriki sayılarında yavaş yavaş yumuşamaya başlamış, hatta yayıncıların padişah'tan aldığı maddi destekle beraber zaman zaman teşekkür ve övgü yazılarına dönüşmüştür. Yıllıklara katılım her geçen sene artsa da yine de isim, adres ve meslek listelerinin İstanbul ya da diğer şehirler için eksiksiz bir tablo çizdiği söylenemez. Buna ek olarak, yıllıkların oluşturuluş biçimi gereği her bölümde hazırlanan listeler ismi sıralanan kişinin unvanı (üretici mi, tacir mi olduğu), adresi, mağaza veya dükkân numarası, kabaca hangi alanda faaliyet gösterdiği ile ilgili net bilgiler vermesine rağmen, yapılan işin niteliği ile ilgili detaylı açıklamalara yer vermez. Bu nedenle Kapalıçarşı çevresindeki hanlar bünyesindeki kuyumculuk faaliyeti için önemli bir kaynak teşkil eden yıllıkların incelenmesi sırasında bu husus göz önünde bulundurulmuştur.

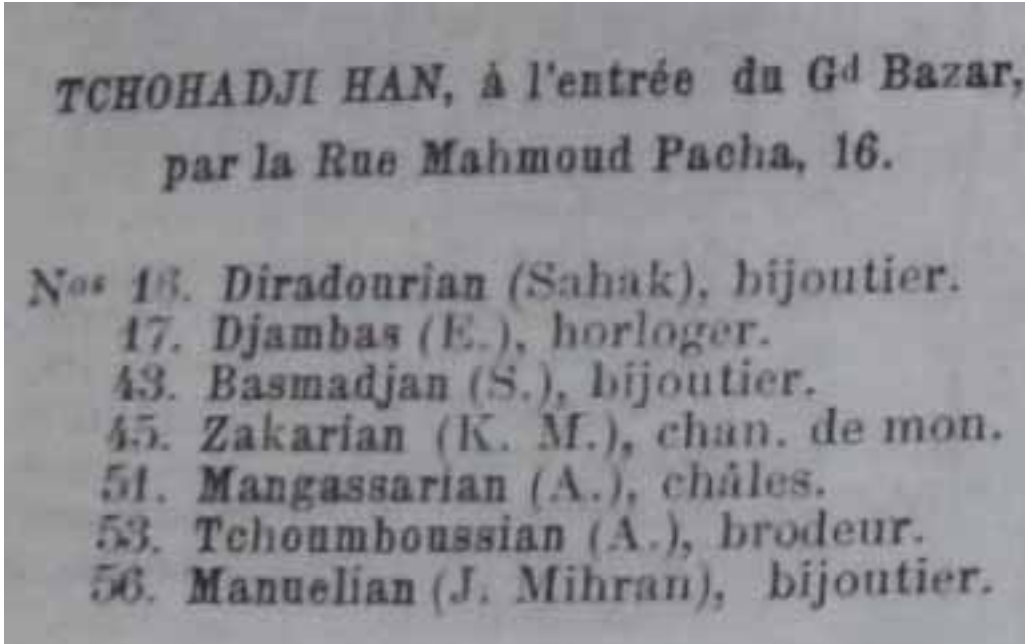
<sup>27</sup> 1889 senesinden itibaren Pera'daki pasaj ve çıkmaz sokaklardaki dükkân sıralamalarına Pangaltı'daki adresler de eklenmiştir.

<sup>28</sup> Sırasıyla: İstanbul Adresleri, İstanbul'daki Tüccar ve Sanayicilerin Meslek Grupları, Galata Hanları ve Adresleri, İstanbul Hanları ve Adresleri, Pera Adresleri, İstanbul'un Antik ve Tarihi Yerleri, Osmanlı İmparatorluğu Vilayetleri, Avrupalı Üreticiler, İlanlar.

### 5.5.3.2. Yıllıklarda İncelenen Hanlar

Yıllıkların araştırma projesinde yararlanılan bölümleri Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlardaki faaliyeti listeleyen Adresses des Hans de Stamboul (İstanbul Hanları Adresleri) adlı bölümlerdir. 1881-1944 yılları arasında yayınlanan yıllıklarda kuyumculuk faaliyetinin yoğunlaştığı Çuhacı Han, Kalcılar Han, Varakçı Han ve Zincirli Han gibi hanlarda atölye ya da mağazada faaliyet gösteren şahısların listelerine ulaşılmıştır. Bu hanlarda listelenen kişi sayısı, yıllıkların popüleritesi arttıkça artmış; örneğin 1881 senesinde Çuhacı Han'da sadece beş kişinin ismi ve faaliyet alanı görülürken, 1891 senesinde 59 kişi sıralanmıştır. Listelerdeki bu kabarıklığın kuyumcu sayısının neredeyse 10 kat arttığına değil, yıllıklara katılımın arttığına işaret ettiği açıksa da, handaki kuyumcu sayısının gerçekten artıp artmadığı bilgisi ne yazık ki bu listelerden çıkarılamamaktadır.

1881-1944 yılları arasında tutulmuş kayıtlardan Kapalıçarşı civarındaki önemli üretim merkezleri olan Çuhacı Han, Kalcılar Han, Zincirli Han ve Varakçı Han'daki kuyumcular kendi uzmanlıkları ile tespit edilebilmiştir.



Şekil 5.5.3.2.1. Çuhacı Han Esnaf Listesi Şark Ticaret Yıllığı (1883)

1883 yılından alınan yukarıdaki liste, yıllıklardaki listeler ne tür bilginin verildiğine dair örnek teşkil etmektedir. Çuhacı Han içerisinde, yıllıklarda gönüllü olarak yer almış esnafın ismi, mesleği ve dükkân numarası görülebilmektedir. Yıllığın ilerleyen sayılarında katılım arttıkça, uzmanlık alanlarının çeşitlendiği görülür. Bazı listelerde kuyumculuk işiyle uğraşan bir kişinin mihlayıcı, mineci ya da kalemkâr mı olduğu belirtilmiştir.

## **İncelenen Hanlarla İlgili Genel Bilgiler**

Çuhacıhan (1718-1730), 'Mahmutpaşa Yokuşu, Kılıççılar ve Çuhacı Hanı sokaklarının arasında kalan arazide Nevşehirli Damat İbrahim Paşa tarafından yaptırılmıştır. 18. Yüzyılda çuhacılar esnafının yoğunlukta olduğu handa zamanla kuyumcu ustalarının atölyelerinin sayısı artmış, 19. yüzyılda kuyumcular artık baskın bir meslek grubunu oluşturmuştur (Ceco, 2010).

Çuhacı Han, 1755 Hocapaşa yangınında tahrip olmuş, sonrasında onarılmıştır (Akbayar, 2013). Hanın planı araziye uyum sağladığı için dış cephesi düzgün bir biçime sahip değildir. Dikdörtgen bir avluya sahip olan han, taş ve tuğla malzemeyle inşa edilmiştir (Ceco, 2010). Handaki mesleki faaliyet ile ilgili bilgiler veren 1821 tarihli esnaf defterine göre 1821 yılında handa 7 sarraf, seksen bir kuyumcu, bir şabacı, bir sandalcı, bir kürkçü, iki şalcı, bir çubukçu, on üç terzi, bir ütücü, bir tüccar, üç pamukçu ve bir Avrupa tüccar bulunmaktadır (Ceco, 2010).

Mahmutpaşa Yokuşu ile Tarakçılar Sokağı'nın köşesinde yer alan Kalcılar Han'ın kitabesi bulunmadığından (Ceco, 2010) yapım tarihi bilinmemekte ise de mimari özelliklerinden 18. yüzyıla ait olduğu düşünülmektedir. Plan geometrisi araziye göre oluşturulmuş, eğimden dolayı doğu kanadı üç katlı olarak yapılmıştır (Akbayar, 2013).

'İki katı ve tek avlulu bir ticaret hanı olan' Zincirli Han, Kapalıçarşı'nın kuzeyinde yer alır ve Kalcılar Han'a komşudur (Ceco, 2010). Zincirli Han'ın da diğer hanlar gibi bir 18. Yüzyıl yapısı olduğu düşünülmektedir. Yine 1821 yılı esnaf defterlerine göre bu handa altı sarraf, dört kakmacı, yirmi bir kuyumcu, yirmi yedi terzi, bir babuşçu, bir zarfçı, bir hallaç, bir sazende, bir berber, bir incici esnafının faaliyet gösterdiği görülmektedir (Ceco, 2010). 1827 tarihli bir gedik listesinde handa toplam 48 gedik sahibi olduğu, gedik sahiplerinin ağırlıklı olarak Yahudi ve Ermeni'lerden oluştuğu görülmektedir (Pinon, 2009). Bu belgede gedik sahibi ve mülkiyetin detayları (oda veya mahzen olduğu gibi), kişinin ismi ve etnik kökeni belirtilirken ne yazık ki ne işle meşgul olduğu belirtilmemektedir. Fakat 1821 tarihli esnaf defterleriyle arasında sadece 6 sene olan bu belgede sıralanan gediklerin, çoğunluğunun kuyumcu olması muhtemeldir.

Varakçı Han'ın da bir 18. yüzyıl yapısı olduğu düşünülmektedir. Kaynaklardan hanların yalnızca ticaret amaçlı kullanılmadıkları, okuldan yoksun kalan çırakların eğitilmesi gibi kültürel amaçlar içinde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin 1830'da Ermeni aydınlardan Fizika Boğos Melikşahyan'ın Çukur Han'da zanaatkâr çocuklara özel dersler verdiği, musikişinas Zenne Boğos Sargavak'ın (1746-1826) ise Zincirli Han'da açtığı dershanede ise dini musiki öğrettiğinden söz edilir (Pamukciyan, 1994).

## Yıllıklardaki Verilere Göre Hanlarda Kuyumculuk Faaliyeti

Şark Ticaret Yıllıklarına göre, Çuhacı Han'da 83 dükkân ile en çok kuyumcu 1909 yılında kaydedilmiştir. Yıllar içindeki dağılım 1-78 arasında değişmektedir. Mihlayıcılar kayıtlara dokuz dükkân ile 1889 yılında girmiş, 1921 yılında ise son kayıt elde edilmiştir. 1898-1912 yılları arasında Çuhacı Han'da yalnızca bir mihlayıcı belgelenmiştir. Çuhacı Han'da cilacıları yalnızca 1891-1895 yılları arasında bir dükkânda görmekteyiz. Kalem karlık 1894-1914 yılları arasında, minencilik 1901-1914 yılları arasında birer dükkân ile varlık göstermiştir. 1912-1929 yılları arasında Çuhacı Han'da 14-20 dükkânın saatçi dükkânı olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde Çuhacı Han'da üretim yapan kuyumculara ilişkin kayıtlarda Ermeni ustalar göze çarpmaktadır<sup>29</sup>.

Şark Ticaret Yıllıkları - Çuhacı Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklerle Ait Dükkân Sayıları																														
	1881	1883	1885	1889-90	1891	1892-93	1894	1895	1896	1898	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1909	1912	1913	1914	1921	1924-25	1928	1929	1932	1933	1934	1938	1942-43	1944
Bijoutier	1	18	18	49	36	36	50	44	42	32	41	63	48	52	52	62	83	60	78	74	76		1	19					2	
Sertisseur	-	-	-	9	8	8	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	2									
Polisseur	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Graveur	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1			1										
Emalleur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1										
Orfèvre	-	-	-	-	-	1	1	3	1	-	-	-	-	1	1	3	4	1	1	2	1									
Fils d'or	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Fondue	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Argenteries	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Horlogerie	1	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14	18	17	20	2	1	16	-	-	-	-		

Tablonun turuncu bölgesi kuyumculukla ilgili meslekleri gösterirken, mavi bölgesi ise kuyumculuğa yakın el işinin etkin olduğu meslek dallarını göstermektedir.

<b>Bijoutier:</b> Kuyumculuk (Takı, mücevher vs.)	<b>Orfèvre:</b> Kuyumculuk (Sikke, madalyon vs.)
<b>Sertisseur:</b> Mihlayıcılık	<b>Fils d'or:</b> Altın telciliik
<b>Polisseur:</b> Cilacılık	<b>Fondue:</b> Dökümcülük
<b>Graveur:</b> Kalemkarlık	<b>Argenteries:</b> Gümüş Objekti (Sofra takımı)
<b>Emalleur:</b> Minencilik	<b>Horlogerie:</b> Saatçilik

**Tablo 5.5.3.2.1. Çuhacı Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklerle Ait Dükkân Sayıları**

Yıllıklara göre Kalcılar Han'da kuyumcular 1898-1928 yılları arasında varlık göstermişlerdir. Sayıları 1-24 dükkân arasından değişen kuyumcu nüfusu 1909 yılında 24 dükkâna ulaşmıştır. Kalcılar Han'da daha yoğunluklu olarak madalyon, sikke üretimi yapan dükkânlar yer almıştır. 1889-1912 yılları arasında sayıları 3-14 arasında değişmekte ve 1898, 1904,1909 yıllarında 14 dükkân ile maksimum üretim gerçekleştirilmiştir. 1891-1909 yılları arasında minecilerin düzenli olarak Kalcılar Han'da varlık gösterdiği anlaşılmaktadır. Mihlayıcı olarak 1 dükkân kayıtlıdır.

<sup>29</sup> Bkz. BOA Tarih : Dosya No : Gömlek No :3063 Fon Kodu :TS.MA.d  
 BOA Tarih : Dosya No : Gömlek No :3077 Fon Kodu :TS.MA.d  
 BOA Tarih :29/S /1236 (Hicri) Dosya No :500 Gömlek No :20320 Fon Kodu :C..ML..  
 BOA Tarih :24/S /1306 (Hicri) Dosya No :1559 Gömlek No :62 Fon Kodu :DH.MKT.  
 BOA Tarih :11/Ni/1322 Dosya No :309 Gömlek No :32 Fon Kodu :ZB.  
 BOA Tarih :15/R /1279 (Hicri) Dosya No :849 Gömlek No :64 Fon Kodu :MVL

Şark Ticaret Yıllıkları - Kalcılar Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere Ait Dükkân Sayıları																														
	1881	1883	1885	1889-90	1891	1892-93	1894	1895	1896	1898	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1909	1912	1913	1914	1921	1924-25	1928	1929	1932	1933	1934	1938	1942-43	1934
Bijoutier	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	6	16	18	18	17	21	24	19	3	2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sertisseur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polisseur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Graveur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	2	3	4	4	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Emalleur	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	3	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Orfevre	-	-	-	14	13	11	11	6	8	7	7	7	7	13	14	12	14	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fils d'or	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fondue	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	3	3	3	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Argenteries	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Horlogaire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-

Tablonun turuncu bölgesi kuyumculukla ilgili meslekleri gösterirken, mavi bölgesi ise kuyumculuğa yakın el işinin etkin olduğu meslek dallarını göstermektedir.

<b>Bijoutier:</b> Kuyumculuk (Taki, mücevher vs.)	<b>Orfevre:</b> Kuyumculuk (Sikke, madalyon vs.)
<b>Sertisseur:</b> Mihlayıcılık	<b>Fils d'or:</b> Altın telcılık
<b>Polisseur:</b> Cilacılık	<b>Fondue:</b> Dökümcülük
<b>Graveur:</b> Kalemkârlık	<b>Argenteries:</b> Gümüş Objeci (Sofra takımı)
<b>Emalleur:</b> Minecilik	<b>Horlogaire:</b> Saatçilik

**Tablo 5.5.3.2.2.** Kalcılar Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları

Zincirli Han'da kuyumcuların kalabalık gruplar halinde var olduğu tespit edilmektedir. 1889–1912 yılları arasında sayıları 3–14 arasında değişen kuyumcu dükkânı mevcuttur. 1889–1893 yılları arasında bir dükkânda kalemkâr belgelenmiştir. 1894–1912 yılları arasında bir dükkân mincedir. Altın telcılık ve saatçilik yapılan az sayıda dükkân mevcuttur.

Şark Ticaret Yıllıkları - Zincirli Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere Ait Dükkân Sayıları																													
	1881	1883	1885	1889-90	1891	1892-93	1894	1895	1896	1898	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1909	1912	1913	1921	1924-25	1928	1929	1932	1933	1934	1942-43	1944	
Bijoutier	-	-	-	8	6	9	13	14	8	4	-	3	3	3	4	5	10	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sertisseur	7	4	4	6	5	4	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polisseur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Graveur	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Emalleur	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Orfevre	-	1	1	-	-	-	-	2	3	1	-	1	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fils d'or	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fondue	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Argenteries	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Horlogaire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	1	1	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tablonun turuncu bölgesi kuyumculukla ilgili meslekleri gösterirken, mavi bölgesi ise kuyumculuğa yakın el işinin etkin olduğu meslek dallarını göstermektedir.

<b>Bijoutier:</b> Kuyumculuk (Taki, mücevher vs.)	<b>Orfevre:</b> Kuyumculuk (Sikke, madalyon vs.)
<b>Sertisseur:</b> Mihlayıcılık	<b>Fils d'or:</b> Altın telcılık
<b>Polisseur:</b> Cilacılık	<b>Fondue:</b> Dökümcülük
<b>Graveur:</b> Kalemkârlık	<b>Argenteries:</b> Gümüş Objeci (Sofra takımı)
<b>Emalleur:</b> Minecilik	<b>Horlogaire:</b> Saatçilik

**Tablo 5.5.3.2.3.** Zincirli Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları

Varakçı Han'da yer alan uzmanlıklara bakıldığında, kuyumcu, mihlayıcı ve saatçi gibi belirli grupların burada kümeleniği görülür. Kuyumcular 1883-1929 yılları arasında 1-10 dükkân arasında değişen bir yoğunlukta var olmuşlardır. 1909-1912 yılları arasında bir mihlayıcı bulunurken, saatçiler 1891-1921 yılları arasında sayıları 1-4 dükkân arasında değişmiştir.

Şark Ticaret Yıllıkları - Varakçı Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere Ait Dükkân Sayıları																											
	1881	1883	1885	1889-90	1891	1892-93	1894	1895	1896	1898	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1909	1912	1913	1914	1921	1924-25	1929	1932	1933	1942-43	1944
Bijoutier	-	2	2	-	5	5	2	1	-	-	-	6	6	6	6	-	4	7	8	6	10	-	3	-	-	-	-
Sertisseur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Polisseur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Graveur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Emalleur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Orfèvre	4	3	3	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fils d'or	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fondue	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Argenteries	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Horlogerie	-	-	-	-	1	1	1	1	1	-	-	3	3	3	3	-	2	2	3	4	2	-	-	-	-	-	-

Tablonun turuncu bölgesi kuyumculukla ilgili meslekleri gösterirken, mavi bölge ise kuyumculuğa yakın el işinin etkin olduğu meslek dallarını göstermektedir.

<b>Bijoutier:</b> Kuyumculuk (Taki, mücevher vs.)	<b>Orfèvre:</b> Kuyumculuk (Sikke, madalyon vs.)
<b>Sertisseur:</b> Mihlayıcılık	<b>Fils d'or:</b> Altın telciliik
<b>Polisseur:</b> Cilacılık	<b>Fondue:</b> Dökümcülük
<b>Graveur:</b> Kalemkârlık	<b>Argenteries:</b> Gümüş Objecti (Sofra takımı)
<b>Emalleur:</b> Minecilik	<b>Horlogerie:</b> Saatçilik

**Tablo 5.5.3.2.4.** Varakçı Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere ait Dükkân Sayıları

## 6. UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS (SOKÜM) VE KUYUMCULUK: TÜRKİYE'DEKİ GÜNCEL DURUM

### 6.1.Tarihi Arka Plan

UNESCO (Birleşmiş Milletler, Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)'nun ana hedeflerinden biri kültürel mirasın korunmasıdır. Bu amaçla konuyu çeşitli yönleriyle ele alan uluslararası anlaşmalar düzenlenmiştir. Bunlar Dünya Kültürel ve Doğal Mirası Korunmasına Dair Sözleşme (1972), Sualtı Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi (2001), Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi (2003) ve Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması Sözleşmesidir (2005) ve UNESCO'ya üye ülkelerin değerlendirmesine sunulmuştur.

Somut Olmayan Miras Sözleşmesi (2003), 161 ülke tarafından kabul edilmiş olmasıyla, Doğal ve Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi'nin (1972) ardından UNESCO'nun kültür alanında en fazla taraf olunan uluslararası sözleşmesidir. Bu sözleşmenin başarıya ulaşmasının arkasındaki en temel itici güç bu tür mirasın kuşaktan kuşağa aktarılabilmiş olmasıdır (Oğuz, 2013). Somut Olmayan Miras, Somut Olmayan Kültür Miras Sözleşmesinin 2. Maddesinde şu şekilde tanımlanmıştır:

'Toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur.'(Ekinci, 2013)

Ülkemiz bu sözleşmeyi 2006 yılında imzalamış olup, kültürel mirasın yaşatılması, korunması ve aktarılmasında kişilerin rolü büyüktür.

Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından üç ana başlık altında incelenmektedir. Bu listelerde yer alan unsur/kışı sayıları 2014 Mart ayı itibariyle parantez içinde verilmiştir (URL-010).

1. İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi (12 Unsur)
2. Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması
  - a. Yaşayan İnsan Hazineleeri Ulusal Envanteri (20 kışı)

Burada seçim kriterleri şu şekilde sıralanabilir(URL-009):

- i. İcra edilen birikim ya da becerinin uygulamasındaki yetkinlik,
- ii. Kışinin ya da grubun adanmışlığı,
- iii. Kışinin ya da grubun kendi beceri ve birikimini geliştirme yeteneği,

iv. Kişinin ya da grubun bu bilgi ve becerisini yetiştirdiklerine (çıraklarına) aktarma becerisi.

b. Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri (110 Unsur)

Burada seçim kriterleri şu şekilde sıralanabilir(URL-009):

- i. İnsan yaratıcılığının bir kanıtı olarak değerini,
- ii. Kültürel ve toplumsal gelenekler içerisinde köklülüğünü,
- iii. Belirtilen topluluk ya da grubu temsil niteliği,
- iv. Kaybolma tehlikesi.

3. Ustalar-Sanatçılar-Ozanlar Programı

- a. Geleneksel El Sanatları Sanatkârları (32 Kişi)
- b. Geleneksel Tiyatro Sanatçıları
- c. Âşıklar- Halk Ozanları- Halk Şairleri- Zakirler
- d. Mahalli Sanatçılar

UNESCO tarafından oluşturulan uluslararası insanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi,'nde 2014 yılı itibariyle 314 öge kayıtlıdır. Bu listede yer alma koşulları UNESCO tarafından belli kriterler çerçevesinde belirlenmiştir. Anılan listede Türkiye'den 12 öge kayıtlıdır (URL-009)

1. Meddahlık Geleneği (2008)
2. Mevlevi Sema Törenleri (2008)
3. Âşıklık Geleneği (2009)
4. Karagöz (2009)
5. Nevruz (Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya, 2009)
6. Geleneksel Sohbet Toplantıları (Yaren, Barana, Sıra Geceleri ve diğer, 2010)
7. Alevi-Bektaşî Ritüeli Semah (2010)
8. Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali (2010)
9. Geleneksel Tören Keşkeği (2011)
10. Mesir Macunu Festivali (2012)
11. Türk Kahvesi ve Geleneği (2013)
12. Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı (2014)

Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması iki koldan yürütülmektedir. Bunlar:

- o Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) Ulusal Envanteri
- o Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Ulusal Envanteri



## 6.2.SOKÜM Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) Sınıflandırması

UNESCO bünyesinde kurulmuş olan Living Human Treasures (LHT) programı Türkiye’de Yaşayan İnsan Hazinesi ulusal sistemi ile ülkemizde kurulmuştur. Bu programın amacı “somut olmayan kültürel miras unsurlarının, yüksek bir tarihsel, sanatsal ve kültürel değer dâhilinde icra edilmesi, canlandırılması veya yeniden yaratılması konusunda gerekli bilgi ve becerilerin korunması” olarak belirtilmiştir (Kasapoğlu Akyol, 2013). Bunlardan ilki Türkiye’de 2008 yılında bu amaç doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı altında Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Yaşayan İnsan Hazinesi Türkiye Ulusal Envanteri çalışmasıdır. Bu program UNESCO’nun tüm ülkelerde oluşturmayı hedeflediği bir programdır. Bu programın ilkeleri bir rehber aracılığı ile tüm ülkeler için tavsiye niteliği taşımaktadır (URL-009). Değerlendirme süreci bir “uzmanlar komisyonu” tarafından yapılan çalışma sonucunda somut kültürel mirasın aktarıcısı konumundaki ustaların belirlenmesini kapsamaktadır. Ülkemizde Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanterinde hammaddesi metal olan geleneksel Türk el sanatı temsilcisi yer almamaktadır. Kuyumculuk mesleği geleneksel sanatlar içinde önemli bir yer tutmakta ve geleceğe aktarılacak değerler arasında görülmektedir. Gelenek ustalarının yaptıkları sanatın gelecek için önemi konusunda bilinçlendirilmelidir (Anmaç, 2013). Yaşayan İnsan Hazinesi’nin seçilme kriterleri ilgili yönetmelikte belirlenmiştir (URL-010). Buna göre;

- Ustalığını 10 yıldır icra ediyor olması,
- Sanatını usta-çırak ilişkisi ile öğrenmiş olması,
- Bilgi ve becerisini uygulamadaki üstünlüğü,
- Konusunda ender bulunan bilgiye sahip olması,
- Kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmışlığı,
- Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneği (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi),
- Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini çırağa aktarma becerisi (bir çırak yetiştirmiş olması)

kriterlerini karşılaması beklenmektedir.

Ülkemizde Mayıs 2015 tarihi itibarıyla 20 Yaşayan İnsan Hazinesi mevcuttur. Bu kişilerin %15’i Karagöz Sanatçısından oluşturmaktadır. Bu kişiler arasında kuyumculuk sektöründen herhangi bir usta yer almamaktadır (Tablo 6.2.1.).

Kapalıçarşı ve hanlar bölgesinde yürütülen bu projenin saha verileri Yaşayan İnsan Hazinesi kriterlerine uygun ustaların tespit edilmesine olanak tanımıştır. Geleneğin yaşatıcıları konumundaki ustaların ulusal düzeyde önemlerinin tanınması ve tescil edilmesi Kapalıçarşı ve çevresindeki hanların korunmasında büyük önem taşımaktadır. Alanların ruhunu koruyarak geleceğe aktarmanın yolu somut ve somut olmayan unsurların birlikte korunması ile mümkündür.

Günümüzde 5366 sayılı yasaya bağlı olarak Yenileme Alanı statüsüne sahip olan Kapalıçarşı ve çevresi, bir dönüşüm sürecindedir. Fiziki bir değişim olarak öngörülen bu projenin Kapalıçarşı çevresinde gerçekleştirilen geleneksel el sanatları üretimi üzerinde büyük etkisi olacaktır. Bu açıdan geleneğin temsilcileri konumundaki ustaların ve uygulamakta oldukları uzmanlıkların yaşatılması ve teşvik edilmesi gerekmektedir.

#### *Türkiye'nin Yaşayan İnsan Hazinesi*

<b>ENVANTER NUMARASI</b>	<b>ADI SOYADI</b>	<b>ALANI</b>
02.0001	Tacettin DİKER (1923-2014)	Karagöz Sanatçısı
02.0002	Orhan KURT	Karagöz Sanatçısı
02.0003	Hayri DEV	Çam Düdüğü Yapımcısı ve İcracısı
02.0004	Şeref TAŞLIOVA (1938-2014)	Âşık
02.0005	Metin ÖZLEN	Karagöz Sanatçısı
02.0006	Sıtkı OLÇAR (1948-2010)	Çini Ustası
02.0007	Mehmet GİRĞİÇ	Keçe Ustası
02.0008	Bekir TEKELİ(1932-2013)	Bağlama Yapımcısı
02.0009	Uğur DERMAN	Klasik Kitap Sanatçısı
02.0010	Hasan ÇELEBİ	Hüsn-ü Hat Sanatçısı
02.0011	Neşet ERTAŞ (1938-2012)	Mahalli Sanatçı, Ozan
02.0012	Mehmet GÜRİSOY	Çini Sanatçısı
02.0013	Fuat BAŞAR	Ebru Sanatçısı
02.0014	Veli AYKUT (Dertli Divani)	Zakir
02.0015	Emine KARADAYI	Dokumacı ve Doğal Boyamacı
02.0016	Yaşar GÜÇ	Horlatma Kaval- Dilli/Dilsiz Kaval Yapımcısı ve İcracısı
02.0017	Tahsin KALENDER	Taş Ustası
02.0018	İrfan ŞAHİN	Kispet Ustası
02.0019	Cemil KIZILKAYA	Ahşap Baskı-Yazma Ustası
02.0020	Mahmut SÜR	Nazar Boncuğu Ustası

**Tablo 6.2.1.** Türkiye'nin Yaşayan İnsan Hazinesi (URL-010)

### **6.3.SOKÜM Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) Başvuru Süreci**

YİH tespiti, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'nde, folklor araştırmacıları tarafından belirlenmektedir. Uygun adaylar hakkında raporlar hazırlanarak Somut Olmayan Kültürel Miras Uzmanlar Komisyonu'na sunulmaktadır. YİH Tespit Formu EK 08'de sunulmuştur.

## YİH Envanterine Kayıt Süreci: Aşamalar

Kültür ve Turizm Bakanlığının Web sayfasından alınan bilgilere göre kayıt süreci aşağıda özetlenmiştir (URL-010):

- i. İllerde öncelikle ilgili kurum/kuruluş, araştırma merkezi/enstitü, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ile uzmanlar ve gerekli durumlarda somut olmayan kültürel miras taşıyıcılarının katılımı ile İl Tespit Kurulları oluşturulur.
- ii. Bu kurullar kendi illerindeki somut olmayan kültürel miras unsurları ile yaşayan insan hazinesi aday önerilerini, gerekli tespit formlarını doldurmuş halde periyodik olarak yılda iki kez Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü'ne gönderir.
- iii. Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, illerden gelen verileri kendi bünyesinde ilgili kurum/kuruluş, araştırma merkezi/enstitü, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ile uzmanlar ve gerekli durumlarda somut olmayan kültürel miras taşıyıcılarının katılımı ile oluşturduğu Uzmanlar Komisyonu'nda değerlendirerek, envantere alınacak unsurları belirler ve makam onayına sunar.
- iv. Envantere alınması kararlaştırılan unsurlar, envanter sistemine kaydedilir ve Genel Müdürlüğün web sitesinden kamuoyuyla paylaşılır.

Yaşayan İnsan Hazinesi Programına kişiler kendileri başvurma şansından yoksundurlar. İl Kültür ve Turizm Müdürlüklerindeki folklor araştırmacılarının aday kişileri tespit etmesi gerekmektedir.

Diğer bir envanter olan Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanterlerinin temelini il envanterleri oluşturmaktadır. İllerde envanter çalışmaları, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün koordinasyonunda yürütülmektedir. Somut Olmayan Kültürel Miras Tespit Formu EK 16'da sunulmuştur.

AREGEM tarafından Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi'nde, şimdiye kadar kayıt yapılmış olan ve hammaddesi metal olan geleneksel el sanatları mesleklerinin ustalarıyla ilgili envanter çalışmalarını incelendiğinde, 32 kişi olan kayıt sayısının oldukça az olduğu görülür. Hammaddesi metal olan geleneksel el sanatları meslekleri şu ana kadar "*bakır işçiliği, bakırcılık, metal işçiliği, gümüş işçiliği, gümüş işçiliği-kazaz, gümüş işçiliği-telkari, gümüş-oltu taşı, sadekârlık, kazazlık, sedefkârlık*" olarak gruplanmıştır. SOKÜM Ulusal Envanteri listesinde ise şimdiye kadar kabul edilmiş olan unsurlar içerisinde, hammaddesi metal olan geleneksel mesleklerden *telkârî sanatı* ve *sadekârlık* bulunmaktadır. El Sanatları Geleneği ve Geleneksel Türk El Sanatları kapsamında, SOKÜM Taşıyıcısı Olarak *Ustalar* belgelenmektedir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı AREGEM bu belgelemeden sorumludur. Başvurular buraya yapılmakta ve kabul edilenlere 'Kültürel Miras Taşıyıcısı' belgesi verilmektedir.

Bugüne kadar Türkiye'nin Somut Olmayan Mirasın korunması alanında yürüttüğü programlarda SOKÜM taşıyıcıları geleneksel el sanatları kurulunca kabul edilen sanatkârlar toplamda 32 kişi olup bunlar arasında kuyumculuk işi ile ilgili ustalar 14 kişidir (bkz. Tablo 6.3.1).

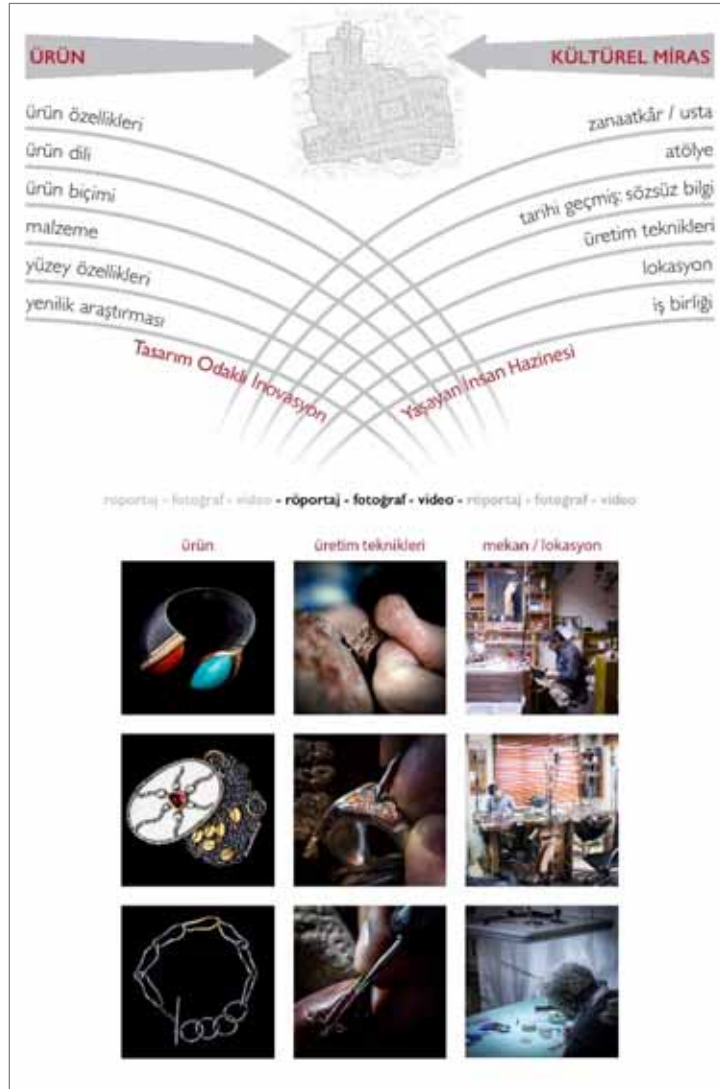
	ARŞİV YER NO	AD- SOYAD	SANAT ALANI
1	YB2007.0172	SUBHİ HİNDİ YERLİ	GÜMÜŞ İŞÇİLİĞİ -TELKÂRİ
2	YB2009.0070	VİKTOR ÖCAL	SADEKÂRLIK
3	YB2009.0083	GEBRO TOKGÖZ	GÜMÜŞ İŞÇİLİĞİ -TELKÂRİ
4	YB2010.0687	AYTAÇ SADİ	KALEMİŞİ
5	YB2011.0271	HAVVA TÜLAY KULBAY	TELKÂRİ - KAZAZ
6	YB2013.0307	BEKİR LEKESİZ	SADEKARLIK
7	YB20130308	NEVİN IŞIK	SADEKARLIK
8	YB2013.0312	İBRAHİM CİHAN	TELKÂRİ
9	YB2013.0314	AYHAN TORÖZ	TELKÂRİ-KAZAZİYE
10	YB2013.0315	RUKİYE ÖZTOPRAK	TELKÂRİ-KAZAZİYE
11	YB2013.0323	MUSA KESER	KALEMKÂRLIK-SAVAT
12	YB2013.0325	AHMET TEKİN	TELKÂRİ
13	YB2013.0328	ÖZBİLİR SONYÜREK	SAVAT
14	YB2013.0363	ADEM TURAN	KALEM İŞİ

**Tablo 6.3.1.** Ustalar – Sanatçılar - Ozanlar Programında Yer Alan Kuyumculuk ile Bağlantılı Ustalar (URL-010)

## 7. SAHA ARAŞTIRMASI YÖNTEMİ VE SÜRECİ

### 7.1. SAHA ARAŞTIRMASI SÜREÇ-YÖNTEM TASARIMI

Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin amacı; el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin saptanmasıdır. Kültürel miras kapsamında, yaratıcı bir endüstri olan mücevher endüstrisinin en büyük üretim merkezi olan Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda üretim süreç ve tekniklerinin güncel durumunun saptanması ve ürünler üzerinden bir envanter oluşturulması, araştırma projesi sürecinde erişilmek istenen sonuçlar olarak belirlenmiştir. Proje disiplinlerarası bir yapıda, endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanmıştır. Araştırma projesinin disiplinlerarası yapısını gösterir kavramsal grafik Şekil 7.1.1.'de aktarılmaktadır.



Şekil 7.1.1. Araştırma Projesinin Disiplinerarası Yapısını Aktarır Grafik

Araştırma projesinin belirtilen amaç ve hedefleri doğrultusunda, Türkiye mücevher sektörünün merkezi üretim kümesi konumundaki İstanbul Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda kuyum üretimi yapan atölye ölçeğindeki üreticilerin, bir ağ ilişkisi içinde küme yapısını oluşturdukları mekânsal üretim konsantrasyonu proje için çalışma sahası olarak tanımlanmıştır. Saha araştırmasına odaklanan proje kapsamında uygulanacak yöntem, proje sonuç raporunun hazırlanması ayağı hariç tutularak toplam beş etap olarak tasarlanmıştır.

Araştırmanın birinci etabı, mekânsal alan sınırlarının tanımlanabilmesi için Tarihi Yarımada ve Kapalıçarşı'nın ilçe sınırları içinde yer aldığı Fatih Belediyesi, Kapalıçarşı Esnaf Derneği ve İstanbul Kuyumcular Odası (İKO) aracılığıyla güncel haritaların temin edilerek, elde edilen haritaların veri toplamaya uygunluğunun mevcut fiziki mekânsal durumla tutarlılığının saha gezileriyle denetlenmesi, üzerine araştırma programının oturtulacağı nihai saha sınırlarının belirlenmesi sürecini kapsamaktadır. Bu etapta ayrıca mücevher üretim tekniklerinin bir dökümü yapılmış, üretim akış şemaları ve üretim dizini belirlenmiş, tanımlanan şemalar üzerinden saha veri toplama formlarına aktarılmıştır.

Araştırmanın ikinci etabında, elde edilen haritalar üzerinden bir ön saha çalışması yapılmış, üçüncü etap için gerekli üretim ortamı-atölye sınıflandırması ve veri toplama programı oluşturulmuştur. Oluşturulan saha haritası üzerinden üretim atölyelerinin üretim uzmanlıklarına göre mekânsal sınıflandırmasının yapılması planlanmıştır.

Araştırmanın üçüncü etabında önceki aşamalarda elde edilen net saha sınırları kapsamında, veri toplama programı çerçevesinde, üretim ortamı-atölyelere programlı ziyaretler gerçekleştirilmiştir. Programlı ziyaretler, atölye sahibinin izni ve oluru alınarak yapılmış, çalışmanın niyeti ve kapsamı açıklanarak, i) yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi çerçevesinde ses kaydı yapılmış, ii) üretim süreçleri ve ürünler fotoğraflanarak görsel dijital veri olarak toplanmış, iii) gerekli görüldüğü durumlarda üretim süreçleri ve ürünler için video kaydı yapılarak ustalar ve ürünleri kayıt altına alınmıştır. Saha araştırmasında toplanan verinin kaynağı, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri Tablo 7.1.1.'de gösterilmiştir.

Sahada toplanacak veri kaynağı	Veri toplama yöntemi	Veri değerlendirme yöntemi
<b>Ürün</b> (birim atölyede üretilen ürün-ara ürün-parça-işçilik)	Gözlem Fotoğraf Video	1. Ürüne ait A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi* 2. Ürüne ait B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi**
<b>Mekân</b> (üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumu)	Gözlem Fotoğraf Video Davranış haritaları	Atölye konumunun atölyeden çıkan ürünün genel üretim akış şemasındaki sırasıyla karşılaştırmalı olarak, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla üretim davranış haritalarının oluşturulması
<b>Tezgâh-teçhizat</b> (birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanım)	Gözlem Fotoğraf Video	Üretimde kullanılan teknik donanımın <u>özelleşmişlik derecesinin</u> kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmesi
<b>İnsan faktörü</b> (üretimi gerçekleştiren usta-çirak)	Gözlem Yarı yapılandırılmış görüşmeler: ses kaydı	1. Üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi*** 2. Üretimde insan faktörüne ilişkin B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi****

**\*Ürüne ait A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:** Birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyet vb. fiziksel özelliklerinin (finiş) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere kullanılmış; ürün analizleri vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir.

**\*\* Ürüne ait B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:** Birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere kullanılmış; ürün analizleri standart ve eşsiz değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirmiştir.

-----

**\*\*\*Üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:** Birim atölye üreticisinin ustalık derecesi kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir.

**\*\*\*\*Üretimde insan faktörüne ilişkin B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:** Birim atölye üreticisinin geleneği sürdürme konusundaki hassasiyeti, ustalığının seviyesini geliştirmeye yönelik eğilimleri ve ustalık seviyesine erişmek için geçtiği eğitim sürecine ait veriler yarı yapılandırılmış sözlü görüşme tekniğiyle elde edilmiştir.

**Tablo 7.1.1.** Araştırma Projesi Saha Veri Kaynakları, Veri Toplama ve Değerlendirme Yöntemleri

Araştırmanın dördüncü etabı, üçüncü etapta toplanan ses kaydı, fotoğraf ve video gibi görsel dijital verinin sınıflandırılması ve işlenmesi sürecini kapsamaktadır. Bu sürece paralel olarak İstanbul kuyumculuğunun tarihsel kaynakları incelenmiş, önemli bulgular sonuç raporuna aktarılmak üzere değerlendirilmiştir.

Araştırmanın beşinci etabında, toplanan verinin mekânsal, işlevsel ve üretim dizini baz alınarak değerlendirilmesi yapılmış, bulguların rapor haline getirilmesi için veri değerlendirme yöntemleri geliştirilmiştir.

Kapalıçarşı ve alt bölgelerinde üretim yapan atölyelerin uzmanlık alanlarına, lokasyonlarına, konsantrasyon bölgelerine ve fiziksel organizasyonuna göre herhangi bir sivil kuruluş tarafından kayıt altına alınmıyor olmasından dolayı projeye doğrudan kaynaklık edebilecek sistemli ve güvenilir bir veriye ulaşılamamıştır. Bu sebeple, proje başvurusunda hedeflendiği şekliyle, mekân odaklı bir veri toplama süreci gerçekleşmemiştir. Bu durumun başlıca sebebi sektörün içine kapalı yapısı olmuştur. Mekân-lokasyon çıkışlı, öncesinde bir bağlantı kurulmadan doğrudan fiziksel yapının takip edilmesi yoluyla doğrudan görüşme yapılmaya çalışıldığında, talep yoğunlukla negatif karşılanmış ve veri toplama gerçekleşmemiştir. Bu sebeple görüşme programı yönteminde değişikliğe gidilmiş, veri toplama süreci yoğunlukla kartopu yöntemi<sup>1</sup> kullanılmış, programın sahada bağlantıda bulunan atölye sahipleri ve ustaların yönlendirmesiyle yürütülmesi uygun görülmüş ve bu yöntem benimsenerek ilk etap veri elde edilmiştir.

Sosyal bilimler alanında kullanılan kalitatif araştırma metotlarında genel eğilim seçilmiş bir nüfusa yönelik bir genelleme yapmak değil, odaklı bir meseleye derinlemesine yaklaşım geliştirmektir. Bu noktada amaca yönelik örneklem stratejisi belirlemek önemlidir (Creswell, 2005). Yine kalitatif araştırmalarda sayısal temsiliyet kantitatif metotlara göre daha az önemliyse de, bulguların kesin ve güvenilir olması zengin ve yoğun veriye bağlıdır. Bu sebeple yüz yüze görüşmelerin en azından 12 örnekleme yapılması önerilmektedir. Ayrıca, görüşmelerin yapıldığı kişilerin kendi alanlarında bilgi sahibi kişiler olması koşulu aynı derece önemlidir.

Atölye ziyaretleri yaklaşık bir hafta öncesinden atölye ve usta uygunluğuna göre randevu sistemiyle yürütüldüğünde sağlıklı veri toplamak mümkün olmuştur. Kartopu örneklem toplama yöntemi sınırlı özellikte gruba dâhil olan kişilere ulaşmada avantaj sağlayan bir yöntem olduğundan, proje tasarlanırken elde edilecek verinin kalitesine ilişkin herhangi bir tanım, sınırlama belirtilmemiş olmasına karşın, sahada veri toplama süreci yoğunlukla el işçiliği yapan, geleneksel atölye üretim ortamı niteliklerini yansıtır örnekler üzerinden seyretmiştir. Atölyeye gidildiğinde ustayla sözlü görüşme ve gözlem yoluyla toplanabilecek verinin kaydı sorunsuz gerçekleşirken, ustanın elindeki iş yoğunluğuna bağlı olarak, iş türünün kalitesini yansıtır nitelikte görsel veri toplamada aksaklıklar yaşanmış, bir atölyede toplanacak verinin tamamı yoğunlukla tek ziyaretle tamamlanamamış, saha ziyaretleri tekrarlanmıştır.

---

<sup>1</sup> Nitel Araştırma yöntemleri kapsamında örneklem oluşturma tekniklerinden olan “Snowball Sampling” yönteminin “Exponential Non-Discriminative Snowball Sampling” tipi kullanılmıştır.



## Saha Verilerinin Kayıt Edilmesi Süreci ve Kayıt Sürecinde Kullanılan Yöntemler

Sahada görüşülen kişilere çalışmanın amacı ve kapsamı açıklanarak, *i) yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi çerçevesinde ses kaydı yapılmış, ii) üretim süreçleri ve ürünler fotoğraflanarak görsel dijital veri olarak toplanmış, iii) gerekli görüldüğü durumlarda üretim süreçleri ve ürünler için video kaydı yapılmıştır.* Tüm ziyaretler, atölye sahibinin izni ve oluru alınarak yapılmıştır. Ses kayıtları, kayıt altına alınan ustalarla yapılan sözlü görüşmelerde ustaların sorulan sorulara verdikleri cevaplar ve kendi mesleki deneyimlerini paylaştıkları görüşlerden oluşmaktadır. Her saha ziyareti sonrasında kayıt altına alınan ustayla ilgili hem dijital hem de yazılı dosya oluşturulmuştur. Sözlü görüşmelerde elde edilen bilgilerin transkripsiyonu yapılmış, cevaplar yarı yapılandırılmış görüşme sorularının yer aldığı Form 7’de yer alan sorularla senkronize olacak şekilde metin dosyalarına çevrilmiştir. Bilgisayar sisteminde veri dosyaları yıllara göre ana klasörlerde gruplanmış, daha sonra MS Excel programında oluşturulan kayıtlarla örtüşecek biçimde kodlama sistemi kullanılarak ay, sahaya çıkış sayısı, görüşme tarihi, görüşme mekânının kısaltması, usta kodu ve usta adı gibi alt parametrelerle sınıflandırılarak arşivlenmiştir. Sahada görüşme yapılan ve kayıt altına alınan atölye ve usta bilgileri 20 parametrik başlık altında kaydedilmiş, verilerin 20 parametrenin tümünün altında seçilerek ayıklanabilmesine olanak sağlayan dinamik bir veri işleme tablosu oluşturulmuştur. Sahada görüşme yapılan ve kayıt altına alınan atölye ve usta bilgilerini gösterir tablo Tablo 7.1.2.’de izlenebilir.

<b>Sahada görüşme yapılan ve kayıt altına alınan atölye ve usta bilgilerinin toplandığı başlıklar</b>	
<b>Kayıt</b>	Kuyumcu ustalarının Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) kriterlerine uygun olup olmadığını tespit etme amacı ile görüşülen ustaya ait olarak form doldurulmakta, ses kaydı alınmakta, kendisinin ve ürünlerinin fotoğrafı çekilmektedir. Bu işlem sadece kuyumcu ustalarıyla yapılmaktadır. Bu, Excel dosyasında kayıt alt başlığı ile verilmektedir. Kayıt sütunu üzerinde bulunan rakamlar kayıt altına alınan usta sayısını göstermektedir.
<b>Saha</b>	Sahaya çıkış tarihleri ve sayısı
<b>Atölye</b>	Proje dâhilinde görüşme yapılan atölyelerin sayısı
<b>Tarih</b>	Sahaya çıkış tarihleri
<b>Kod</b>	Proje dâhilinde görüşme yapılan kişiler iki farklı kod sistemi ile kodlanmaktadır. Bunun ilki “U001” şeklindedir. “U” harfi kuyumcu ustalarının (sadekâr, mihlayıcı, mineci vb.) temsilidir. “001” ise görüşülen ustaların kronolojik olarak sıralanmasıdır. İkinci kodlama ise “A001” şeklindedir. “A” ziyaret edilen proje dâhilinde ancak kuyumcu ustası olmayan atölyelerin (ocakçı, cilacı, sıvamacı vb.) temsilidir. “001” ise görüşülen atölyelerin kronolojik olarak sıralanmasıdır.
<b>Usta Adı</b>	Görüşülen ustanın adı (Raporda etik kurallar gereği gizlenmiştir.)
<b>YİH uygun</b>	Görüşülen kuyumcu ustasının Yaşayan İnsan Hazinesi(YİH) kriterlerine uygun olup olmadığı bilgisi
<b>Çırak</b>	Görüşülen ustaların şu anda yanında çırak olup olmadığı bilgisi

<b>Atölye Adı</b>	Görüşmenin yapıldığı atölyenin adı (Raporda etik kurallar gereği gizlenmiştir.)
<b>Ustalık Alanı</b>	Görüşülen ustanın uzmanlık alanı bu sütunda verilmektedir.
<b>Han Kodu</b>	Görüşülen atölyelerin hangi handa olduğunu belirten kısaltmalardır. Bu kısaltmalar dosyalama sisteminde de aynı şekilde kullanılmaktadır.
<b>Han Adı</b>	Görüşülen atölyelerin hangi handa olduğu bilgisi
<b>Adres</b>	Görüşülen atölyelerin adresi (Raporda etik kurallar gereği gizlenmiştir.)
<b>Telefon</b>	Görüşülen atölyelerin telefon numaraları (Raporda etik kurallar gereği gizlenmiştir.)
<b>Text</b>	Görüşülen ustaların ses kayıtlarının transkripsiyonu yapılarak MS Word dosyası halinde sistemde saklanmaktadır. Bu sütun, hangi ustanın görüşme kayıtlarının Word dosyasına aktarıldığını göstermektedir.
<b>Form</b>	Ustalar ile görüşme sırasında saha veri değerlendirme formları doldurulmaktadır. Bu sütunda hangi ustanın saha veri değerlendirme formu olduğu gösterilmektedir.
<b>Ses</b>	Görüşülen ustaların ses kayıtları alınmış ve dosyalama sistemine konmuştur. Bu sütunda hangi ustanın ses kaydı olduğu gösterilmektedir.
<b>Foto</b>	Görüşülen ustaların kendisinin ve ürünlerinin fotoğrafları belgelenmiş ve dosyalama sistemine konmuştur. Bu sütunda hangi ustanın fotoğrafla belgelendiği gösterilmektedir.
<b>Video</b>	Görüşülen ustaların çalışma esnasında video kaydı alınmış ve dosyalama sistemine konmuştur. Bu sütunda hangi ustanın video kaydının alındığı gösterilmektedir.
<b>İlk/Tekrar</b>	Tüm veri türlerinin tamamlanması için atölyeye yapılan ziyaret sayısı bilgisi gösterilmektedir.

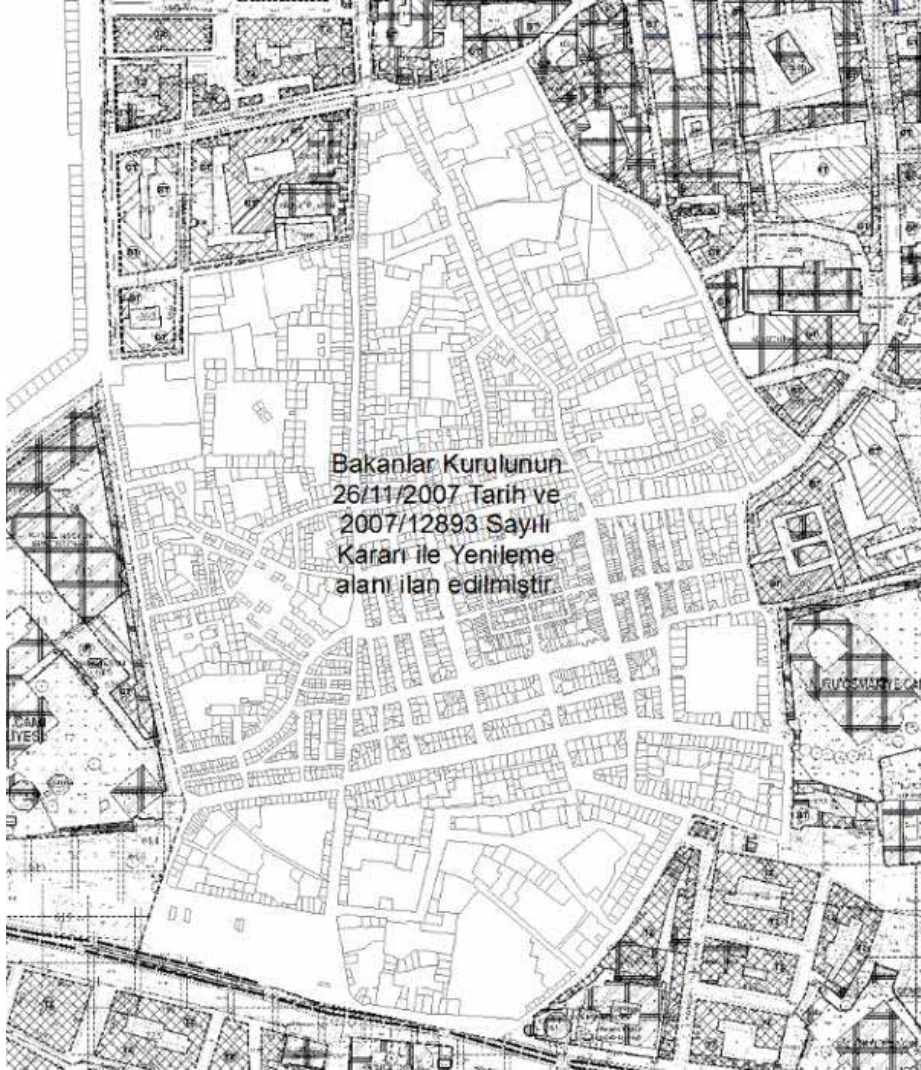
**Tablo 7.1.2.** Sahada Görüşme Yapılan ve Kayıt Altına Alınan Atölye, Usta Bilgilerini Gösterir Tablo

DİYARET EDİLEN TOPLAM NET ATÖLYE SAYISI	Usta Bilgileri				Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı		Usta Adı	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
59	1	2	3	06.11.13	U001	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	2	3	3	06.11.13	U002	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	3	3	3	14.11.13	U003	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	4	4	4	14.11.13	U004	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	5	5	5	20.11.13	U005	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
48	6	6	6	12.12.13	U006	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	7	7	7	15.12.13	U007	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	8	8	8	26.12.13	U008	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	9	9	9	30.12.13	U009	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	10	10	10	30.12.13	U010	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
57	11	11	11	30.12.13	U011	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	12	12	12	30.12.13	U012	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	13	13	13	30.12.13	U013	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	14	14	14	30.12.13	U014	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
	15	15	15	30.12.13	U015	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...

Tablo 7.1.3. Sahada Görüşme Yapılan Tüm Atölyeleri ve Kayıt Altına Alınan Atölye, Usta Bilgilerini Gösterir Tablo

## 7.2. PROJE SAHA SINIRLARI

Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin saha sınırları, bir ön kabul olarak Kapalıçarşı Kentsel Yenileme Alanı ile sınırları kapsamında oluşturulmuştur. Kapalıçarşı ve çevresi, 26.11.2007 tarih ve 2007/12893 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Yenileme Alanı ilan edilmiştir.



**Şekil 7.2.1.** Kapalıçarşı ve Hanlar Bölgesi Güncel Haritası, Fatih Belediyesi Coğrafi Bilgi Sistemleri İnteraktif Veritabanı (<https://gis.fatih.bel.tr>)

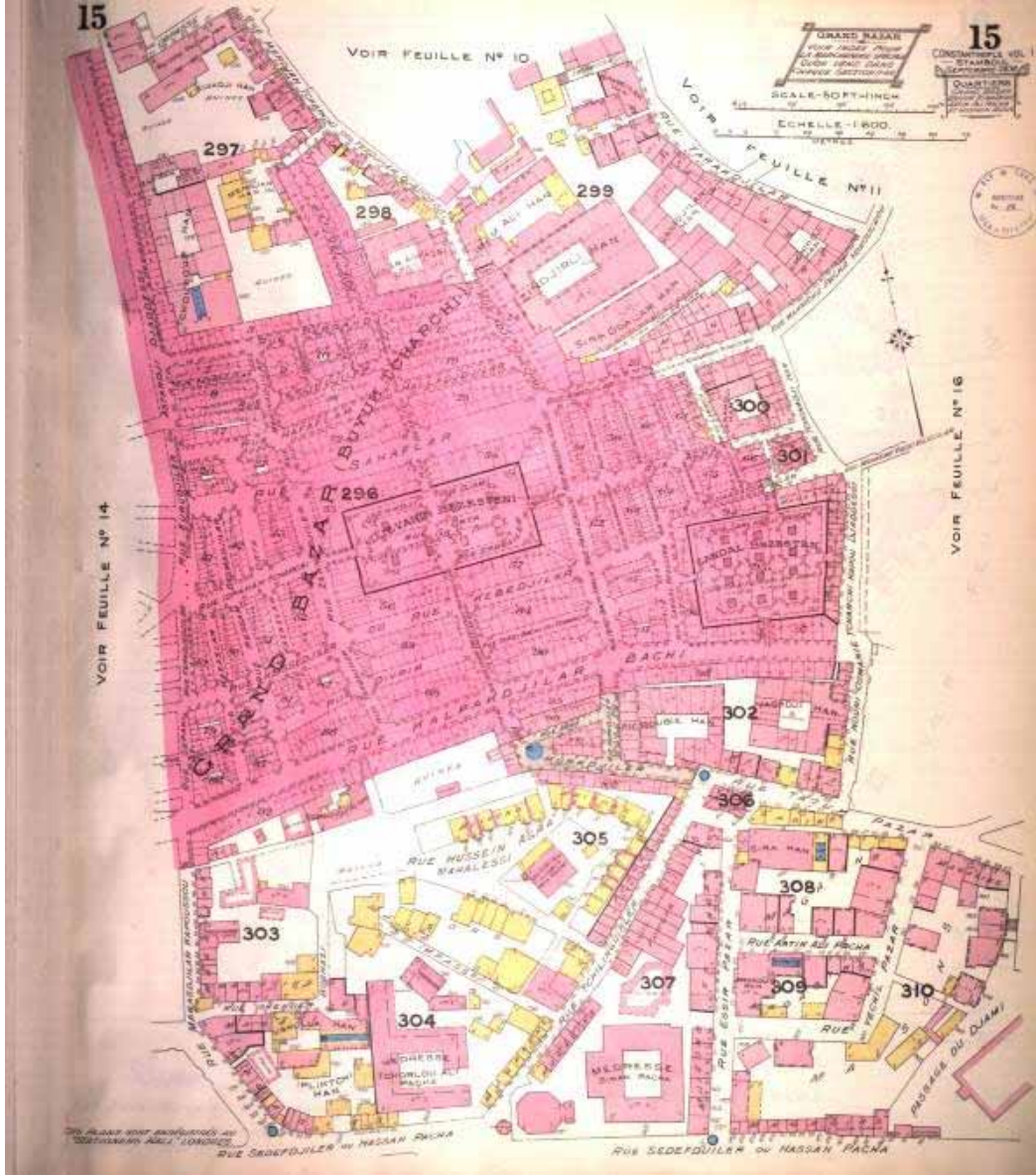
Kapalıçarşı ve alt bölgelerinde üretim yapan atölyelerin tamamı İstanbul Kuyumcular Odası'na kayıtlı değildir. Üretim atölyeleri aynı anda hem İKO'ya hem de İTO'ya üye olamamaktadırlar. Bu sebeple küçük ölçekli atölyelerin uzmanlık alanlarına, lokasyonlarına, konsantrasyon bölgelerine ve fiziksel organizasyonuna ilişkin veri, meslek odalarının da dahil olduğu herhangi bir sivil kuruluş tarafından da yapılmadığından, projeye doğrudan kaynaklık edebilecek sistemli bir veriye ulaşılamamıştır.

Proje kapsamında İKO yetkililerinden elde edilen bilgiye göre (e-mail İKO: 26.02.2015) Kapalıçarşı, Nuruosmaniye, Eminönü, Sultanahmet ve Çemberlitaş'tan Beyazıt'a kadar olan bölgede odaya kayıtlı toplam kuyumcu üretici sayısı 570'dir. Bu bölge içinde, özellikle tarihi önem taşıyan hanlarda yer alan kuyumcu sayıları şöyledir;

- Çuhacı Han: 24 adet kuyumcu-imalatçı, 9 adet kuyumcu-toptan satıcı, 5 adet kuyumcu-perakendeci,
- Zincirli Han: 8 adet kuyumcu-imalatçı, 3 adet kuyumcu-perakendeci,
- Yolgeçen Han: 1 adet kuyumcu-imalatçı, 2 adet kuyumcu-perakendeci,
- Vezir Han: 18 adet kuyumcu-imalatçı, 8 adet kuyumcu toptan-satıcı,
- Şeref Han: 19 adet kuyumcu toptan-satıcı, 11 adet kuyumcu-imalatçı,
- Divan-ı Ali Sokak'taki hanlarda toplam 10 adet kuyumcu-imalatçı, 5 adet gümüş imalatçısı,
- Tavuk Pazarı civarındaki hanlarda toplam 24 adet kuyumcu-imalatçı ve 11 adet kuyumcu-toptan satıcı,
- Kürkçüler Pazarı Sokak'ta yer alan hanlarda toplam 4 adet kuyumcu-imalatçı ve 6 adet kuyumcu toptan satıcı.

İKO oda kayıtlarında herhangi bir uzmanlık alanı sınıflandırması yapılmamaktadır. Odaya kayıt esnasında atölyenin, esnafın kuyumcu-imalatçı, kuyumcu-perakendeci ve kuyumcu-toptancı olarak sınıflandırılmasına dayalı olarak kayıt altına alınması söz konusudur. Bu sebeple hanlarda odaya kayıtlı atölyelerin uzmanlık yoğunluklarına göre envanterinin çıkartılması bu proje kapsamında mümkün olamamıştır.

Proje kapsamında, saha sınırlarına ilişkin eski tarihli haritalar tespit edilmiş, alanın geçirdiği fiziksel değişim araştırma sürecinde belgelenmiştir; 1904 tarihli Goad Haritası Şekil 7.2.2.'de izlenebilir. Kapalıçarşı, iki bedesten ve çevresinde zamanla oluşarak üzeri kapatılmış 67 sokak ve bir dizi hanla çevrelenmiş canlı bir ticaret merkezidir. Kapalıçarşı'nın etrafını çevreleyen hanlarda, çarşı için gerekli ürünlerin üretildiği atölyeler bulunur. 1894 depreminden önce çarşının bir parçası olan bu hanların büyük bir bölümü daha sonra dışarıda bırakılmıştır. Bunların başlıcaları Bodrum Hanı, Kaşıkçılar Hanı, Kalcı Hanı, Paçavracı Hanı, Sarnıçlı Han, Ali Paşa Hanı, Camili Han, Çuhacı Hanı, İç ve Dış Cebeci Hanları, Yağcı Hanı, Baltacı Hanı, Sorguçlu Han, Sepetçi Hanı, Pastırmacı Hanı, Mercan Ağa Hanı, Tarakçılar Hanı, Perdahçılar Hanı, Kızlarağası Hanı, İmamelî Han, Büyük ve Küçük Cebeci Hanları, Sarraf Hanı ve Yarım Taş Hanı idi. Bugün çarşı içinde kalan ya da sadece çarşı içinden girilebilen hanlar ise Astarıcı Hanı, Büyük ve Küçük Safran Hanları, Çukur Han, Evliya Hanı, Kebapçı Hanı, Kuyumcular Hanı, Mercan Ağa Hanı, Rabia Hanı, Sarraf Hanı, Varakçı Hanı, Yarım Taş Hanı, Yolgeçen Hanı ve Zincirli Han'dır. Geleneksel mimarisini koruyan Zincirli Han mücevher yapımcılarının yoğunlaştığı yer olarak tanımlanmaktadır (Gülersoy, 1994).



Şekil 7.2.2. Goad Haritası, 1904. Kapalıçarşı ve Hanlar Bölgesi

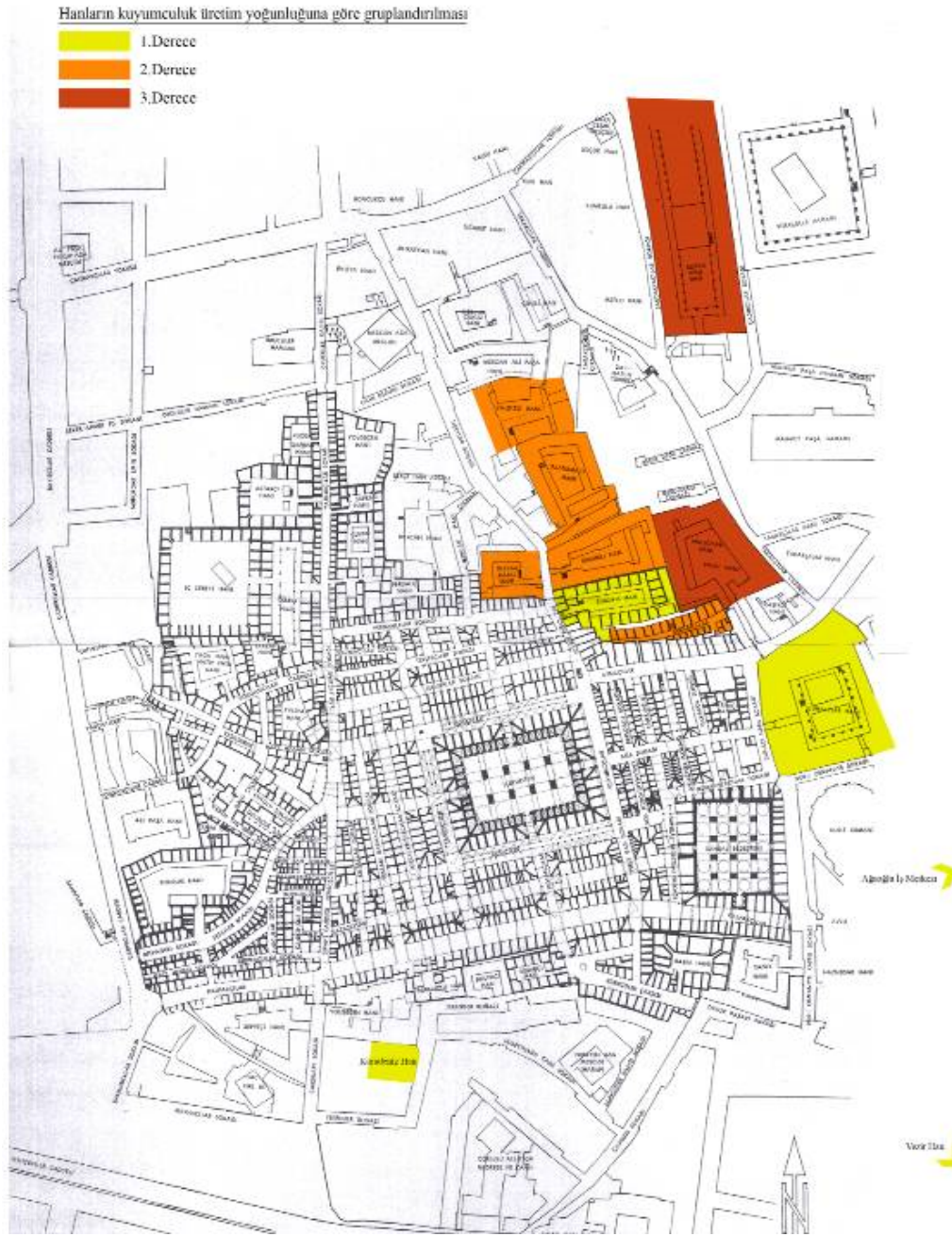
Kapalıçarşı ve hanlar bölgesindeki kuyumculuk faaliyetine ilişkin yapılmış en yakın tarihli çalışmada<sup>2</sup> yer alan ve kuyumculuk üretiminin en yoğun olarak görüldüğü ifade edilen *Çuhacı Han*, *Vezir Han*, *Ağaoğlu İş Merkezi*, *Pastırmacı Han* ve *İmamelî Han*'a ziyaretler yapılmış ve verinin doğruluğunun sağlanması için yerinde gözlemler yapılmıştır. Yapılan incelemeler sonucu bahsedilen hanların tamamında ifade edilen yoğunlukta kuyumculuk faaliyeti izlenmemiştir. Bu noktada Kapalıçarşı ve çevresinde bulunan hanların kuyumculuk üretim yoğunluğuna ve önem sırasına göre gruplandırılması yapılmıştır. Derecelendirme, hanın üretim ağına göre büyüklüğü, üretim kalitesi ve miktarı baz alınarak yapılmıştır. Proje kapsamında yapılan ziyaretlere göre Kapalıçarşı kuyumculuğu olarak

<sup>2</sup> MSGSÜ tarafından organize edilen "İstanbul'un Geleceği İçin Alternatif Öneriler" yarışmasında akademik kategoride yer alan "Zanaat eksenli canlandırma modeli 'Kuyumculuk Mahallesi'" başlıklı proje (2012).

adlandırılan yaratıcı faaliyetin kaynağı olarak nitelendirilen hanlar kuyumculuk üretimi yoğunluğuna, önem ve öncelik sırasına göre gruplandırılmıştır. Saha sınırları içinde yer alan hanlar ve hanların kuyumculuk üretim yoğunluğuna göre gruplandırılması Tablo 7.2.1.'de gösterilmiştir. Araştırmanın aktif olarak yürütüldüğü saha haritası Şekil 7.2.3.'de gösterilmektedir. Birinci derece hanlar sınıfında yer alan hanlardan Zincirli Han, Vezir Han, Çuhacı Han tarihi hanlar sınıfında yer alırken, Karadeniz Han ve Ağaoğlu İş Merkezi'nin tarihi bir uzantısı yoktur ve günümüz iş hanı standardına uygun bir organizasyonel yapı göstermektedir.

1. Derece Hanlar	2. Derece Hanlar	3. Derece Hanlar
Zincirli Han	Yıldızlı Han	Büyük Yeni Han
Vezir Han	Kızlar Ağası Hanı	Kalcılar Han
Karadeniz Han	İmameli Han	
Ağaoğlu İş Merkezi	Pastırmacı Han	
Çuhacı Han	Sıraodalar	

**Tablo 7.2.1.** Saha Sınırları içinde Yer Alan Hanlar ve Hanların Kuyumculuk Üretim Yoğunluğuna Göre Gruplandırılması



Şekil 7.2.3. Kapalıçarşı ve Çevresinde Mücevher Üretiminin Yapıldığı Hanlar ve Kuyumculuk Konsantrasyonuna Göre Hanların Gruplandırılmasını Gösterir Harita



### 7.3. SAHADA TOPLANAN VERİ TÜRLERİ VE DEĞERLENDİRME DOKÜMANLARI

Mücevher endüstrisi, ham maddesinin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Girişimcilik-ustalık-tasarım sacayağı bir üretim ağı içinde faaliyet göstermektedir. Üretim ağının merkezinde, ürüne biçimini veren, tüm üretim aşamalarının planlamasını yapan *sadekâr* adı verilen ve kuyumculuğu temsil eden usta bulunur. Bir ürünün ortaya çıkması için en az üç-dört tezgâhtan ve ustanın elinden geçmesi gerekir. Her biri kendi alanında usta üreticiler arasında kurulan üretim örgüsü, bu özellikli ortamın standartlaşamayacağına en büyük göstergesidir. Bu üretim geleneğinde bilgi aktarımı, deneyim yoluyla oluşan örtük bilginin (tacit knowledge) ortaya çıkmasıyla mümkün olur (Forsman ve Solitander, 2004). Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için tasarlanan kalitatif saha araştırmasında nitel araştırma yöntemleri kullanılarak programlı atölye ziyaretlerinde yüz yüze görüşmeler yapılmış, yapılan görüşmelerde *i) Ürüne, ii) Mekâna, iii) Tezgâh-teçhizata, iv) İnsan faktörüne* ait veri toplanmıştır. Araştırma projesinde toplanan verinin kaynağı, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri Bölüm 7.1.'de, Tablo 7.1.1.'de gösterilmiştir. Ürüne ait A Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyet vb. fiziksel özelliklerinin (*finiş*) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere kullanılmış; ürün analizleri vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Ürüne ait B Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere kullanılmış; ürün analizleri standart ve eşsiz değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Diğer taraftan, üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametreler, birim atölyedeki üreticinin ustalık derecesi kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilirken, insan faktörüne ilişkin B Grubu parametreler, ustanın geleneği sürdürme konusundaki hassasiyeti, ustalığının seviyesini geliştirmeye yönelik eğilimleri ve ustalık seviyesine erişmek için geçtiği eğitim sürecine ait verilerin yarı yapılandırılmış sözlü görüşme tekniğiyle elde edilmesi için kullanılmıştır. Bu çerçevede sahada veri toplamak üzere yedi adet form hazırlanmıştır.

#### 7.3.1. Form 01: Atölye-Usta Yaşayan İnsan Hazinesi Sınıflandırması

Bu form, yapılan görüşme esnasında ustanın UNESCO Yaşayan İnsan Hazinesi envanteri kriterlerini karşılayıp karşılamadığını ölçmek üzere oluşturulmuştur. Formda yer alan bilgi maddeleri, projeye başlandığı tarihte Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri kriterlerinden alıntılanarak oluşturulmuştur (URL-010). Formun bir örneği EK.01'de görülebilir.

### 7.3.2. Form 02: Ürün A

Bu form, yapılan görüşme esnasında ustanın bitmiş ürünü üzerinden niteliksel bir değerlendirme yapmak üzere oluşturulmuştur. Ürüne ait A Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyet, vb. fiziksel özelliklerinin (*finiş*) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere kullanılmış; vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Bu formdaki bilgiler görsel veriyle desteklenmektedir. Formun bir örneği EK.02'de görülebilir.

### 7.3.3. Form 03: Ürün B

Bu form, yapılan görüşme esnasında ustanın bitmiş ürünü ve/veya üretim aşamalarında yapılan gözlemler üzerinden niteliksel bir değerlendirme yapmak üzere oluşturulmuştur. Ürüne ait B Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere kullanılmış; ürün analizleri standart ve eşsiz değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Bu formdaki bilgiler görsel veriyle desteklenmektedir. Formun bir örneği EK.03'te görülebilir.

### 7.3.4. Form 04: Tezgâh-Teçhizat

Bu form, görüşmenin yapıldığı birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanımın, tezgâh ve teçhizatın, üretimi yapan kişinin ustalık derecesini ve üretimin karmaşıklığına olanak tanıyıp tanımadığı konusunda bir görüş oluşturmak üzere oluşturulmuştur. Üretimde kullanılan teknik donanım, özelleşmişlik derecesinin kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Bu formdaki bilgiler görsel veriyle desteklenmektedir. Formun bir örneği EK04'de görülebilir.

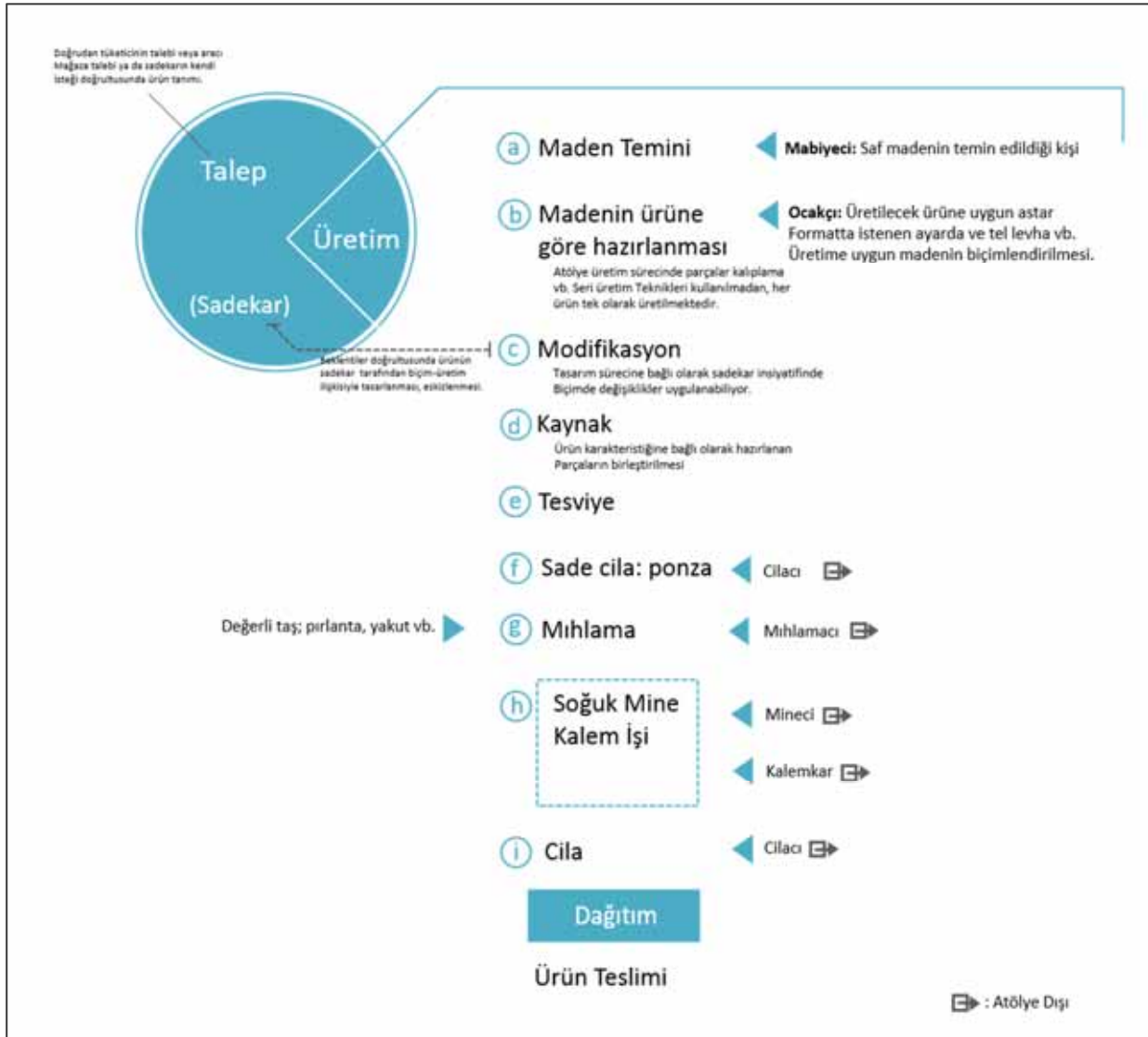
### 7.3.5. Form 05: Mekân-Üretim Ağı

Bu form, görüşmenin yapıldığı birim atölyede üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumunu belirlemek, atölye konumunun atölyeden çıkan ürünün genel üretim akış şemasındaki sırasıyla karşılaştırmalı olarak, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla üretim davranış haritalarının oluşturulmak üzere oluşturulmuştur. Formun bir örneği EK.05'de görülebilir.

### 7.3.6. Form 06: Üretim Akışı

Bu form, görüşmenin yapıldığı birim atölyede üretilen ürünün atölye ölçeği üretim akışı içindeki konumunun belirlenmesi için oluşturulmuştur. Form 05 ile birlikte değerlendirilmek üzere tasarlanan formda aynı zamanda ustanın ve atölyenin seri üretime yakınlığını ölçmek üzere bir madde de

eklenmiştir. Üretim akış şeması Şekil 7.3.6.1.'de görülmektedir. Formun bir örneği EK.06'da görülebilir.



Şekil 7.3.6.1. Mücevher Üretim Akış Şeması

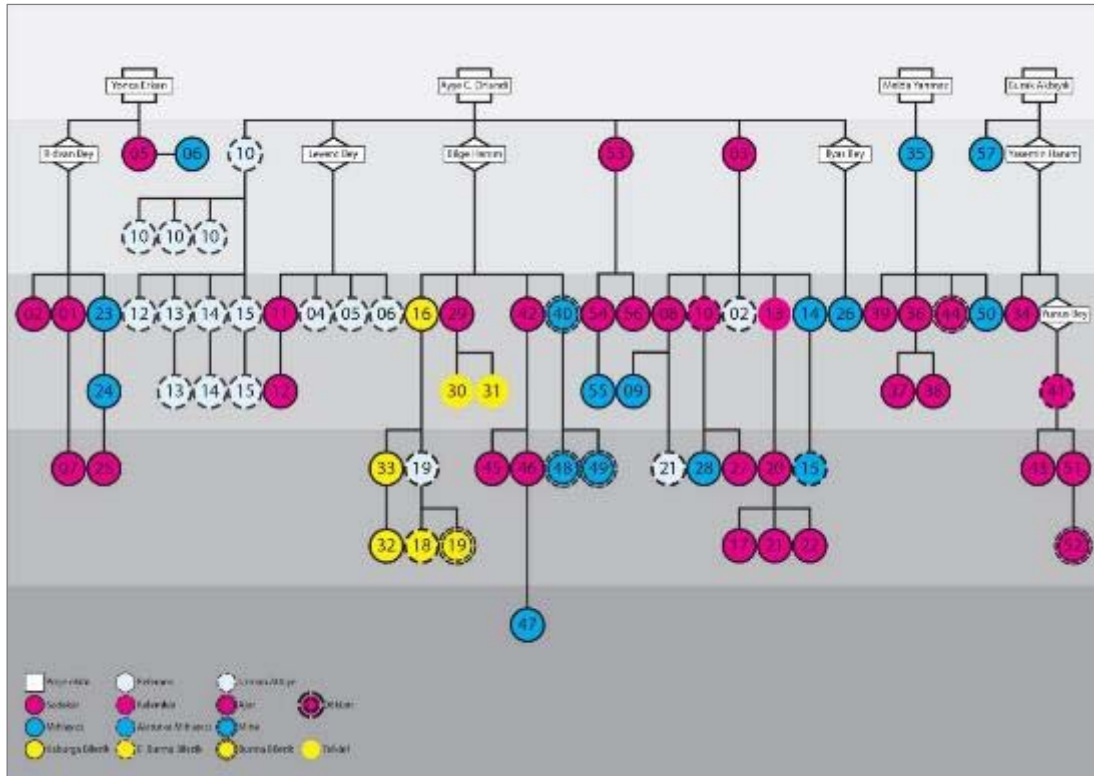
### 7.3.7. Form 07: Yarı Yapılandırılmış Sorular

Bu form, yapılan görüşme esnasında ustanın ustalık-çıraklık dönemine ilişkin detaylı bilgi almak, ustanın uzmanlığındaki üstünlüğünü konumlandırabilmek, kendisini ve uyguladığı teknikleri nasıl geliştirdiğini anlamak, tasarıma ve yeniliğe olan yatkınlığını ölçmek ve Kapalıçarşı'nın ustanın geleneğini sürdürebilmesi için taşıdığı değeri konumlandırmak üzere üç bölümden oluşan sorulardan oluşmaktadır. Bölümler sırasıyla *i) Usta/Çıraklık*, *ii) Mekân*, *iii) Köken* başlıklarından oluşmaktadır. Görüşmeler sohbet nitelikli yürütülmüştür. Görüşmeyi yapan proje ekip üyesi soru formunu takip ederek görüşmeyi açık uçlu olacak şekilde yönetmiştir. Sohbet esnasında görüşme yapılan kişinin izni

alınarak ses kaydı yapılmış, görüşme sonrasında ses kayıtlarının transkripsiyonu yapılmış, yapılan görüşmelerde elde edilen bilgiler soru formu başlıklarının altına gelecek şekilde düzenlenmiştir. Formun bir örneği EK.07’de görülebilir. Yarı yapılandırılmış sorulara verilen cevapları diğer formlarla birlikte değerlendirmeye olanak sağlayan Veri Değerlendirme Formu EK.09’da görülebilir.

## 8. SAHA VERİ İSTATİSTİKLERİ: TOPLANAN VERİ TÜRLERİ VE SAYISAL DEĞERLENDİRME

Proje döneminde sahada aktif olarak veri toplama, 27 Ekim 2013–27 Mart 2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Sahada veri toplanacak kişilere ulaşmak için kartopu örneklem oluşturma yöntemi benimsenmiştir. Atölye ziyaretleri yaklaşık bir hafta öncesinden atölye ve usta uygunluğuna göre randevu sistemiyle yürütüldüğünde sağlıklı veri toplamak mümkün olmuştur. Kartopu örneklem toplama yöntemi sınırlı özellikte gruba dâhil olan kişilere ulaşmada avantaj sağlayan bir yöntem olduğundan, proje tasarlanırken elde edilecek verinin kalitesine ilişkin herhangi bir tanım, sınırlama belirtilmemiş olmasına karşın, saha veri toplama süreci çoğunlukla el işçiliği yapan, geleneksel atölye üretim ortamı niteliklerini yansıtır örnekler üzerinden seyretmiştir.



Şekil 8.1. Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağını Gösterir Grafik I

Kartopu örneklem metoduyla, başlangıçta dört adet ‘tetikleyici bilirkişi<sup>1</sup> aracılığıyla toplamda 57 kişiye ulaşılmıştır. Sahada görüşülen kişilere çalışmanın amacı ve kapsamı açıklanarak, i) yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi çerçevesinde ses kaydı yapılmış, ii) üretim süreçleri ve ürünler fotoğraflanarak görsel dijital veri olarak toplanmış, iii) gerekli görüldüğü durumlarda üretim süreçleri ve ürünler için video kaydı yapılmıştır. Tüm ziyaretler, atölye sahibinin izni ve oluru alınarak yapılmıştır. Sahada aktif olarak

<sup>1</sup> İngilizcedeki ‘Trigger Expert’ tanımının karşılığı olarak kullanılmıştır.

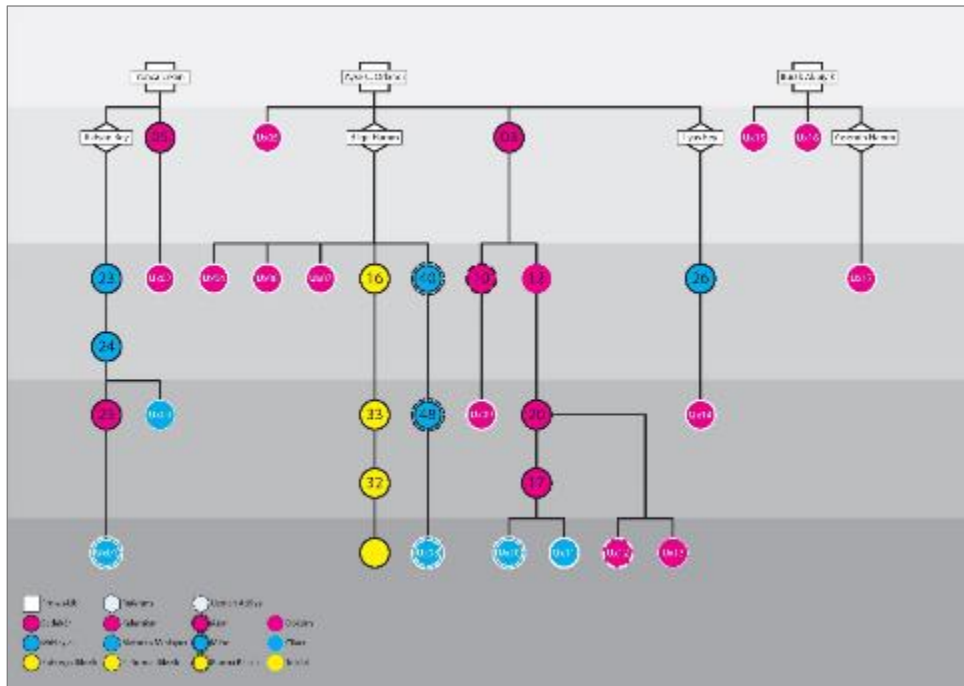
geçirilen süre sonunda, **sahaya toplamda 48 kere gidilmiş, 59 atölye ziyaret edilmiş ve toplam 57 usta veri toplama tekniklerinin tümü kullanılarak kayıt altına alınmıştır.**

Toplam 48 saha ziyareti süresince 222 video dosyasında 14 saat 22 dakika 26 saniye süren görsel hareketli veri toplanmış, usta portresi, üretim süreci, ürün ve mekânı belgelemek üzere toplam 7.880 kare fotoğraf çekilmiş, toplam 90 ses kaydı dosyasında 50 saat 26 dakika 48 saniye ses kaydı yapılmıştır (Tablo 8.1.). Sahada kayıt altına alına ustalarla yapılan görüşme süresi örneklem başına 53 dakika olmuştur.

Veri türü/Yıl	2013	2014	2015	Toplam
Foto (net)	1389	6257	234	7880
Ses (sa:dk:sn)	08:40:25	35:51:12	05:55:11	50:26:48
Video (sa:dk:sn)	00:36:28	12:29:13	01:16:45	14:22:26

**Tablo 8.1.** Sahada Toplanan Verinin Sayısal Grafiği

Kartopu yöntemi kullanılarak ulaşılan ve 27 Ekim 2013–27 Mart 2015 tarihleri arasında kayıt altına alınan usta sayısı 57'dir. Ancak, bu süre içinde bağlantı kurulan, görüşme yapılması programlanan fakat proje bitiş tarihi öncesi kayıt altına alınamayan ustalar da vardır; bu ustaların sayısı 17'dir. Bağlantı kurulmasına rağmen proje süresi içinde görüşülemeyen ustalar Şekil 8.2.'de gösterilmektedir.



**Şekil 8.2.** Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağını Gösterir Grafik II

Ses kayıtları, kayıt altına alınan ustalarla yapılan sözlü görüşmelerde ustaların sorulan sorulara verdikleri cevaplar ve kendi mesleki deneyimlerini paylaştıkları görüşlerden oluşmaktadır. Her saha ziyareti sonrasında kayıt altına alınan ustayla ilgili hem dijital hem yazılı dosya oluşturulmuştur. Sözlü görüşmelerde elde edilen bilgilerin transkripsiyonu yapılmış, cevaplar yapılandırılmış görüşme sorularının yer aldığı Form 7'de (EK07) yer alan sorularla senkronize olacak şekilde metin dosyalarına çevrilmiştir. Yapılan görüşmelerin ses kayıtlarında kod verilerek envantere dâhil edilen ustaların haricinde görüşme yapılan atölyedeki kuyumculuk alanında faaliyet gösteren diğer kişiler sayısal değerlendirmelere katılmamış, ancak proje bağlamı içinde konuyu netleştirmeye yönelik katkılarından dolayı görüş olarak içeriğe dâhil edilmişlerdir. Kendilerine kod verilmeyen, meslekten kişiler raporda isimleriyle anılmaktadır. Bilgisayar sisteminde veri dosyaları yıllara göre ana klasörlerde gruplanmış, daha sonra oluşturulan MS Office Excel programı kayıtlarıyla örtüşecek biçimde kodlama sistemi kullanılarak ay, sahaya çıkış sayısı, görüşme tarihi, görüşme mekânının kısaltması, usta kodu ve usta adı gibi alt parametrelerle sınıflandırılarak arşivlenmiştir. Sahada görüşme yapılan ve kayıt altına alınan atölye, usta bilgilerini gösterir güncel liste 7. Bölüm'de izlenebilmektedir.

Proje kapsamında İKO yetkililerinden elde edilen bilgiye göre (e-mail İKO: 26.02.2015) Kapalıçarşı, Nuruosmaniye, Eminönü, Sultanahmet ve Çemberlitaş'tan Beyazıt'a kadar olan bölgede odaya kayıtlı toplam kuyumcu-üretici sayısı 570'dir. Görüşme yapılan toplam usta sayısı odaya kayıtlı üretici sayısının %10'u kadardır. Odadan alınan sayı atölye sayısı olarak kabul edildiğinde ziyaret edilen toplam atölye sayısı, odaya kayıtlı üretici sayısının %10.35'i kadardır.

### **8.1. TOPLAM SAHA ZİYARETİ**

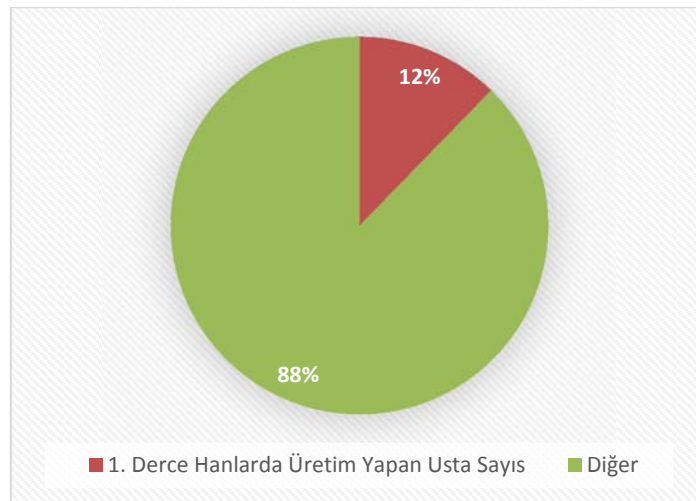
Proje dönemi içinde sahaya toplam 48 defa çıkılmıştır. Her saha ziyaretinde ustalarla görüşme yapılmış, üretim ağ haritasını çıkartmak ve yeni ustalar ile iletişime geçmek üzere yeni bağlantılar kurulmuştur. Ayrıca, eksik veri tamamlamak amacıyla bazı saha ziyaretleri aynı ustalara/atölyelere tekrar gidilerek gerçekleştirilmiştir. Yapılan toplam 48 saha ziyaretinin 23'ü tekrarlanmak suretiyle tam veri toplama gerçekleşmiştir. Her görüşme sonrası yeni usta ve atölyelerle bağlantı kurulmaya çalışılmıştır. Görüşmelerin tamamı önceden randevu alınarak gerçekleşmiştir; ancak, kimi durumlarda randevu alınmasına rağmen ustaların iş yoğunluğundan dolayı sahaya gidilmesine rağmen görüşme ve veri toplama gerçekleştirilememiştir. Bu durumda görüşme ileri bir tarihe ertelenmiş ya da iptal edilmiştir. Başarılı olamayan bu saha ziyaretlerinde yazılı, sesli ya da görsel bir kayıt oluşturulamamıştır. Özellikle veri toplamanın yaz aylarına denk geldiği dönemlerde, görüşme yapılacak kişilerin tatil, bayram vb. özel sebeplerinden ötürü randevularda ertelemeler olmuş, bu

dönemlerde veri toplama süreci sekteye uğramıştır. 27 Mart 2015 tarihine kadar gerçekleştirilen görüşme sayılarının hanlara göre dağılımı aşağıdaki tablodaki gibidir:

<i>Ziyaret Edilen Atölyenin Bulunduğu Han</i>	<i>Kayıt Altına Alınan Usta Sayısı</i>
<i>Han Dışı (HD)</i>	42
<i>Çuhacı Han (CHC)</i>	3
<i>Varakçı Han (VRKC)</i>	3
<i>Yıldızlı Han (YLDZL)</i>	3
<i>Karadeniz Han (KRDNZ)</i>	2
<i>Pastırmacı Han (PSTRMC)</i>	2
<i>Zincirli Han (ZNCRL)</i>	2

**Tablo 8.1.2.** Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı

Proje sahası sınırlarında üretim yapan atölyelerin uzmanlık alanlarına, lokasyonlarına, konsantrasyon bölgelerine ve fiziksel organizasyonlarına göre herhangi bir sivil kuruluş tarafından kayıt altına alınmıyor olmasından dolayı projeye doğrudan kaynaklık edebilecek sistemli ve güvenilir bir veriye ulaşılamamıştır. Bu sebeple veri toplama süreci proje başvurusunda hedeflendiği şekliyle, mekân odaklı yürütülmemiş, 7. Bölüm’de belirtildiği üzere, usta ve ürün niteliğine odaklı bir filtreleme yapmak üzere kartopu yöntemi benimsenmiştir. Bu süreç sonucunda elde edilen verinin kaynakları olan ustalar ve atölyelerinin lokasyon dağılımı Şekil 8.2.’de izlenebilmektedir. Lokasyon dağılımına bakıldığında kayıt altına alınan ustaların sadece 7’sinin yani %12’sinin 1. derece kuyumculuk üretim yoğunluğuna sahip hanlarda olduğu izlenmektedir (Şekil 8.1.2.).



**Şekil 8.1.2.** Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı





ustaların üretim ağı ve iş-akrabalık ilişkileri bulguların değerlendirildiği 9. Bölüm’de aktarılmaktadır.

### 8.3. TOPLAM USTA KAYDI

Proje dönemi içinde ziyaret edilen toplam 59 atölyede 57 kuyumcu ustası tüm veri toplama yöntemleri kullanılarak kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımı aşağıda gösterilmektedir.

<i>Ustanın Uzmanlık Alanı</i>	<i>Kayıtlı Usta Sayısı</i>
<i>Sadekâr</i>	28
<i>Mıhlayıcı</i>	12
<i>Mine</i>	3
<i>Kaburga Bilezik</i>	3
<i>Telkârî</i>	2
<i>Kalemkar + Sadekâr</i>	2
<i>Sadekâr + Ajur</i>	1
<i>Mıhlayıcı (Alaturka)</i>	1
<i>Kuyum Döküm</i>	1
<i>Kalemkâr + El Burma Bilezik</i>	1
<i>Kalemkâr</i>	1
<i>Burma Bilezik</i>	1
<i>Ajur</i>	1

**Tablo 8.3.1.** Kayıt Altına Alınan Ustaların Uzmanlık Konsantrasyonuna Göre Dağılım

Proje kapsamında ağ haritası oluşturması ve farklı üretim alanlarının da yakından tespit edilmesi sürecinde kayıt altına alınan usta sayısı ile tanışılan, görüşülen usta sayısı farklılık göstermiştir. Sahaya gidilen her görüşmede çeşitli alanlardan üretim ortamları ziyaret edilmiştir. Tablo 8.3.2 toplam ziyaretler neticesinde izlenen uzmanlık alanlarını göstermektedir.

<i>Ustanın Uzmanlık Alanı</i>	<i>Toplam Ziyaret</i>	<i>Kayıtlı Usta Sayısı</i>
<i>Ajur</i>	1	1
<i>Astar (Silindir)</i>	1	
<i>Burma Bilezik</i>	2	1
<i>Cilacı</i>	1	

<i>Değerli Taşçı</i>	1	
<i>Gümüş Kupa</i>	1	
<i>Gümüş Objeler</i>	8	
<i>Kaburga Bilezik</i>	3	3
<i>Kalemkâr</i>	2	1
<i>Kalemkâr + El Burma Bilezik</i>	1	1
<i>Kalemkar + Sadekâr</i>	2	2
<i>Kaplama + Polisaj</i>	2	
<i>Kum Döküm</i>	3	
<i>Kuyum Döküm</i>	1	1
<i>Kuyum Tamiri</i>	1	
<i>Mıhlayıcı</i>	14	12
<i>Mıhlayıcı (Alaturka)</i>	1	1
<i>Mıhlayıcı (Mikro)</i>	1	
<i>Mine</i>	3	3
<i>Ocakçı</i>	2	
<i>Sadekâr</i>	28	28
<i>Sadekâr + Ajur</i>	1	1
<i>Sıvamacı</i>	1	
<i>Telkârî</i>	2	2
<b>TOPLAM</b>	<b>83</b>	<b>57</b>

**Tablo 8.3.2.** Toplam Ziyaretler Sonucunda İzlenen Uzmanlık Alanlarını Gösterir Tablo

## 8.4. GÖRSEL VERİ ÖRNEKLERİ

### 8.4.1. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örnekleri

Ürün: Yüzük

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U25, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 22/04/14, 13:42



Resim 8.4.1.1. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği I

Ürün: Kolye-Madalyon

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U010, Kalemkâr

Veri Tarihi ve Saati: 06/01/14, 13:29



Resim 8.4.1.2. İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği II

Ürün: Kolye-Madalyon  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U035A, Mihlayıcı  
Veri Tarihi ve Saati: 14/08/14, 10:14



**Resim 8.4.1.3.** İnovasyon Potansiyeli Yüksek Ürün Örneği III

#### **8.4.2. İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örnekleri**

Ürün: Muhtelif, gümüş  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U011, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 07/02/14, 16:41



**Resim 8.4.2.1.** İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği I

Ürün: Muhtelif, gümüş  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U004, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 18/11/13, 13:46



**Resim 8.4.2.2.** İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği II

Ürün: Muhtelif, gümüş  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U13, Dökümcü  
Veri Tarihi ve Saati: 05/03/14, 12:24



**Resim 8.4.2.3.** İnovasyon Potansiyeli Düşük Ürün Örneği III

### 8.4.3. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel Örnekler

Atölye: Biriz Kuyumculuk  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U002, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 04/11/13, 16:37



Resim 8.4.3.1. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel I

Atölye: Selçuk Kuyumculuk Atölyesi  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U007, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 30/12/13, 14:54



Resim 8.4.3.2. Üretim Ortamını Yansıtır Görsel II

---

Atölye: Arslanyan Kuyumculuk  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U003, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 14/11/13, 16:39



**Resim 8.4.3.3.** Üretim Ortamını Yansıtır Görsel III

#### **8.4.4. Üretim Sürecini Gösterir Görsel Örnekler**

---

Tel Testere İle Ajur Açma İşlemi  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U007, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 30/12/13, 15:59



**Resim 8.4.4.1.** Üretim Sürecini Gösterir Örnek I: *Tel Testere İle Ajur Açma İşlemi*



---

Mıhlama

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U047, Mıhlayıcı

Veri Tarihi ve Saati: 22/10/14, 15:59



**Resim 8.4.4.2.** Üretim Sürecini Gösterir Örnek II: *Mıhlama*

---

Kalem İşi

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U010, Kalemkâr

Veri Tarihi ve Saati: 22/15/14, 15:59



**Resim 8.4.4.3.** Üretim Sürecini Gösterir Örnek III: *Kalem İşi*

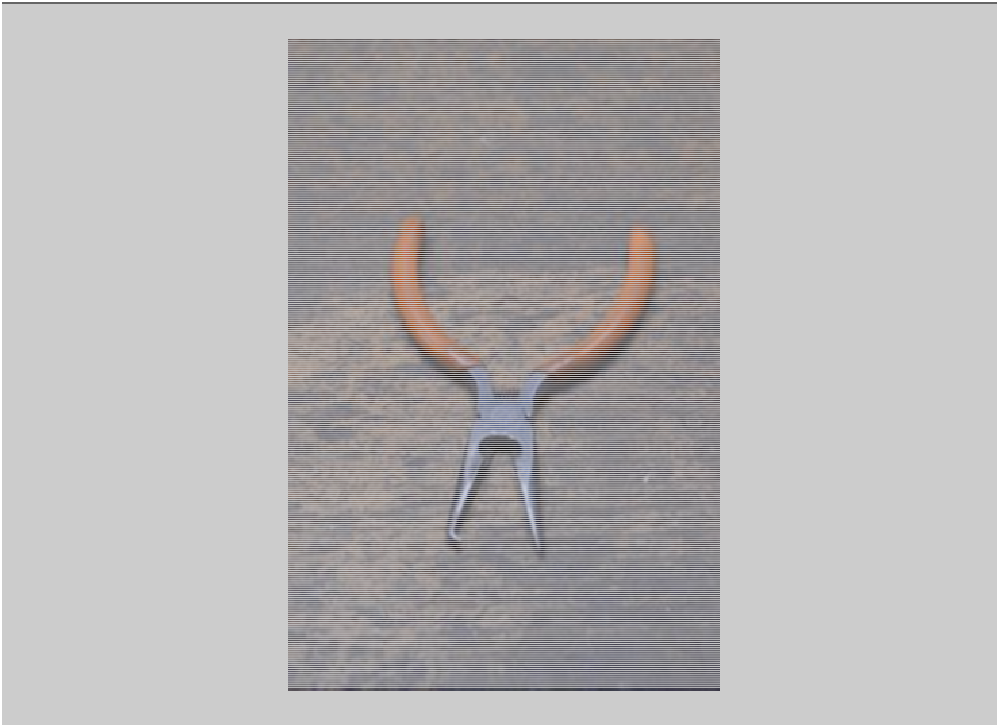
#### 8.4.5. Özelleşmiş Alet ve Teçhizatı Gösterir Görsel Veri Örnekleri

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U016, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 09/04/14, 15:26



**Resim 8.4.5.1.** Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği I

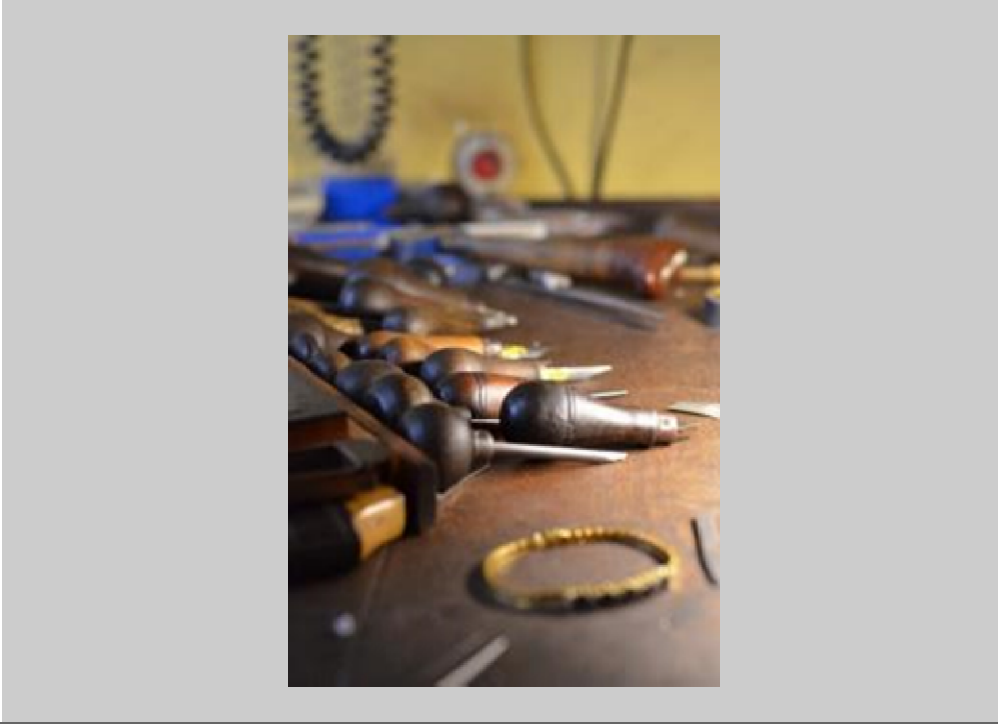
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U011, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 7/02/14, 16:40



**Resim 8.4.5.2.** Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği II

---

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U015, Alaturka Mihlayıcı  
Veri Tarihi ve Saati: 05/03/14, 16:51



**Resim 8.4.5.3.** Özelleşmiş Alet ve Teçhizat Örneği III

## 9. SAHA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin amacı; Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda geleneksel yöntemleri kullanarak üretim yapan ustaların el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin saptanması ve bu geleneksel zanaat ürünlerinin görsel envanterinin oluşturulmasıdır. Zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için tasarlanan kalitatif saha araştırması sürecinde nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmış, yapılan görüşmelerde *i) Ürüne, ii) Mekâna, iii) Tezgâh-teçhizata, iv) İnsan faktörüne* ait veri toplanmıştır. Araştırma projesinde toplanan verinin kaynağı, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri Bölüm 7.1.'de, Tablo 7.1.1.'de açıklanmıştır. Bu bölümde saha araştırması bulguları veri sınıflandırmalarına göre aktarılacak, çeşitli veri türleri aracılığıyla elde edilen bulgular alt başlıklar halinde sayısal grafiklerle desteklenerek değerlendirilecektir.

### 9.1. ÜRÜNE DAYALI BULGULAR

Proje saha araştırması sürecinde ürüne ait parametreler iki grup altında toplanmış ve değerlendirilmiştir. Bunlardan A Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyet vb. fiziksel özelliklerinin (finiş) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere oluşturulmuş; ürün analizleri vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Ürüne ait B Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere oluşturulmuş; ürün analizleri standart ve eşsiz değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler çoğunlukla bitmiş ürün üzerinden yapılmış, ürünlere ait görsel envanter oluşturulmuştur. Tüm değerlendirmeler her görüşme sonrası tüm proje ekibi üyelerinin katılımıyla doğrulanarak yapılmıştır. Ürüne ait parametreler daha önce mücevher tasarımında ve üretiminde inovasyon kriterleri olarak da belirlenen başlıklar altında oluşturulmuştur. Mücevher tasarımında inovasyon kaynakları Bölüm 3.3.'de aktarılmıştır. Değerlendirme parametreleri Tablo 9.1.1.'de izlenebilmektedir.

		Vasat			Mükemmel	
		1	2	3	4	5
I.	Ürüne ait A-B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi (Form2-3)	i. Tek ve eşsiz parça				
		ii. Ürün karmaşıklık seviyesi				
		iii. İşçilik kalitesi				
II.	Ürün dili / ustanın Ar-Ge yapmaya yatkınlığı	iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma				
		v. Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma				
		vi. Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme				
		vii. Dışarıdan gelen girdilerle kendi yaratıcılığını ifade edebilme				
III.		viii. Çağdaş ürün dili taşıma				

**Tablo 9.1.1.** Kayıt Altına Alınan Ustaların İnovasyon Potansiyeli Değerlendirme Kriterleri

I. grupta yer alan parametreler doğrudan üretim sürecinde gösterilen hassasiyete yönelik parametreleri kapsamaktadır. Birim ustanın bitmiş ürünleri, vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden 1 ile 5 arasında değerlendirilmiştir. II. grupta yer alan parametreler aracılığıyla, ustanın Ar-Ge yapma becerisini konumlandırmak üzere bitmiş ürün üzerinden iv) *Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma(ürün)*, v) *Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma(usta+ürün)*, vi) *Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme(usta+ürün)*, vii) *Dışarıdan gelen girdilerle kendi yaratıcılığını ifade edebilme (usta+ürün)* gibi başlıklar altında değer okuması yapılmış, ustalar ürünleri aracılığıyla vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden 1 ile 5 arasında değerlendirilmiştir.



## Geleneksel Karşısında Çağdaş Ürün Dili

Küresel pazarlarda ürün farklılaşmasına yönelik benimsenmesi gereken önemli unsurlardan bir tanesi de *'ürün dili'*dir. III. grupta yer alan parametreler aracılığıyla ürünler ürün dili açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirildiğinde, ustaların çoğunluğunun I. grupta yer alan ve doğrudan üretim sürecinde gösterilen hassasiyete yönelik parametreler çerçevesinde yüksek değerde üretim yaptıkları izlenmektedir. Diğer taraftan tüm ustalar Ar-Ge yapma becerileri çerçevesinde değerlendirildiklerinde, II.Grup parametrelerde düşük değerde üretim yapan ustaların çağdaş ürün dilini yakalamada da düşük değer aldıkları izlenmektedir (Tablo 9.1.2.). 'Geleneksel ürün' niteliğiyle sınıflanan ürünler; taşıdıkları biçimsel öğelerin hiçbir yoruma uğramadan, doğrudan geleneğin taşıyıcısı olarak şekillendiği ürünler **'geleneksel ürün dili taşıyıcısı'** olarak açıklanırken, geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan, üreticisi, yaratıcısı tarafından yorum katılmış biçim-malzeme-kullanım ilişkisinin izlendiği örnekler **'çağdaş ürün dili taşıyıcısı'** olarak sınıflandırılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda inovasyon değeri yüksek ürünler arasında belirlenen geleneksel ürün dili taşıyan ürün örneği ve çağdaş tasarım dili taşıyan ürün örnekleri Resim 9.1.1. ve Resim 9.1.2.'de gösterilmektedir.

Ürün: Madalyon

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U39, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 26/06/14, 12:04



**Resim 9.1.1.** Kayıt Altına Alınan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Geleneksel Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği

Ürün: Yüzük

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U25, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 22/04/14, 13:42



**Resim 9.1.2.** Kayıt Altına Alınan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği

### **Teknolojiye Rağmen ve Teknolojiyle Birlikte Tasarımda Yenilik Arayışı**

Teknoloji artan bir hızla üretimin parçası olmaktadır. Teknolojinin ve seri üretim tekniklerinin geleneksel el işçiliğine göre daha tercih edilir olmasının arka planında hızlı talep karşılama, daha kolay ve az maliyetli üretim yapabilme dinamiklerinin olduğu izlenmiştir. Yüzyılların üretim geleneği Kapalıçarşı'da ustadan çırağa aktarılarak yaşatılıyor olmasına rağmen, gelişen teknolojinin etkileri ile geleneksel üretim yöntemleri eski yaygınlığını yitirmeye başlamıştır. Sahada yapılan çalışmalar, eskiden el işiyle karşılanan talebin belli bir kesiminin seri üretim ile karşılandığını göstermektedir. El işine olan talep, teknolojinin sağlayamadığı katma değere önem veren daha seçkin bir kesimle sınırlı kalmıştır.

*... O kadar değer vermiyorlar ki. Yeter ki ürün güzel olsun, ucuz olsun, takabilelim. Yani sanata olan saygı kalmadı artık. Sanatla bu sanatı devam ettiren insan bugünkü şartlarda aç kalır. Biz çünkü bu meslekle belirli bir yere gelmişizdir. Sadekârlıkla bir yere gelmişizdir. Ama şu anda sadekârlık yapan insan ekmeğini zor çıkartır yani. Ailesini geçindiremez. Çok zor geçindirir.*

...

*Mağazacıya vermiyoruz. Çünkü neden?... Mağazacıya vermiyoruz, kendi ev müşterilerimiz, özel müşterilerimiz var. Onlar geldiği zaman sunuyoruz. İşte belli ürünlerimiz olduğunu... Meraklısı olan zaten hoşuna gidiyorsa zaten sıkıntı yok.” Usta Kodu: U042, Görüşme Tarihi: 15.09.14*



Bu katma değer, makine ile sağlanamayan yüzey kalitesini sağlayan kalem işi ürünlerde, ajur işlerinde, her biri farklı boyutta olduğu için el ile üretilen doğal taşlı ürünlerde, makine üretiminde taş mihlanması mümkün olmayan kimi ürünlerde, *tirelenerek*<sup>1</sup> parlatılan ürünlerde, el işi ile üretilen kazayağı yüzükler gibi ürünlerde görülmektedir. Günümüzde 3B yazıcılar, döküm tekniklerindeki gelişmeler, ustalık gerektirmeyen fiyat avantajlı vasat ürünlerle rekabet gibi sebeplerden dolayı gelirleri olumsuz etkilenen ustaların uzmanlıklarında azalma yaşanmaktadır. Kimi ustalar yukarıda sayılan sebeplerden dolayı beş ile on yıl arasında mesleklerinin tamamen yok olacağını düşünmektedirler.

*“...İki üç senelik insanlar görünür oluyorlar ama biz yok oluyoruz. Biz ancak TRT belgesellerinde kalacağız.” Usta Kodu: U001, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

Sahada görüşülen 57 ustanın 27’si (%53) bilgisayar destekli üretim yaparken, 30’u (%47) üretimde bilgisayar desteği kullanmamaktadır. Kayıt altına alınan ustaların bilgisayar destekli üretim yapma oranlarını gösterir sayısal grafik Tablo 9.1.3.’de görülmektedir.



**Tablo 9.1.3.** Kayıt Altına Alınan Ustaların Bilgisayar Destekli Üretim Yapma Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik

### El Üretiminin Katma Değeri

Günümüz piyasa koşullarında el işçiliğiyle yapılan üretim, hem ekonomik açıdan hem de üretim hızı açısından tercih edilmemektedir. Mücevher üretimi, ham maddesinin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Bu sebeple, nihai ürünün kendisi işin sermayesini

<sup>1</sup> “Tire çekerek cila yapmak”, nesli tükenmekte olan bir cilalama tekniğidir. Günümüzde kuyumculuk tekniklerini aktaran hiçbir kaynakta yer almamaktadır. Yapılan görüşmelerde kaybolmaya yüz tutmuş tekniklerden biri olarak karşılaşılmıştır.

oluşturmaktadır ve bu da ürünün tasarım değerinin ötesinde maddesel değeriyle önem kazanması durumunu beraberinde getirir. Yeni üretim teknolojileri el işçiliğiyle üretilen ürünleri daha ince cidarlı, daha hafif ve dolayısıyla daha düşük maliyetle üretime olanak sağladığından fiyat üstünlüğüyle rekabet avantajını destekler nitelikli bir sistemi de sunmaktadır.

*“[Gösterdiği tasarımı kastederek] Tamamen el yapımı... Ancak şöyle bir durum var zamana da ayak uydurduğumuz için Matrix programı ile bunu çiziyorum. Bilgisayarda da olsa tek üretim el yapımı ve kesinlikle seri üretim yapmıyorum. Bundan bana 20 tane yap bile dese yapmıyorum. Prensip olarak belki yanlış yapıyorum ama böyle. Sebebine gelince şimdi bunu böyle bir şey düşünmek, tasarlamak, çizmek, yapmak, rölyefini vermek makinede de olsa o görüşü yansıtmak bayağı bir zaman alan bir şey. Bunun parasal bir karşılığı yok. Bunu ben yaptığım zaman 30–40 tane adam alacak koyacak teraziye hiç bir şeyden anlamayan daha 6–8 senelik insanlar satacak onu.” Usta Kodu: U001, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

Piyasa talepleri doğrultusunda el üretiminin katma değerini takdir kabiliyeti azalmaktadır, bu da kar odaklı bir yaklaşım doğurmuştur. Yapılan gözlemler, piyasanın el üretiminin katma değerini takdir kabiliyetinin azalmakta olduğunu göstermektedir. Bu da el üretimi yapan ustaları seri üretime, dolayısıyla kâr odaklı bir yaklaşımla üretmeye yönlendirmektedir. Tespit edilebilen örneklerde yerli piyasa için üretilen malların, dış piyasa için üretilenden farklılaştığı gözlenmiştir. U40 kodla görüşme yapılan usta, el işçiliğinin makine üretimine teslim oluşunu şöyle anlatmaktadır:

*“Sektör... Mecbur... Mecbur tabi. Çünkü daha çabuk. Daha hızlı. Çünkü eskiden misal olarak biz ustamızın zamanında çalıştığımız zaman alyans yapardık, taşlı alyanslar yapardık. Eski alyanslar yapardık. O alyanslardan 150 tane anca çıkartabilirdik. Ama bugünkü şartlarda... 1 haftada yani 150 tane elde yapıyorduk dört kişi- beş kişi. Ama şimdiki zamanda şeyin kalıbı çıktıktan sonra belki günde 250 tane yaparsınız. Ama makina tamamen.” Usta Kodu: U040, Görüşme Tarihi: 15.09.14*

Aynı ustanın seri üretim teknikleri kullanarak yüksek sayıda ürettiği piyasa ürünüyle, el işçiliği kullanarak tek parça olarak ürettiği ürünü karşılaştırmalı olarak Resim 9.1.3.'de gösterilmektedir.

Ürün: Kolye

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U040, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 15/09/14, 14:02



**Resim 9.1.3.** U040 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın İşlerinden Örnekler

Yapılan görüşmelerde karşımıza çıkan bir görüş, tasarımın önemine vurgu yaparken üretim tekniklerinin ve teknolojilerin ikinci planda değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmiş, tasarım fikrini her şeyin üstünde bir beceri olarak konumlandırmıştır.

### **Eşsiz Ürün vs. Seri Üretim**

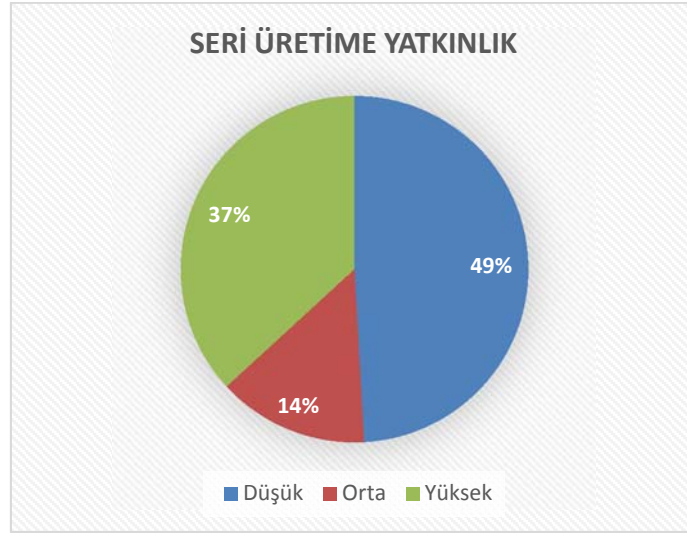
İnovasyon kriterleri arasında üst sıralarda yer alan ‘eşsizlik’ kriteri, el işçiliği karşısında makine üretiminin bir karşıtlık unsuru olarak yorumlanmasına sebebiyet vermektedir. Oysa ki küresel pazarlarda rekabet edebilirlik koşulları arasında yer alan ‘eşsizlik’ vurgusu doğrudan el işçiliğindeki üstünlüğe işaret etmektedir.

*“En kötü el işçiliği bile en iyi makine işinden daha iyidir. Elle yapılan ufak hatalar bile göze güzel gelir. Örneğin bir ürünün biraz yamuk olması benim hoşuma gider çünkü el işçiliğiyle yapıldığını anlarım. Bazen makineyle yapılan bir işi bile düzeltirken de temizlerken de bozar zaten, elin emeğini yansıtır.” Usta Kodu: U001, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

*“Üzerinde altın, pırlanta da vardır ama mücevher değil. Aynı işten binlerce var. Bu bir mücevher; çünkü bundan bir tane daha yok.” Usta Kodu: U028, Görüşme Tarihi: 03.06.14*

Sahada görüşülen 57 ustanın 28’i (%49) seri üretime düşük seviyede yatkındır. Yüksek oranda seri üretime yatkınlığı olan ustaların sayısı 21 (%37) olarak belirlenmiştir. Orta düzeyde yatkınlığı olan

ustaların sayısı ise 8'dir (%14). Yüksek derecede yetkinlik; bir parçadan 21 ya da üzeri kopya yapıldığı durumu, orta derecede yetkinlik bir parçadan 4–20 adet kopya yapıldığı durumu, düşük düzeyde yetkinlik bir parçadan 0–3 adet kopya yapıldığı durumu tarif etmektedir. Kayıt alınan ustaların seri üretime yetkinlik oranlarını gösterir sayısal grafik Tablo 9.1.4.'de görülmektedir.



**Tablo 9.1.4.** Kayıt Alınan Ustaların Seri Üretime Yetkinlik Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik

#### **Yeni Ürün Geliştirmede Esin Kaynakları**

Sahada ustalarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde ustalara yeni ürün geliştirirken nerelerden beslendiklerine, ilham aldıklarına ilişkin sorular yöneltilmiştir. Verilen açık uçlu sorulardan elde edilen sonuçlar altı başlık altında toplanmış, bu başlıklar altında değerlendirilemeyecek cevaplar, 7. seçenek olan 'Diğer' seçeneği altında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda; ustaların %64'ü bu soruya cevap vermezken, %17'si hiçbir yerden beslenmediğini ifade etmiştir. Geri kalan usta grubu içindeki %5'lik dilimi oluşturan 6 usta fuarlardan beslendiğini ifade etmiştir. Hiç kimse kendi ustasının kullandığı modelleri referans göstermezken, bazı ustalar aynı alanda çalışan diğer arkadaşlarından etkilendiğini ifade etmektedir. Ek olarak doğa, tarih kültür, gündelik hayat ve çevre ustaların ilham kaynakları olarak öne çıkmaktadır. Yanıtlar arasında en ilgi çeken; proje envanterine U039 kodla kaydedilen ustanın değerlendirmesidir. Bu usta, yanıtında müzik teorisinde yer alan soyut kavramları ürünlerine yansıttığından bahsetmektedir:

“Ben sanatın bütün dallarını severim. Mesela müzikten tutun, müziğin bazı terimlerini kendi yaptığım ürünün parçalarında kullanıyorum mesela. Detone olmuş derler örneğin, sesi güzel olan bir şeyin sesi bozulduğu zaman. Ben bu detoneyi mesela bir purlanta kesiminde kullanıyorum. Şu gördüğümüz taş da detone dediğimiz taştır. Gayri nizami olan, simetrisi olmayan. Mesela mezo tekniği diye müzikte bir mezo var, inişleri ve çıkışları olan, bu mezo tekniklerini de ben bazı parçalarımda kullanmışımdır. Şimdi şunun ismini örneğin mezo çiçekleri olarak kullandım.” Usta Kodu: U039, Görüşme Tarihi: 26.06.14

Ustaların yeni ürün geliştirme süreçlerindeki esin kaynaklarının sayısal değerlendirmesi Tablo 9.1.5.’te izlenebilmektedir.



**Tablo 9.1.5.** Kayıt Altına Alınan Ustaların Yeni Ürün Geliştirme Süreçlerinde Esin Kaynaklarını Gösterir Sayısal Grafik

**“Avrupa (İtalya) ile aynı, hatta işçiliği daha yüksek ürünler çıkarıyoruz ama değeri bilinmiyor.”**

Saha ziyaretlerinde yapılan görüşmelerde ustalar Kapalıçarşı ve çevresindeki atölyelerin işçilik kabiliyetinin ve kültürünün değerinin bilinmemesinden bahsetmektedir. Yurt dışındaki çalışmalarını inceleme fırsatı bulabilen ustaların karşılaştırmasına göre işçiliği daha az olan yurtdışındaki ürünler

bile buradaki işçiliği fazla olan ürünlere oranla çok daha yüksek fiyatlara satılmaktadır. A010 kodla kayıt altına alınan tesviye ustası, burada imal edilen bir ürünün gramı 2,52 liraya satılırken benzer ürünün gramının İtalya'da 20 liraya kadar çıkabildiğinden ve ürünler karşılaştırıldığında aralarında kalite farkının bulunmadığından bahsetmektedir. Ustalar ayrıca reklam yapma konusunda eksik olduklarından, uluslararası alanda Kapalıçarşı kültürünün iyi bilinmemesinden ve tanıtılmamasından bahsetmektedirler. Görüşmeler esnasında kayıt altına alınmayan ancak kendi profesyonel çevresinde kendini "mücevher koçu" olarak tanımlayan Rıdvan Gürün, müşterinin talebin yaratılmasındaki rolüne dikkat çekerken, benzer ürünler için Avrupa'daki satış fiyatının, Kapalıçarşı'daki satış fiyatından 10 kat fazla olduğunu belirtmektedir:

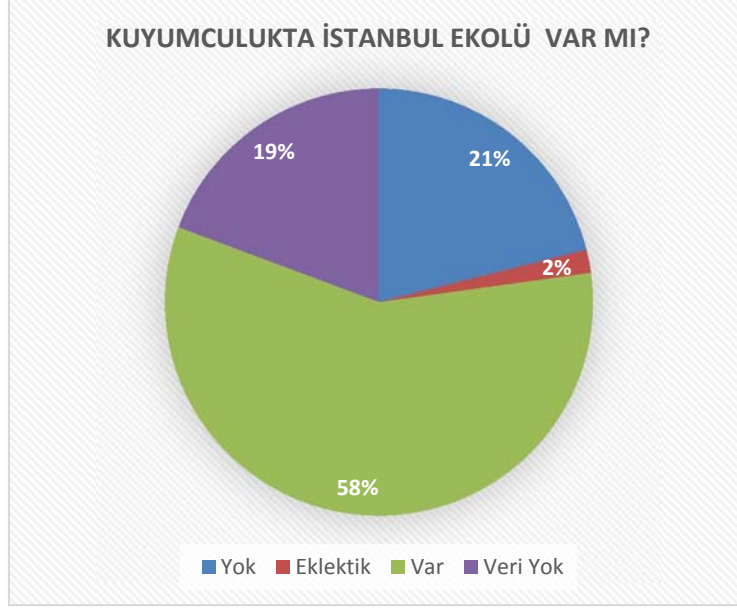
*"[Kazayağı yüzüğü kastederek] ...Bu yüzük sadece serçe parmağına takılır. Müşteri geldiğinde eğer bunu serçe parmağına takıyorsa ona bu yüzüğü daha farklı anlatırız çünkü biliyordur. Bu yüzüğü Avrupa'da da yapabilirler ama burada 2000 TL ye satarsan Avrupa'da 20000'e (TL) satarlar. Rıdvan Gürün, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

### **Kuyumculukta İstanbul Ekolü**

Proje kapsamında ustalarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde Kapalıçarşı kuyumculuğunu temsil niteliği olan teknik, malzeme ve veya ürün tipolojilerine ilişkin ustaların görüşleri alınmıştır. Literatürde İstanbul Ekolü olarak ifade edilen kuyumculuk tekniklerinin coğrafi işaret olarak ayırt edici özelliğe sahip ürünlere dönüşme potansiyelini belirlemek üzere sahadan veri toplanmıştır. Sahada görüşülen 57 ustanın 33'ü (%58) İstanbul ekolünün temsilcisi ürünlerin ve tekniklerin var olduğunu düşünürken, 12'si (%21) var olmadığı kanaatini taşımaktadır. 1 usta (%2) İstanbul ekolünün 'eklektik<sup>2</sup>' olduğunu ifade etmiştir. Ustaların 11'i (% 19) bu konuda görüş bildirmemiştir. Kuyumculukta İstanbul ekolüne ilişkin görüşün değerlendirildiği sayısal grafik Tablo 9.1.6.'de görülmektedir.

---

<sup>2</sup> Eklektik (seçmeci); Yunanca'da eklektikos kelimesinden gelen, kurulmuş olan dizgelerden değişik düşünceleri seçip alan ve bunları birleştirerek kendi öğretisi durumuna getiren anlamında kullanılan bir yöntem olarak tanımlanır. (Bkz. URL-028). Düşünsel ve sanatsal tüm alanlar için geçerli bir kavramdır. Sanatta tümüyle özgün nitelikte olmayan, başka üslup, akım, çağ, uygarlık ya da kişilerden devşirilmiş biçim öğeleri ya da görüşlerden yeni bir bileşim yaratmayı deneyen davranışları, bu davranışlar doğrultusunda gerçekleştirilmiş yapıtları ve bu anlayışa sahip sanatçıları niteler (Sözen ve Tanyeli, 1992).



**Tablo 9.1.6.** Ustaların Kuyumculukta İstanbul Ekolüne İlişkin Görüşlerini Gösterir Sayısal Grafik

Yapılan değerlendirmeler sonucu hâkim görüş; Kapalıçarşı veya İstanbul ekolünün hemen her tekniği, biçimi ve malzemeyi kullanabilen, işleyebilen eklektik bir tarzı temsil ettiği yönündedir.

*“İstanbul ekolü şudur: Harem yüzük. Dünya mücevherat literatürüne geçmiştir. Harem. 7–8 halkanın birleşmesinden turkuazlı, yakutlu pırlantalı... Bizim literatüre geçmiş bir modelimizdir. Bir kaz ayağı, bir divanhane çivisi. ...İstanbul’a ait bir elmas kesimimiz var ama bunu bilmezler. Buraya mahsus bir tıraş vardı.” Usta Kodu U005, Görüşme Tarihi: 12.12.13*

Yapılan görüşmelerde İstanbul ekolünün var olup olmadığına ilişkin görüş alınırken, diğer taraftan da eğer var olduğu düşünülüyorsa, bu ekolün temsilcisi olduğu düşünülen ve ürün tipolojisine doğrudan etki eden görsel öğeler sorgulanmaya çalışılmıştır. Kimi ustalar soruda nitelenen ekolü İstanbul’dan esinlenerek tasarlanmış model olarak algılamakta diğerleri ürün geleneğinin sorgulandığını konumlandırabilmişlerdir. Proje sürecinde yapılan görüşmeler sonucunda çok net ortaklıklar gösteren üretim teknikleri, malzemeler ve ürün tipolojileri saptanmıştır; saptamalar Tablo 9.1.7.’de gösterilmektedir.

Ürün Tipolojisi	Teknik	Malzeme
Divanhane çivisi yüzük	Alaturka mıhlama	Firuze
Gül yüzük	Murassa	Elmas
Harem yüzük		
Mekik yüzük		
Kazayağı montür (yüzük)		
Anturaj		

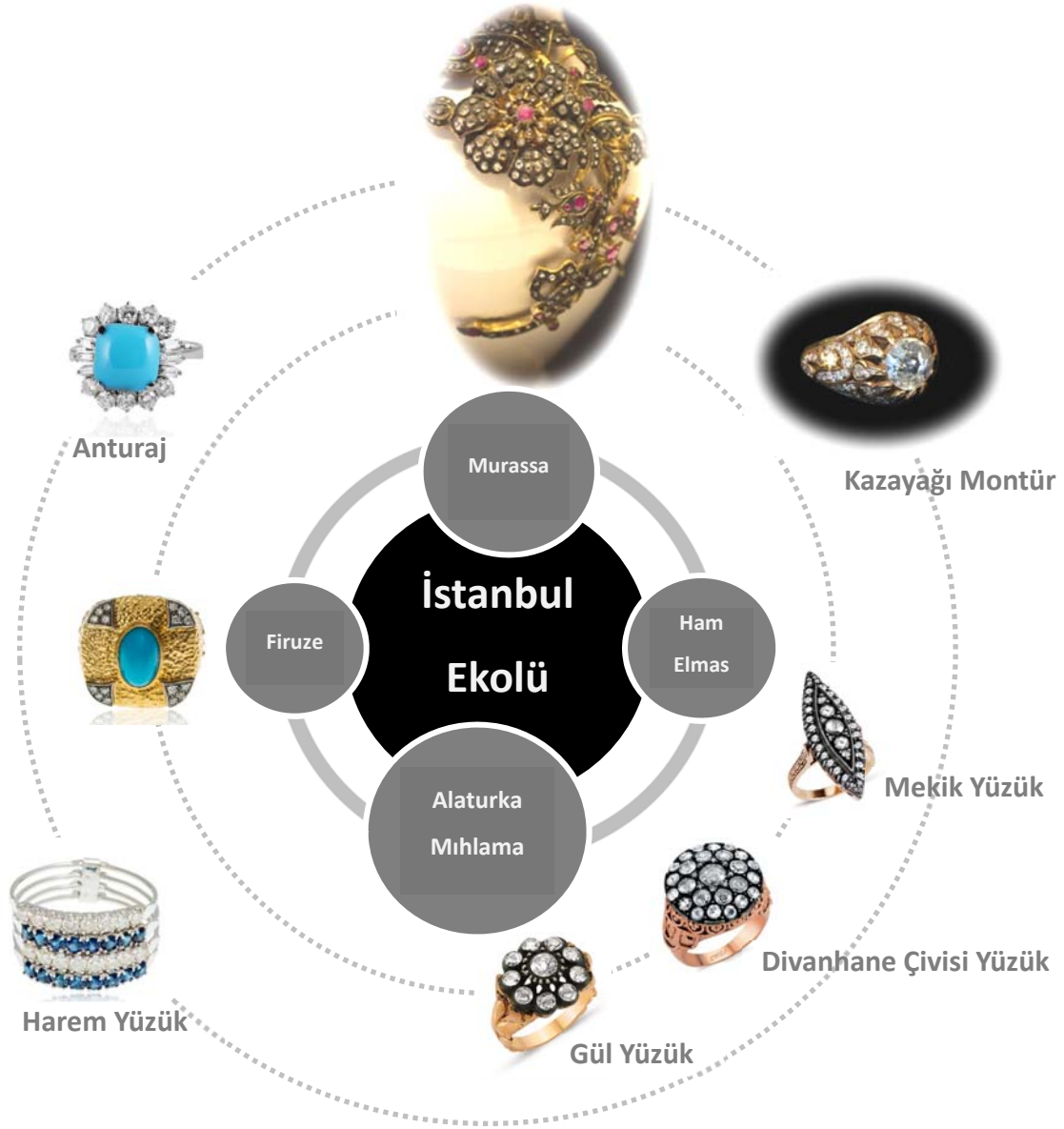
**Tablo 9.1.7.** İstanbul Ekolü Olarak Temsili Değer Taşıdığı İfade Edilen Ürün Tipolojilerini, Üretim Tekniklerini ve Malzemelerini Gösterir Tablo

İstanbul ekolünün görsel örneklerle temsilinin saptanması sürecinde dikkat çekici bir diğer bulgu da üretim tekniklerinin ürün tipolojilerinde belirleyici rol oynadıkları yönünde olmuştur. Örneğin; divanhane çivisi yüzük, gül yüzük ve mekik yüzük tipolojilerinde ürünlerde alaturka mıhlama tekniği kullanılmaktadır. Bu, tamamen el işçiliğine dayalı geleneksel tekniğin kendisinin ayrıştırıcı nitelik kazandırdığını düşündürmektedir.

*“Ben bir bakışta ürünün İstanbul’dan olup olmadığını anlarım. İstanbul’un Anadolu’nun işleri farklıdır...İstanbul işleri saray mücevherleridir, elmaslı işlerdir.” Usta Kodu U001, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

*“İstanbul işi ince ve zariftir. Gerçekçi olur mesela bir çiçek yapar boyarsan sanki canlanacak gibi olur. Bir de görünen yerlerinden çok görünmeyen yerlerinin de çok güzel olması için uğraşırız.” Rıdvan Gürün, Görüşme Tarihi: 04.11.13*





**Şekil 9.1.1.** İstanbul Ekolü Olarak Temsili Değer Taşıdığı İfade Edilen Ürün Tipolojilerini, Üretim Tekniklerini ve Malzemelerini Gösterir Grafik

## 9.2. MEKÂNA İLİŞKİN BULGULAR

Saha araştırmasında mekâna ilişkin elde edilen veriler arasında atölyelerin sayısı, atölyelerin konumu ve atölyenin kaç usta barındırdığı gibi veriler yer almaktadır.

### Lokasyon

Mevcut atölyelerin lokasyonları incelendiğinde belirli sayıda atölyenin Kapalıçarşı çevresindeki hanlarda konumlandığı anlaşılmaktadır. Hanların tarihsel süreçte İstanbul'un ticari hayatında oynadığı rol sebebiyle hanlardaki atölyelerin durumu üzerinde hassasiyetle durulmaya çalışılmıştır. Özellikle

Çuhacı Han, Zincirli Han hem güncel durumlarıyla hem de tarihsel kaynaklardaki durumlarıyla incelenmeye çalışılmıştır. Sahada tespit edilen atölyelerin hanlara göre dağılımı Tablo 9.2.1.'de gösterilmektedir.

<i>Ziyaret Edilen Atölyenin Bulunduğu Han</i>	<i>Kayıt Altına Alınan Usta Sayısı</i>
<i>Han Dışı (HD)</i>	42
<i>Çuhacı Han (CHC)</i>	3
<i>Varakçı Han (VRKC)</i>	3
<i>Yaldızlı Han (YLDZL)</i>	3
<i>Karadeniz Han (KRDNZ)</i>	2
<i>Pastırmacı Han (PSTRMC)</i>	2
<i>Zincirli Han (ZNCRL)</i>	2
<i>Kalcılar Han (KLCLR)</i>	0
<i>Sıraodalar (SRDLR)</i>	0

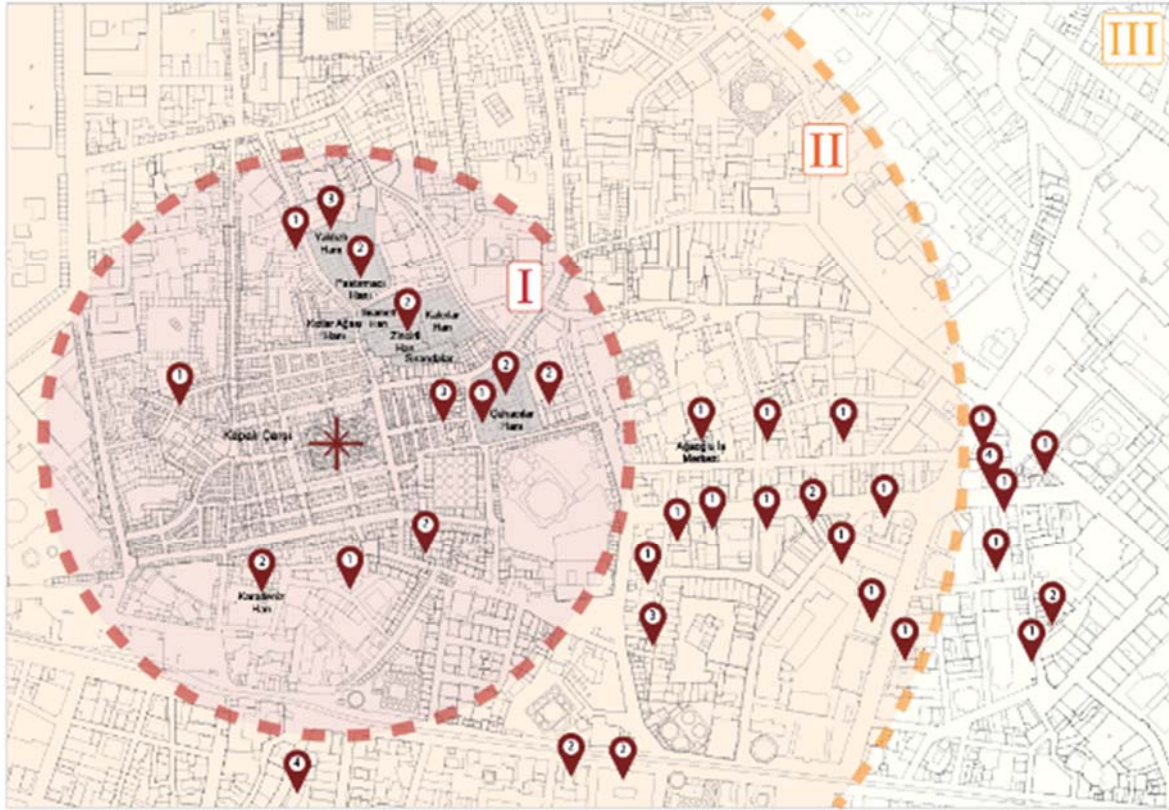
**Tablo 9.2.1.** Sahada Kayıt Altına Alınan Ustaların Hanlara Göre Dağılımı

Araştırmada öncelikle, tespit edilen atölyelerin coğrafi olarak konumları belirlenmiş, bu atölyeler saha haritası üzerine yerleştirilmiştir.



**Şekil 9.2.1.** Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı

Buna göre atölyelerin lokasyonları iki grupta toplanmaktadır: birinci grup hemen Kapalıçarşı çevresindeki hanlarda kurulan atölyelerden, ikinci grup ise Kapalıçarşı'ya daha uzak olan atölyelerden oluşmaktadır. Bedesten merkez alındığında Nuruosmaniye Camisi'nden Cağaloğlu Kapısı'na kadar olan alan *I. Kuşak*, buradan Bab-ı Ali'ye kadar olan alan *II. Kuşak*, bu sınırların dışında kalan atölyeler de *III. Kuşak*'ta yer almaktadır.



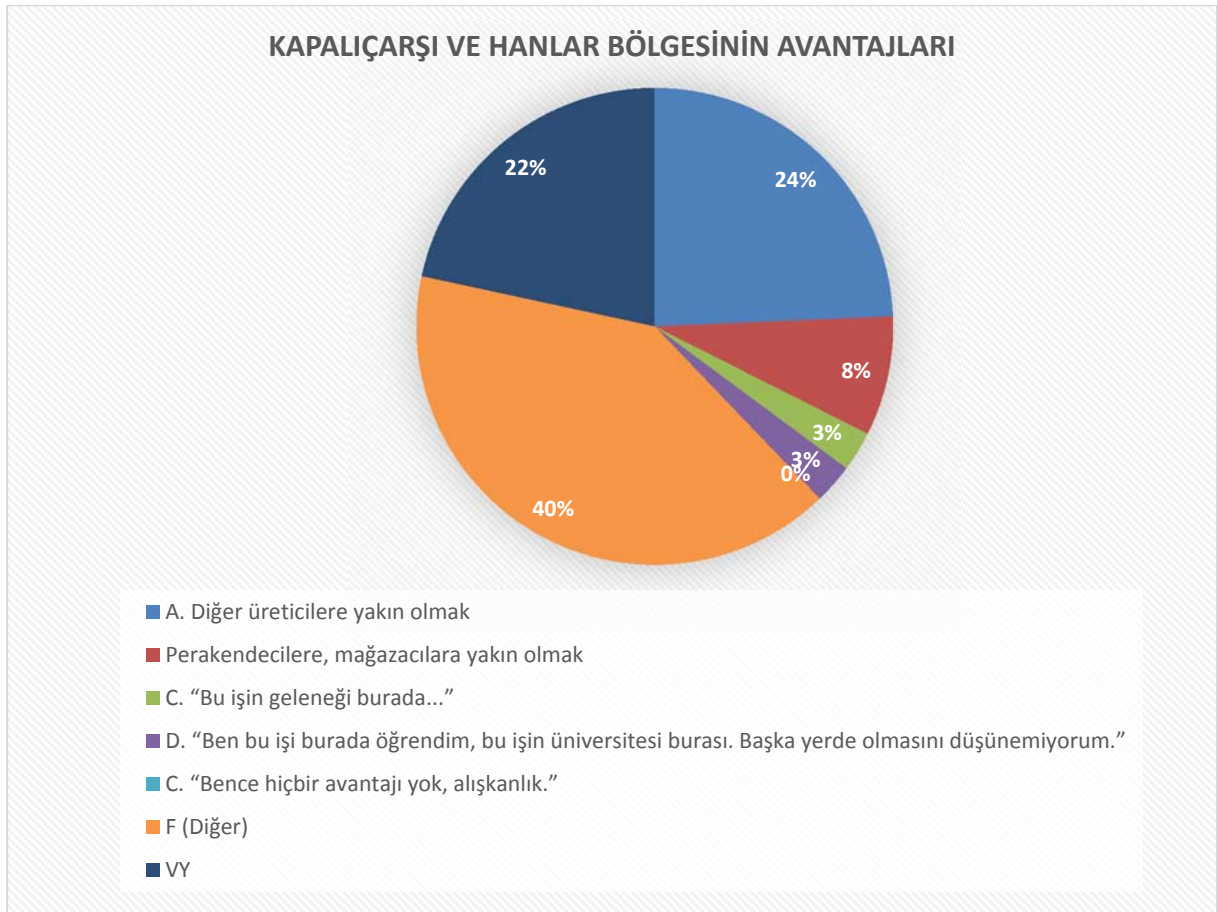
**Şekil 9.2.2.** Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı

Çuhacı Han, Kalcılar Han ve Zincirli Han gibi Kapalıçarşı etrafındaki tarihsel hanlar I. Kuşak sınırı içinde yer almaktadır. Atölye konumları saha haritasına yerleştirildiğinde, görüşme yapılan ustaların çoğunluğunun II. Kuşak sınırı içinde yer aldığı görülmektedir. Görüşmelerin yapıldığı atölyelerin kuşaklara göre sayısal dağılımı şöyledir:

Kuşak	Atölye Sayısı
I.	22
II.	24
II.	11

**Tablo 9.2.2.** Proje Sonucunda Ziyaret Edilen Atölyelerin Saha Sınırları İçindeki Dağılımı

Sahada ustalarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde ustalara bu işi Kapalıçarşı ve hanlar bölgesinde yapıyor olmanın avantajlarının neler olduğuna ilişkin sorular yöneltilmiştir. Açık uçlu sorulardan elde edilen sonuçlar beş başlık altında toplanmış, bu başlıklar altında değerlendirilemeyecek cevaplar, 6. seçenek olan 'Diğer' seçeneği altında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda 'Diğer' seçeneği altında çeşitli açılardan yapılan değerlendirmelerin dışındaki yüksek çoğunluk, %20'lik bir grup, "Diğer üreticilere yakın olmak" seçeneğini bir avantaj olarak değerlendirirken, diğer %20'lik grup lokasyon bağına ilişkin görüş bildirmemiştir. Bir diğer %8'lik grup perakendecilere, mağazacılara yakın olmayı bir avantaj olarak gördüğünü ifade etmiştir. Bulduğu lokasyonla ilişkisini "Bence hiçbir avantajı yok, alışkanlık" ifadesiyle niteleyen %3'lük bir gruptur. Diğer taraftan, yaptıkları işin geleneksel bağına ilişkin yapılan "Ben bu işi burada öğrendim, bu işin üniversitesi burası. Başka yerde olmasını düşünemiyorum." ve "Bu işin geleneği burada..." yorumları şaşırtıcı derecede azdır. Ustaların kuyumculuk mesleğini Kapalıçarşı ve hanlar bölgesinde yapıyor olmanın avantajlarına ilişkin değerlendirmeleri **Tablo 9.2.3.**'de izlenebilmektedir.



**Tablo 9.2.3.** Kayıt Altına Alınan Ustaların Kapalıçarşı'nın Lokasyon Olarak Önemine İlişkin Değerlendirmelerini Gösterir Sayısal Grafik

Ustaların %28'i, Kapalıçarşı'nın sağladığı üreticilere, perakendecilere ve mağazalara yakın olmak gibi faydalı özelliklerini onaylarken, önemli ölçüde tekrarlanan bir başka vurgu ise, Kapalıçarşı'nın *merkezi* konumudur ve bu merkezilik hem üretim, hem de satış ağlarına yakınlıkla ifade edilmektedir. Diğer taraftan, Çarşı kültürü, çevrenin tarihi ambiyansı ve Çarşı'nın İstanbul turizminin odağında olması da ustaların burada kalmasının bir başka nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm bu avantajların ötesinde, 8 ustanın altını çizdiği gibi, Çarşı onlar için tarihten gelen bir alışkanlık ve aidiyet sağlamaktadır ki yapılan gözlemler neticesinde bu aidiyet duygusunun çoğunlukla sosyal ilişkiler aracılığıyla gerçekleştiğini izliyoruz. Çarşı merkezli bir sosyal çekim ağından bahsetmek mümkün gözükürken, bu sosyal ilişkiler ağı aynı zamanda Çarşı kültürünün yaşamaya devam etmesi için önemli bir yapı taşı olarak nitelenebilir. Kapalıçarşı'nın merkez olma özelliğini U026 Kodlu usta şöyle anlatıyor:

*“Kapalıçarşı’da yapıyor olmanın gerçekten şöyle bir avantajı var. Burası gerçekten bir merkez... Nedir? Mesela bir şeyi yapmanın şartları nedir? Bir şey yok ortada... Düşünceden yola çıkalım ya da bir yerde bir şey gördük oradan yola çıkalım. Yapmak istiyoruz bunu ne lazım? Altın lazım. Gümüş lazım. Pırlanta lazım. Sahte taş lazım. Gerçek taş lazım. İşte bunları üretecek platformlar lazım. Hepsi var Kapalıçarşı’da. Yani avantajı bu anlatabildim mi? Mesela size ne dedim? Alt katta cilamı yaptırıyorum dedim. Yani kalkıp da ücra bir şehrin, ücra bir yerinde bu işi yapıyor olsam, bütün bu sistemin içerisinde olması lazım bu üretimleri yapabilmesi için. Yine bile kısa kalırsınız, çünkü neden? Şimdi o kadar bir rekabet çağındayız ki, bunları üretirken bir de bunların fiyat politikaları var. Kaliteli ürünü uygun fiyata yaptırmanız lazım. O zaman ne yapmanız lazım? Kapı kapı dolaşıp en uygun fiyata en kaliteli yakutu, zümrüdü almanız lazım. Yani bunu ancak Kapalıçarşı’da yapabilirsiniz çünkü bu işin merkezi Kapalıçarşı’dır. Her şeyi burada bulabilirsiniz. Türkiye için konuşuyorum.” Usta Kodu U026, Görüşme Tarihi: 25.04.14*

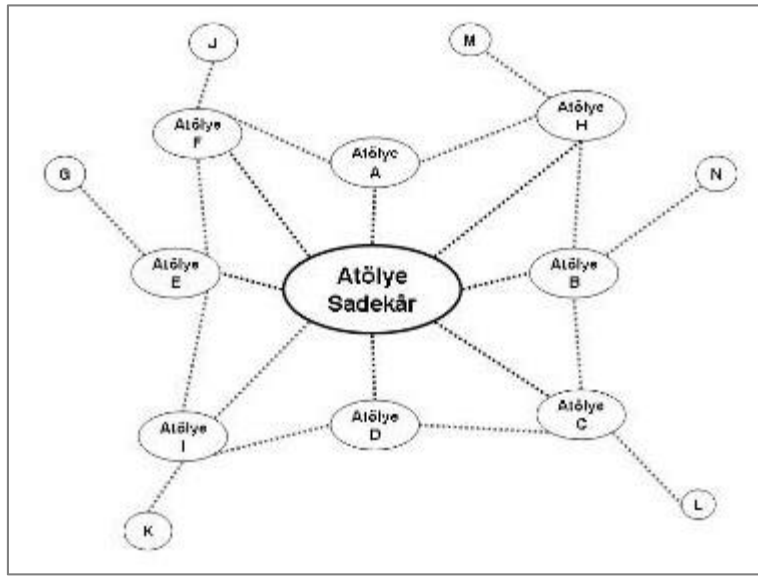
Kapalıçarşı çevresinde konumlanmanın sosyal yönü ise şu şekilde ifade edilmiştir:

*“Bizim Kuyumcukent’te de yerimiz var ama bizim piyasamız burası. Biz burada doğduk, burada büyüdük. Burada nefes aldık. Ben buraya gelip nefes almadığım zaman kendimi kötü hissediyorum... Tabii, her şey burada çünkü.... Sanatla iç içe oluşumuz. Bütün hayatımız burada geçti, çocukluğumuzdan beri. Bütün anılarımız burada, her şeyimiz burada. Ben Kuyumcukent’e gidince böyle bir ruha sahip olmayacağım. Bir sanatçı için kapalı bir ortam, cam yok, pencere yok... Belki öyle ortama alışkın arkadaşlar vardır ama ben yapamam. Sanatla iç içeyim, ben göreceğim, doğayı göreceğim, çiçekleri göreceğim.” Usta Kodu U026, Görüşme Tarihi: 25.04.14*

### **Küme Yapısı**

Kuyumculuk üretim faaliyeti doğası gereği farklı uzmanlık alanlarının işbirliğine ihtiyaç duyar. Doğada ham halde bulunan metallerin elde edilmesi, işlenebilir hale getirilmesiyle başlayan üretim sürecinde, çok aşamalı ve el işçiliği ötesinde ileri teknoloji kimyasal ve mekanik işlemler bulunmaktadır.

Mücevher endüstrisi, ham maddesinin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Girişimcilik-ustalık-tasarım sacayağı bir üretim ağı içinde faaliyet göstermektedir. Bir ürünün ortaya çıkması için en az üç-dört tezgâhtan, ustanın elinden geçmesi gerekir. Geleneksel üretim ortamı olan atölye, bünyesinde çoğunlukla bir uzmanlık alanı olan ustayı barındıran bir yapıdır. Merkezinde ustanın, sadekârın bulunduğu, mikro ölçekte uzmanlaşmış atölyelerle işbirliğine ve büyük oranda güvene dayalı bir küme yapısına işaret eder. Tüm uzmanlık alanlarının aynı bünyede toplandığı atölye örneği çok nadir izlenebilen bir yapı olarak karşımıza çıkar. Proje görüşmeleri sonucu elde edilen bulgular bu yapının geçerliliğini destekler niteliktedir. Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesi'nde izlenen üretim ağ yapısı Şekil 9.2.3.'de izlenebilmektedir.

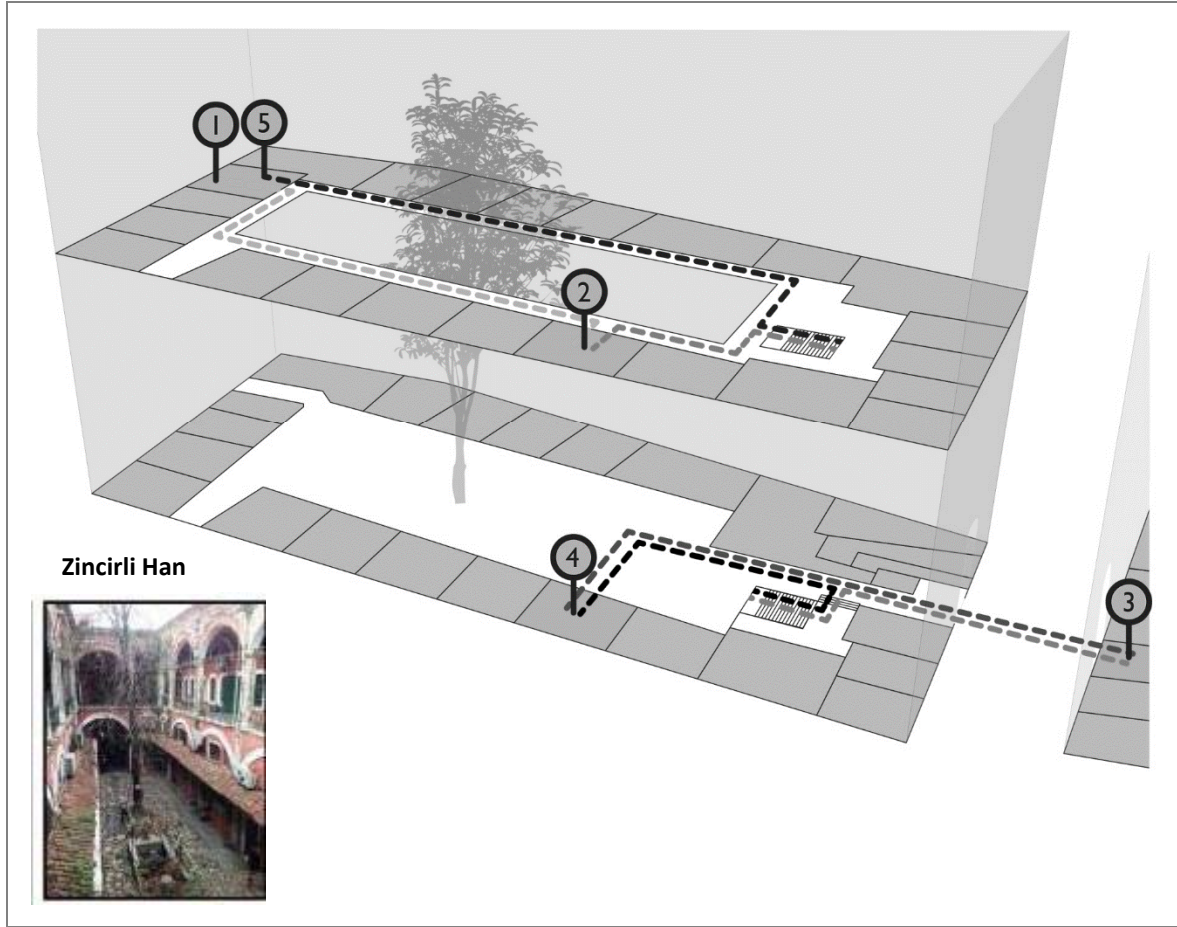


Şekil 9.2.3. Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesi'nde İzlenen Üretim Ağ Yapısı

*“Zaten bu sadekârlık ayrı bir nasıl diyeyim size ruh hali isteyen, tamamen kendini işe verip sanatı ortaya çıkartmak. Çünkü düşünün ki düz bir plakadan, düz bir astandan veya telden olayı sıfırdan ortaya çıkartmak. Yani tamamen bütün zaten kuyumculuk sektörünün ilk başlangıcı sadekârlıktır. Sadekârlık olmasa zaten hiçbir şeyi, hiç kimse bir iş yapabilir. Ne mihlayıcı bir iş yapabilir, ne cilacı iş yapabilir, ne yaldızcı iş yapabilir. Hiç kimse iş yapamaz. O açıdan sadekârlık ayrı bir dünya.” Usta Kodu U042, Görüşme Tarihi: 15.09.14*

Kartopu örneklem toplama yöntemi sınırlı özellikte gruba dâhil olan kişilere ulaşmada avantaj sağlayan bir yöntem olduğundan, proje tasarlanırken elde edilecek verinin kalitesine ilişkin herhangi bir tanım, sınırlama belirtilmemiş olmasına karşın, sahada veri toplama süreci çoğunlukla el işçiliği yapan, geleneksel atölye üretim ortamı niteliklerini yansıtır örnekler üzerinden seyretmiştir. Diğer taraftan, araştırmanın hedeflerinden birinin atölyeler arasındaki üretim ilişkisini belgelemek olarak tarif edilmesine rağmen, kartopu yöntemi ile yürütülen çalışmada, ustaların kimliklerini ve ilişki içinde oldukları ustaları gizli tutmak istemeleri sebebiyle planlandığı şekilde mekâna dayalı bir üretim akış

şeması türetilmemiştir. Yapılan gözlemlere dayalı oluşturulan ham grafik Kapalıçarşı kuyumculuk geleneğinin Zincirli Han özelindeki ritüelini temsili olarak aktarmaktadır (Şekil 9.2.4.).



**Şekil 9.2.4.** Kapalıçarşı Kuyumculuk Kümesinde İzlenen Üretim Ağ Yapısının Zincirli Han Üzerinde Gösterimi

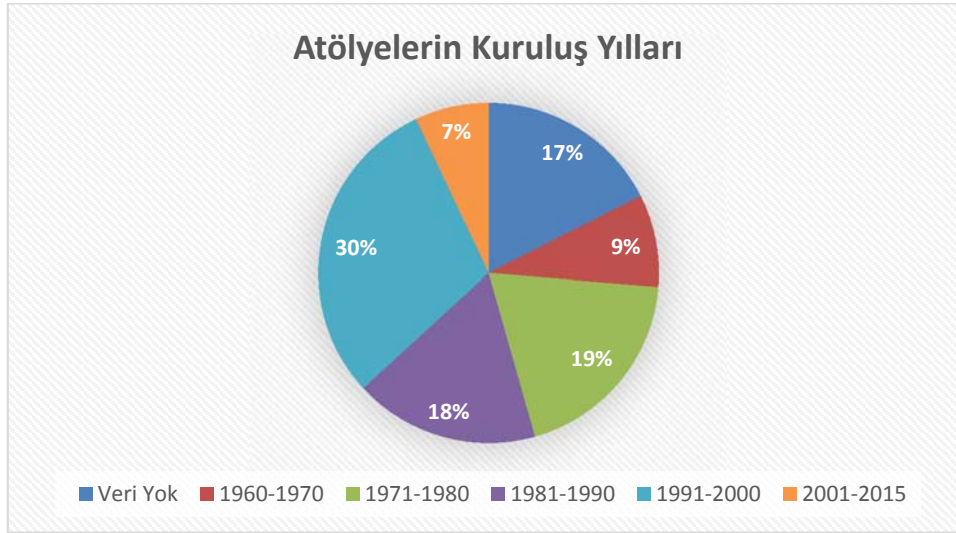
*“Çuhacı Han’ın dışına mıhlamacı açan adam aç kalır derlerdi, şimdi gördüğümüz yerlere kadar genişlemiş. Kapalıçarşı’ya yakın olmak için. Burada tamir işi oluyor, taşçı burada, sadekâr burada. Bazen sadekâr bize bir şey sorabiliyor, birbirimizle paslaşabiliyoruz. Birlikte yapılan bir iş olduğu için illa iletişimde olmak gerekiyor. Tek bir atölyeden zor çıkıyor herhalde, çıkanlar da iş değil.” Usta Kodu: U023, Görüşme Tarihi: 22.04.13*

Tüm uzmanlık alanlarının aynı bünyede toplandığı atölye örneği çok nadir izlenebilen bir yapı olarak karşımıza çıkar. Proje saha ziyaretlerinde bahsedilen nadir özellikte olan ve tüm üretim aşamalarını kendi bünyesinde bulunduran atölye sayısı sadece 1’dir. Bu atölye sahibi fikri haklarla ilgili sıkıntılardan dolayı kapalı sistemi tercih ettiğini belirtmiştir. U002 kodla kayıt altına alınan usta tüm işlemlerin aynı atölyede yapılmasının avantajlarının neler olduğu sorusu kendisine yöneltildiğinde şöyle yanıt vermiştir:

“...En önemli sorunlardan birisi tasarımların taklit edilmesi. Bu modelde bu problemi aşmış oluyoruz. Türkiye’de bu çok ciddi bir sorun haline geldi. Taklit yaparak geçim sağlanıyor. Kapalı çarşının %60-%70i taklit ürün yapmaktadır. İyi tasarım yapan ustalar var fakat gelen talep var olan varken Amerika’yı baştan keşfetmeye gerek yok mantığında ilerliyor. Taklit ürünlere çokça rağbet var şu an.” Usta Kodu: U002, Görüşme Tarihi: 04.11.13

### Atölye Kuruluş Yılları

Saha çalışmasında tespit edilen atölyeler kuruluş yıllarına bağlı olarak gruplandırıldığında, en fazla sayıda atölyenin (17 atölye) 1991–2000 yılları arasında kurulduğu izlenmektedir. 1971–80 yılları arasında 11 atölye, 1981–1990 yılları arasında 10 atölye kurulmuştur. 1971–80 yılları arasında kurulan atölyeler kitle turizminin Kapalıçarşı ve çevresini şekillendirmeye başladığı dönemde kurulmuş atölyelerdir. 1981–1990 yılları arasında kurulmuş atölyelerin kuruluşları 1980 sonrası liberalleşen ekonomiye paralel, altın ithalatının serbest bırakıldığı döneme denk gelirken, 1991–2001 arası kurulan atölyeler, Kapalıçarşı kuyumculuğunun sektörleşme dönemine paralel kurulmuş atölyelerdir.



**Tablo 9.2.4.** Atölyelerin Kuruluş Yılları

### Atölyelerin Fiziksel Koşulları

Proje sürecinde atölyelerin fiziksel niteliklerine dayalı bir ölçüm yapılmamıştır. Buna rağmen atölyelerin mekânsal ihtiyaçlarının yüksek nitelikleri olmadığı söylenebilir. Oldukça küçük mekânlar, uzun yıllar boyunca ustaların ihtiyaçlarına cevap vermiştir. U003 kodla envantere kaydedilen usta mekânla olan ilişkisini şöyle anlatmaktadır:



*“Bizim sanat dallarında çok büyük metrekarelere gerek yok. Hatta benim bir arkadaşım ben buraya taşındığım zaman “sen burada konsantre olabilecek misin?” dedi. Niye?... Çünkü; biz hep böyle minik şeylere alışmışızdır. Çok daha konsantre oluruz odaklarımız önümüzdekine. Tezgâh bizim her şeyimizdir. Altında çekmecesini vardır onu çekersen orda yemeğini yersin, kahveni koyarsın bir yandan çalışırsın. Tezgâhın etrafındaki iki-üç metrekare bize kâfidir.” Usta Kodu: U003, Görüşme Tarihi: 14.11.13*



**Resim 9.2.1.** Kayıt Altına Alınan Ustaların Üretim Ortamını Yansıtır Görsel

*“...bizim atölyemiz şurada resimde görüldüğü gibi aşağı yukarı altı metrekarelik bir yerdi. Yani buradan daha ufak bir yerdi. Altı metrekarelik bir yerimiz vardı ve bu altı metrekarelik yerde beş altı ustamız vardı.” Usta Kodu: U039, Görüşme Tarihi: 26.06.14*

Üretimin yoğun olarak yapıldığı Kapalıçarşı çevresindeki hanların güncel kullanımı, özgün kullanımlarından bütünüyle ayrılmaktadır. Özgün durumdaki tek bir oda, bugün üçe ya da dörde bölünmüş durumda olduğundan mekânsal bir belgelemeye gidilememiştir. Alandaki her boşluk bir atölyeye dönüşmüş, hanların avlularına taşmalar gözlemlenmiştir. Bu fiziksel kümelenme, ergonomik olmayan çalışma şartlarını doğurmuştur. Bu gözlemlere paralel, ustaların çalışma tezgâhları dışında bir konfor aramadıkları gözlemlenmiştir. Atölyenin fiziksel olarak erişilebilir olması birçok usta için bir kaygı unsuru olmamıştır. Örneğin bir oda bölünerek içinde daracık bir merdivenle çıkılan bir mekân

yaratılmıştır ve bu mekan da atölye olarak hizmet vermektedir. Bu gözlem, müşterinin doğrudan üretim yapan ustaya yönelmediğinin bir göstergesidir. Fiziksel olarak zor erişilebilir mekânlarda çalışan ustalara, işveren konumundaki bir diğer usta ya da ustanın çırağı ya da mağazacı ulaşmaktadır. Özellikle mıhlama işi yapan uzman atölyeler doğrudan bu özelliklere sahip atölyeyeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Mıhlama işi ya sadekâr atölyesinden ya da çarşının ticari vitrini olan mağazacıdan gelmektedir.

### **Atölyelerin Çevresel Koşulları**

Atölyelerde geçmiş yıllarda kullanılan siyanür uygulaması giderek terk edilmekte; kullanılan kimyasallardan doğan atıklar ve buna bağlı olarak halk sağlığını tehdit eden unsurlar günümüzde azalmaktadır. Ancak atölyelerin büyük bir bölümü doğal aydınlatma, havalandırma ve hijyen koşullarına uygun ıslak hacimlere sahip değildir. Eminönü Belediyesi tarafından 2006 yılında hazırlanan Atık ve Çevresel Risk Raporu, Kapalıçarşı ve çevresindeki atölyelerin üretim koşullarını incelemiş ve yıldız atölyeleri, ayar evi, üretim atölyeleri, ramat atölyeleri ve ifraz atölyelerinin çevresel faktörler açısından risk taşıdığı belirlenmiştir. Ocak ve döküm atölyelerinde de insan sağlığına zararlı etkenler bulunduğu tespit edilmiştir. Tehlikeli bulunan maddeler, siyanür, sülfürik asit, hidroklorik asit, nitrik asit ve diğerleri olarak belirlenmiştir (Orhon, İnce vd., 2006). Bu çevresel faktörler 2000’li yıllarla birlikte Kapalıçarşı çevresinde üretim yapan kuyumcuları yeni kurulan Kuyumcukent kompleksine göçe zorlama sebepleri arasında gelmiştir. Bugün İKO temsilcisi olarak da görüşünü aldığımız U003 kodla kayıt altına alınan usta, atölyelerin çevresel faktörlerinin tahliyeye sebebiyet vermemesi gerektiğini şöyle aktarmaktadır:

*“Burada bizim en büyük tehlikemiz sülfürik asit. Ama bu inceltmiş çok sulandırılmış şekilde. Kaynak yaptıktan sonra kararan madeni ağartmak, temizlemek için. Ama tabi biz bu aside lavaboya dökmüyoruz. Aslında hiçbir şeyi dökmüyoruz, atmayız. Bunlar birikir. Şehir dışında ramatçılar dediğimiz bir meslek dalımız var. Onları tekrardan ayrıştırırlar. Sülfürik asidin içine sabun attığınız zaman baza dönüşüyor zaten, zararsız oluyor. Bu sülfürik asitte ben tarzda üç-dört kişilik atölyelerde litrelerle bidonlarla kullanılmıyor. Minik bir kaptır, içinde ortalama bir hafta minimum aynı şey kullanılır. Ocakçılar için çok uğraştılar bizde çok duman çıkartıyorlar diye. Ancak onlar da belediye tarafından müsaade edilen en kaliteli kömürü kullanıyorlar (taş kömürü). Bunlar dışında pek yoktur. Tuz ruhu vs. kullanan çok çok az atölye kaldı, onlar da hep küçük miktarlarda.” Usta Kodu: U003, Görüşme Tarihi: 14.12.13*

*“Senelerdir siyanür kokladık farkında olmadan. Bir gün Almanya’dan büyük bir firma Kapalıçarşı’yı geziyor, bana getirdiler. Adam baktı -görüyorum ki on metrekaare dükkanda benim milyon mark döktüğüm işleri yapıyorsunuz- dedi -nasıl bir beceridir bu- dedi. Biz de alaylı olduğumuzu söyledik. O esnada ben altını temizlemek için elimi siyanüre attım, adam kaçtı yanımdan. Ne yapıyorsun dedi bana o siyanür. Ben de biliyorum ağzına götürmediğin zaman bir şey olmaz dedim. Hâlbuki ne kadar tehlikeliydi elinizle tutuyordunuz, teniniz onu çekiyordu. Koklayarak ciğerinize alıyordunuz. O zaman efsunlu muyduk, Allah mı bizi koruyordu bilmiyorum. Şimdi daha bilimsel olarak kullanılıyor.” Usta Kodu: U005, Görüşme Tarihi: 12.12.13*

Üretim yapılan atölyelerin hepsinin döşemeleri üzerinde ahşap, metal veya plastik ızgaralar bulunmaktadır. Bu yöntem sayesinde üretim atıklarının, gözle görülmeyen altın parçacıklarının yakma ya da elektroliz yoluyla geri kazanılması mümkün olabilmektedir. Bu işleme ramatçılık adı verilmektedir. Ramatçılık, atölyenin sermayesi madenin miktarı olduğundan, değerli maden kaybının aza indirilmesi için yapılan işlemdir. Ramatçıların bu işi en azından 17. yüzyıldan beri sürdürdükleri Evliya Çelebi’nin Seyahatnamesi’nden izlenebilmektedir (Evliya Çelebi, 2014).

*“ Biz her şeyimizi muhafaza ederiz. Hiçbir şeyi atmayız. Bizim özel paspaslarımız vardır. Dökülen, kaybolan tozlar orada birikir. Haftada bir ya da ayda bir temizlenerek bir kutuda toplanır. Sonra ramatçılara gider.*

...

*İğrenç ama ilginç bir şey daha paylaşacağım sizinle. Bizim rögarımız şehir sisteminin altındaydı. Dolayısıyla pompalayarak yukarı veriyorduk. Özellikle kurban bayramı gibi 8-10 günlük tatillerde her sene oraya ramatçılar gelir temizlerlerdi. Onun karşılığında bir-iki kilo maden alırdık. Kısacası bizim her şeyimiz kıymetlidir. Dolayısı ile atık vs. imkânı yok.” Usta Kodu: U003,*



**Resim 9.2.2.** Atölye Zemin Kaplaması-Izgara

### 9.3. İNSAN FAKTÖRÜNE DAYALI BULGULAR

Proje saha araştırması sürecinde ürüne ait parametreler iki grup altında toplanmış ve değerlendirilmiştir. Bunlardan üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametreler, birim atölyedeki üreticinin ustalık derecesi kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçülebilir değerlendirilirken, insan faktörüne ilişkin B Grubu parametreler, ustanın geleneği sürdürme konusundaki hassasiyetine, ustalığının seviyesini geliştirmeye yönelik eğilimlerine, ustalık seviyesine erişmek için geçtiği eğitim sürecine ait verilerin yarı yapılandırılmış sözlü görüşme tekniğiyle elde edilmesi sürecini kapsamaktadır. İnsan faktörüne ait veri yüz yüze görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış formatta yürütülen görüşmeler esnasında ustanın ustalık-çıraklık dönemine ilişkin detaylı bilgi almak, ustanın uzmanlığındaki üstünlüğünü konumlandırabilmek, kendisini ve uyguladığı teknikleri nasıl geliştirdiğini anlamak, tasarıma ve yeniliğe olan yatkınlığını ölçmek ve Kapalıçarşı'nın ustanın geleneğini sürdürebilmesi için taşıdığı değeri konumlandırmak üzere sorular üç bölümde toplanmıştır. Bölümler sırasıyla *i) Ustalık/Çıraklık*, *ii) Mekân*, *iii) Köken* başlıklarından oluşmaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu EK07'de görülebilir. Görüşmeler sohbet nitelikli yürütülmüştür. Görüşmeyi yapan proje ekip üyesi soru formunu takip ederek görüşmeyi açık uçlu olacak şekilde yönetmiştir. Sohbet esnasında görüşme yapılan kişinin izni alınarak ses kaydı yapılmış, görüşme sonrasında ses kayıtlarının transkripsiyonu yapılmış, yapılan görüşmelerde elde edilen bilgiler soru formu başlıklarının altına gelecek şekilde düzenlenmiştir.

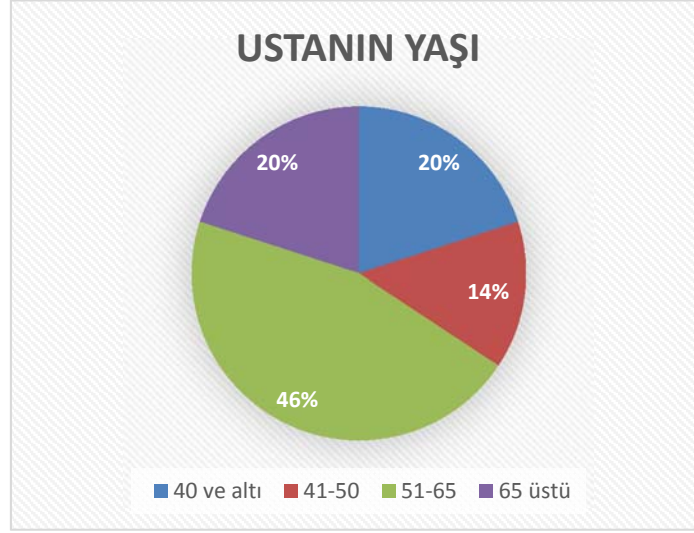
#### Ustanın Yaş Aralığı

Sahada kaydedilen 57 ustanın 10'undan atölyelerini ne kadar süredir işlettiklerine dair veri sağlamamıştır. Bu verinin elde edilebildiği atölyelerdeki 47 ustanın atölyelerini ortalama 28,5 yıldır işlettikleri anlaşılmaktadır. Atölyelerin kullanım sürelerinin en alt ve en üst limitleri, 4 yıl ile 54 yıldır. Yapılan görüşmelerin tamamında, '*Çıraklık Formülü*' olarak tanımlayabileceğimiz ustalıktan çıraklığa geçiş dönemi şöyle gelişir: *Kişi 9–10 yaşında bir atölyeye çırak veriliyor, yaklaşık 8–9 yıl çıraklık kalfalık dönemini bir arada geçiriyor, 18 yaşında askerlik çağı geldiğinde askere gidiyor, 19–20 yaşlarında askerlik dönüşü ustasının rızasını alarak kendi atölyesini açıyor, usta kabul ediliyor.*

*“Askerden sonra ekmek tutmanız gerekiyor. Ustanız sizi artık tatmin edemez yeni bir ufuk açılacak. Annelerimiz, ninelerimiz kendi takılarını çıkarırlardı. Size verirlerdi siz eritirdiniz 150 gramla işe başlardınız. Bir sene sonra bir bakardınız 150 gramınız 350 gr olmuş böyle böyle artırarak bir bakarsınız ki 3,5 kg altınınız olmuş.” Usta Kodu: U005, Görüşme Tarihi: 12.12.13*

Saha araştırması sürecinde ustaların demografik bilgilerini toplamak üzere bir hazırlık yapılmamış olmasına rağmen, yapılan sohbet nitelikli görüşmeler sonucu ustaların yaş aralıklarına ilişkin veri

toplanabilmıştır. Ustaların yaşları 40 yaş ve altı, 41–50 yaş, 51–65 yaş ve 65 yaş ve üstü olarak gruplanmıştır. Tespit edilen ustaların çoğunluğunun (%35'inin) 51–65 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır. Bu grubun ardından %30 ile 40 yaş ve altı çoğunluktadır. Kaydedilen ustalar arasında en düşük yoğunluk %16 ile 41–50 yaş aralığındaki grupta yer almaktadır. Buna karşın %19 oranında bir usta grubu 65 yaş ve üstü gruba aittir.



**Tablo 9.3.1.** Görüşme Yapılan Ustaların Yaş Aralığını Gösterir Sayısal Grafik

### 'Usta' Profili

Usta-çırak ilişkisindeki yapısal dinamikler incelendiğinde, geleneksel usta figürünün çırak olarak yanına verilen genç delikanlı için önemli izler bırakan bir figür olduğu sonucuna ulaşmaktayız. Yapılan görüşmelerde ustanın himayeci rolü, baba figürü kadar etkin yapısı birden fazla usta tarafında sıklıkla ifade edilmiştir.

“...bize ustamız hep duruşu, oturmaya filan öğretendi. Usta odur, duruşuyla örnek olandır. Anne baba gibidir yani bir nevi. Bizi bıraktıkları zaman, biz o güvene layık olmaya çalışırdık. En büyük servet, çıraklıkta öğrendiğimiz ustanın yanındaki duruşumuz, kalkışımız, vesairemizdi. Ustamız derdi ki ‘çocuklar kesinlikle ayarla filan hiçbir şeyle oynamayın. Ayar sizin namusunuz’ derdi mesela. Bu çok güzel bir iz bırakmıştır bizde, bir servet değerindedir bu. ‘İşçiliğinizi fazla alın, neyse hakkınızı alın, ama kesinlikle, bu gibi şeylere bakmayın. Çünkü bu geleceğinizi rahatsız eder’ derdi. Biz de bu güvene dayalı çalışmadan, bize o gücü vermesinden dolayı daha rahat yerine göre yapardık. Ustamız belki bir şey konuşur diye kendi beğenmediğim işi direk kırardım ben. Yani o şekilde, kendimden de sorumluydum öyle, ustaya ondan sonra gösterirdim. Usta görmeden birçok malı kırmışımıdır yani.” Usta Kodu: U039, Görüşme Tarihi: 26.06.14

*“İşveren için önemli olan işinin iyi çıkması, çabuk çıkması... Şimdi bir de ucuz çıkmasını istiyorlar. Eskiden böyle bir şey yoktu. Gidip de bunu bu fiyata yapar mısın usta diye soramazdınız. Çok büyük ayıptı o. Onun ustalığına karşı ayıptı. Eskiden ustalar yaptığı zaman da bir liralık işe de üç lira yazmazlardı zaten. Eskiden ustaya hürmet vardı. Benim ustamın yanında öyleydi en azından. Biz o hayalle bu işe başladık zaten, biz de bir gün ustamız gibi olacağız diye. Ustamız gibi olduk ama sistemler, hayat değişti.” Usta Kodu: U028, Görüşme Tarihi: 29.05.14*

Yarı yapılandırılmış görüşmelerde ustalık aile ağacının çıkarılması ve ürün üzerinden bu bağların tespiti hedeflenmiş olmasına rağmen, hedeflendiği şekliyle bu yapıyı belgelemek mümkün olmamıştır. Usta-çırak ilişkisiyle açıklanabilen örtük bilgi aktarımının ürünler üzerinden okuması mümkün olmamıştır. Görüşme yapılan ustaların çoğunluğunun yer aldığı 51–65 yaş aralığındaki ustaların çoğunun ustası hayatta olmadığından ve yetiştirdikleri çıraklarla iletişim kurmak sıkıntılı olduğundan üç nesil kuyumcu ustasını bir arada kayıt altına alabilmek mümkün olamamıştır. Bu yaş aralığındaki toplam 16 ustanın 5’inin ustası hayatta değildir. 4’ünün ustası hayatta ve Türkiye’de ikamet etmektedir. 4’nün ustası hayattadır ancak başka bir ülkeye göç etmiştir. Diğer üç ustanın ustasına dair veri elde edilememiştir.

Usta-çırak ilişkisinde izlenen örtük bilgi oluşumu ve deneyim aktarımı görüşülen ustalar tarafından da sıklıkla bahsedilen bir konu olmuştur. ‘*Bakarak öğrenme*’nin ustaların kişisel gelişimlerinde olumlu sonuçlar verdiği çoğu usta tarafından vurgulanmış, bunun iş kalitesine yansıdığı sonucuna ulaşılmasını sağlamıştır.

*“Anlat deseniz de anlatamam, anlatmayla değil görmeyle, yapmayla öğrenen bir nesil olduğumuz için. Ustama sorsanız nasıl öğrettiniz diye, ne bileyim ben der. Çünkü biz çocukken ustamıza bir şey sormazdık, iki–üç sene sadece seyrettik. Önce gözün doyacak, sonra elin doyacak, ondan sonra iş yapmaya başlarsın.” Usta Kodu: U026, Görüşme Tarihi: 29.05.14*

*“İşte bakıyorsunuz, diyorsunuz ‘ustam bunu nerede yanlış yaptı, nerede nasıl çözdü’. Yani her seferinde yaptığı işte o noktada sorun çıkacak diye bir şey yok ama yani bunu insan yaptığı zaman eninde sonunda bir yerinde sorun çıkıyor. O sorunu da çözmeyi bilmek lazım. Bu sefer de nerede sorun çıkabileceğini görmek lazım, öğrenmek lazım. Dolayısıyla bakmak işin temelinde çok önemli. Ne kadar çok bakarsınız, ondan sonra da sizin kabiliyetiniz varsa yapmaya başlayabilirsiniz. Diyorum yani herkeste aynı sonuç çıkması mümkün değil. Aynı ustadan on tane adam çıkar onu da çok farklı noktalara gider.” Usta Kodu: U026, Görüşme Tarihi: 24.04.14*

Yapılan görüşmeler sonucunda sadece iki ustaya ait iş, ustasının işi ile bir arada görsel envantere kaydedilebilmiştir. Usta kodu U044 ve U045 olarak kayıt altına alınan ustaların kendi işleri ve ustalarının işleri Resim 9.3.1. ve Resim 9.3.2.’de gösterilmektedir.

Ürün: Ajur, Tel Testereyle Oyulmuş Levha  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U044, Ajurcu  
Veri Tarihi ve Saati: 18/09/14, 13:33



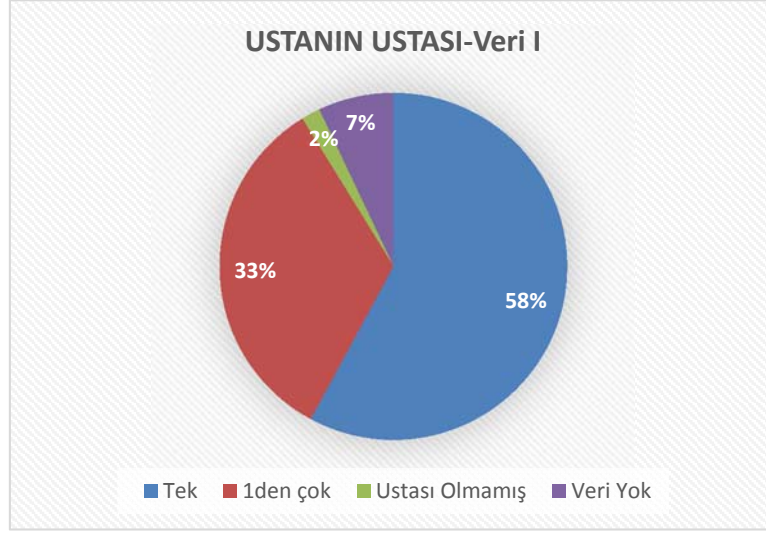
**Resim 9.3.1.** U044 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın Kendi İşini (Sağda) ve Ustasının İşini (Solda) Gösterir Resim

Ürün: Yüzük  
Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U045, Sadekâr  
Veri Tarihi ve Saati: 13/10/14, 15:46



**Resim 9.3.2.** U045 koduyla Envantere Geçirilen Ustanın Kendi İşini (Sağda) ve Ustasının İşini (Solda) Gösterir Resim

Sahada yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanan verilerden, 'Ustanın Ustası' başlıklı veri paketi, üç grupta toplanmaktadır. Bunlardan ilki, ustaların işi bir mi yoksa birden çok ustadan mı öğrendiğine, ya da herhangi bir ustadan öğrenmeksizin bireysel gayretlerle mi bu mesleği öğrendiğine dair verileri kapsamaktadır. Kayıt altına alınan ustaların ustalarının sayısına ilişkin veriler Tablo 9.3.2.'de gösterilmektedir. Birden fazla ustası olması durumunda kendisinde iz bırakan kişi "asıl usta" olarak kabul edilerek veri değerlendirilmiştir.

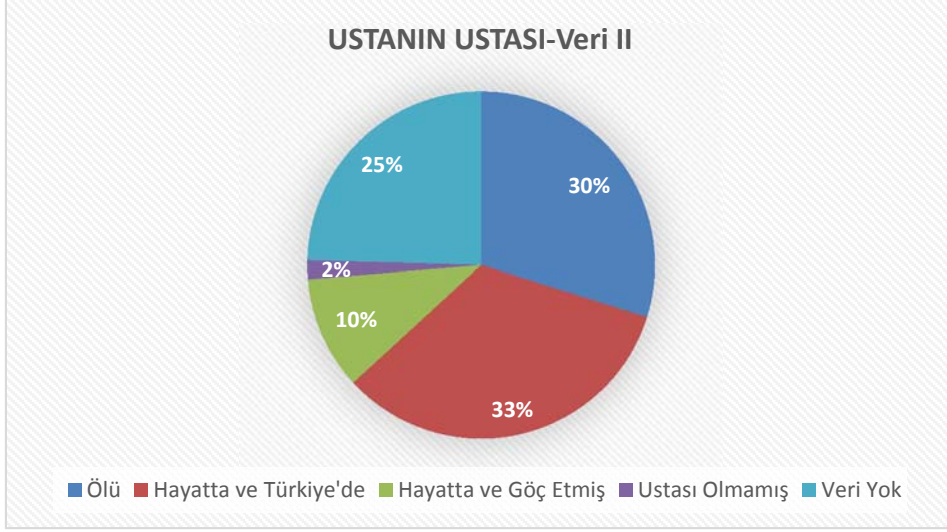


**Tablo 9.3.2.** Görüşme Yapılan Ustaların Kaç Ustası Olduğunu Gösterir Sayısal Grafik

### Ustanın Ustası

'Ustanın Ustası' başlıklı ikinci veri grubu, ustanın ustasının hayatta olup olmadığı, yaşıyorsa Türkiye'de mi yoksa yurtdışında mı yaşadığına ait verileri kapsamaktadır. Veri yüzdeleri **Tablo 9.3.3.**'de görülmektedir. Bu verilerin kaydedilen ustanın mesleğinin hangi evresinde olduğuna dair ipuçları taşıdığı düşünülmektedir. Elde edilen veriler 57 ustanın 19'unun (%33) ustasının hayatta olduğunu ve Türkiye'de yaşadığını göstermektedir. Ancak 57 ustanın 17'sinin (%30) ustası hayatta değildir. Sahada kaydedilen toplam 57 ustanın 6'sının (%10) ustası yurtdışına göç etmiştir. Ustası olmaksızın mesleği öğrendiğini ve uyguladığını ifade eden 1 usta (%2) olmuştur.

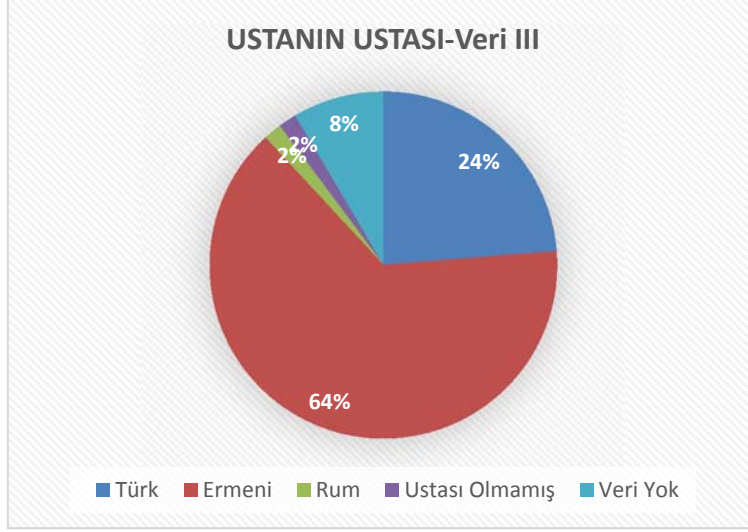




**Tablo 9.3.3.** Görüşme Yapılan Ustaların Ustasının Hayatta Olup Olmadığını, Türkiye’de İkamet Edip Etmediğini Gösterir Sayısal Grafik

Görüşme yapılan ustaların ustalarının etnik kimliğine ilişkin veri toplama doğrudan proje hedefleri arasında olmadığından yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer almamıştır. Ancak etnik kimlik, yapılan derinlemesine görüşmelerde özellikle vurgulanır olmuş, ustaların çoğunluğu kendi etnik kimliğinden ayrı olarak ustasının etnik kimliği hakkında görüş bildirmeyi tercih etmiştir. Buna göre sahada kaydedilen 57 ustanın 38’inin (%64) ustası Ermeni’dir. Ustası Türk olanlar ise 14 kişidir (%24). Küçük bir oran olmakla birlikte %2’lik bir grubun ustası ise Rum’dur. Rum kuyumcu ustalarının varlığı tarihsel belgelerden izlenebilmekle birlikte, güncel olarak sahada kaydedilen ustalar arasında Rum usta bulunmamaktadır. Yine yapılan görüşmelerde, özellikle 65 yaş üstü yaş aralığındaki ustalar, Rum ustaların kuyumcu atölyelerinin Pera’yı (Beyoğlu) lokasyon olarak tercih ettiklerini aktarmış, Kapalıçarşı kuyumcularının çoğunluğunun İstanbul Ermeni’si olduğu vurgulanmıştır.

*“(Beyoğlu’ndan bahsederken)...Kaliteli oradaydı. Mücevherin kalitesi Beyoğlu’nda başkaydı. Hatta müşteri Kapalıçarşı’ya geldiği zaman bir pazarlık ediyor. Bir şey olmadığı zaman Beyoğlu’ndaki mağazacılar “sen Kapalıçarşı’ya git orada bulursun.” derlerdi.” Usta Kodu: U056, Görüşme Tarihi: 06.03.15*



**Tablo 9.3.4** Ustanın Ustasının Etnik Kimliği

### Usta Var, Çırak Yok

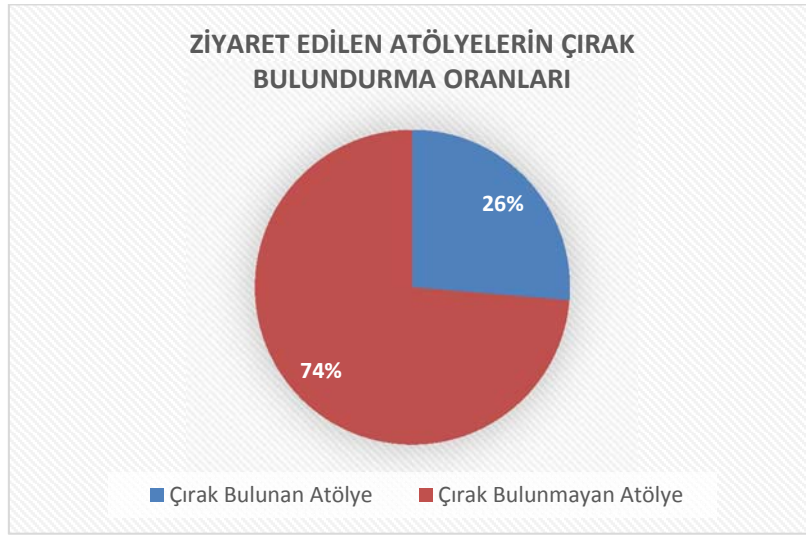
Kuyumculuk mesleği Kapalıçarşı ve çevresinde, Bizans döneminden beri geleneğini korumuş, üretim geleneksel yöntemler ve ağ ilişkileri korunarak yapılagelmiştir, ancak günümüzde bu geleneksel üretim teknikleri yerini büyük oranda seri üretime bırakmış, geleneğin temsilcisi ustalık, örtük bilgi oluşumu ve deneyim aktarım sistemi olan usta-çırak ilişkisi yerini seri üretim teknolojilerinin kullanımına hâkim teknisyenlere bırakmıştır. Görüşme yapılan ustaların tamamı mesleklerini ustalarından öğrenmiş olmalarına rağmen günümüzün koşullarında çırak yetiştirilmesinin giderek zorlaştığı ifade edilmektedir.

*“Düşünün ki bizler artık eleman yetiştiremiyoruz mesleğimize elemanlar gelmiyor. Dolayısıyla meslek kaybolup gidiyor. Bizden sonra meslek kaybolup gidecek, yok olacak. Yani bir kere neslin artık sabrı yok. Çok kolay bir şeyler yapıp, çok kolay bir yerlere gelmek istiyorlar. Bizler 10 seneden fazla ustalarımızın yanında çalıştık. Yani bizi öyle yolladılar. Ne oldu, biz kolumuza bir bilezik taktık, bununla da hayatımızı idame ettiriyoruz. Evlendik, barklandık... Bir şeylerin sahibi olabildiysek olduk. Yani hanlarımız, hamamlarımız yok sektördeki gibi ama çok şükür çarkımızı çeviriyoruz. Ama durum vahim... Buradaki durum vahim, kötü yani. Ben mesleğe başladığımda... 95 yılında dükkânımı açtım. 96 yılında iki kişi oldu yanımda. Sonra altı kişilere çıktık. Şimdi tekrar geriye dönüş oldu, rahat edeceğimiz zaman tek başımıza kaldık maalesef... Çünkü eleman gelmiyor, gelen elemanı zaten tatmin etmek kolay değil. Böyle bir iş oldu bizim işimiz.” Usta Kodu: U014, Görüşme Tarihi: 05.03.14*

Günümüzde artık İstanbul çok kozmopolit bir kent olmuştur; güvenerek yanınıza alacağınız, pahada değerli malzemenin emanet edebileceği çırak bulunamamaktadır.

“Mecbur yakın, tanıdığımız kişileri çalıştırmak zorundayız çünkü güvenilirliği olması gerekiyor. Yoksa müşteri emanetleri oluyor, vesaire oluyor. O yüzden o güvenilirliği tanıdık vasıtasıyla sağlayabiliyoruz. Başka türlü takip edemiyoruz insanları.” Usta Kodu: U039, Görüşme Tarihi: 26.06.14

Bir diğer sebep, yakın zamana kadar çırakların kapalı bir çevreden temin edildiği ve o çevrenin günümüzde büyük oranda bu meslekten uzaklaşmış olduğudur. Sahada atölyelere yapılan ziyaretler sonucunda, ziyaret edilen **59 atölyenin sadece 17'sinde çırak bulunduğu tespit edilmiştir**. Kayıt altına alınan 57 ustanın sadece 15'inin yanında çırak bulunmaktadır. Sahada kaydı yapılan ve atölyesinde çırak bulunan ustaların sayısal grafiği Tablo 9.3.5.'de görülmektedir.



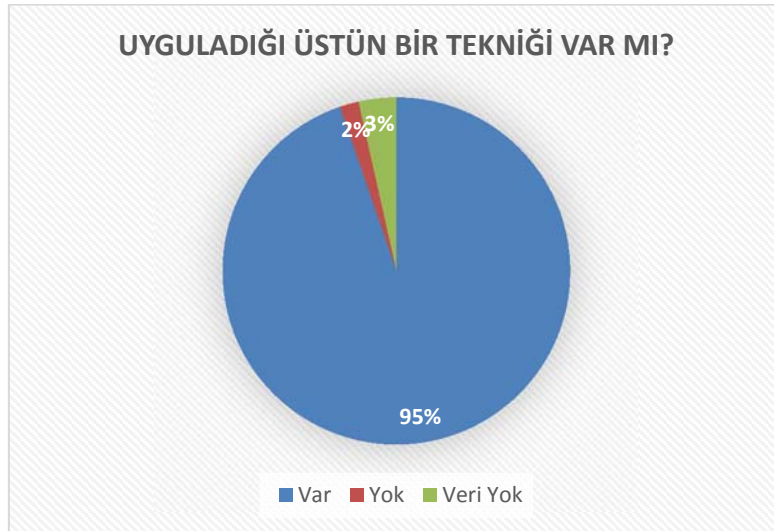
**Tablo 9.3.5.** Usta Kaydı Yapılan ve Çırak Bulunan Atölye Sayısı

Tarihsel kaynaklardan mücevher üretiminde kullanılan teknikler ve bu alanda uzmanlaşmış ustalar hakkında oldukça geniş bir bilgiye sahibiz. Bu bilgiler raporun 3. ve 5. bölümlerinde aktarılmıştır. Ancak saha araştırması geçmişte mevcut olan çok sayıdaki uzmanlaşmanın gittikçe ana işlemlere odaklanarak (sadekâr, mıhlayıcı, mineci vs.) sayısının azalmakta olduğunu ve birçok işlemin makinalar aracılığı ile yapılmakta olduğunu göstermiştir. Sahada kaydedilen 57 ustanın uzmanlık alanlarının çeşitliğine baktığımızda sadekâr, mıhlayıcı, mineci, kalemkâr ve kaburga bilezik, telkârî, ajur, el burma bilezik, burma bilezik, kuyum döküm yapan ustaları tespit etmek mümkün olmuştur. Ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımına baktığımızda 57 usta arasında 28 ustanın sadekâr (%49), 12 ustanın mıhlayıcı (%21), 3 ustanın mineci (%5.2), 3 ustanın kaburga bilezik ustası (%5.2), 2 ustanın telkârî ustası (%3.5); birer ustanın da alaturka mıhlayıcı, ajur, el burma bilezik, burma bilezik ve kuyum döküm ustası (her biri %1.75) oldukları görülmektedir. Bu veriler geçmiş dönemlerde sayıca daha fazla olan uzmanlık alanlarının giderek ana uzmanlıklara indirildiğini desteklemektedir.

<i>Ustanın Uzmanlık Alanı</i>	<i>Kayıtlı Usta Sayısı</i>
<i>Sadekâr</i>	28
<i>Mıhlayıcı</i>	12
<i>Mine</i>	3
<i>Kaburga Bilezik</i>	3
<i>Telkârî</i>	2
<i>Kalemkar + Sadekâr</i>	2
<i>Sadekâr + Ajur</i>	1
<i>Mıhlayıcı (Alaturka)</i>	1
<i>Kuyum Döküm</i>	1
<i>Kalemkâr + El Burma Bilezik</i>	1
<i>Kalemkâr</i>	1
<i>Burma Bilezik</i>	1
<i>Ajur</i>	1

**Tablo 9.3.6** Görüşme Yapılan Ustaların Uzmanlık Alanları

Yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde ustaların kendilerine mal ettikleri özel bir üretim tekniklerin mevcut olduğu ve yıllar içinde kendilerini aşma gayreti içinde oldukları gözlenmektedir. Sahada kaydedilen ustaların 54'ü (%95) kendi uzmanlık alanlarında özel teknikleri uyguladıklarını ifade etmişlerdir.



**Tablo 9.3.7** Görüşme Yapılan Ustanın Özel Olarak Uyguladığı Üstün Bir Teknik Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi

Sahada kaydedilen ustaların 10'u (%17) geçmiş yıllarda uyguladıkları tekniklerden bazılarını bugün terk ettiklerini ifade etmişlerdir. Ustaların 18'i (%32) ise geçmişte uyguladıkları tekniklerin tümünü hala uyguladıklarını belirtmiştir. Örnek olarak bağlantı parçaları ve kilitler verilmektedir. Bugün yarı mamul olarak tabir edilen birçok bağlantı parçası hazır bileşen olarak temin edilebilmektedir. Bu parçaları el işçiliğiyle üretilen ürünler üzerinde kullanmanın ürünün değerine negatif bir etkisi olmayacağı görüşü benimsenmiştir. Bu parçaların kullanımının üretim sürecini hızlandırdığı aktarılmaktadır.



**Tablo 9.3.8.** Görüşme Yapılan Ustanın Özel Olarak Uyguladığı, Zaman İçinde Uygulamaz Olduğu Bir Teknik Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi

Bu kişilerin büyük bir bölümü kendilerini “zanaatkâr” yerine “sanatçı” olarak addetmektedirler. Bu ayrımı çoğunlukla ortaya çıkan nihai ürünün taşıdığı duygusal değer üzerinden yapmaktadırlar, ürünün duygusal değer taşıması ürüne sanatsal bir boyut getirmektedir, bu da zanaatkârı sanatkâr yapmaktadır.

*“U001 gibi ustalar sanatkârdır. Zanaatkârlar vardır bunlar bir işi iyi yaparlar kaliteli yaparlar ama kendilerinden bir şeyler katmazlar fark yaratamazlar. Sanatkârlar ise işe yorumlarını katarlar, inandıkları içselleştirdikleri, işleri yaparlar değer katarlar. Herkes sandalye yapar ama Thonet çıkar başka bir şey yapar bu da onun gibidir. Bir çırak çalışır çalışır, bir gün usta şunun yapraklarını aşağı doğru sarkıtalım da akıyormuş gibi dursun dediği zaman o çocuğun içine sanat girmiş oluyor.” Rıdvan Gürün, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

#### **Usta var, ustalığı tanınmıyor**

Saha ziyaretlerinde yapılan sohbetler esnasında tüm Türkiye’de sıcak mine uygulama tekniklerini kullanabilen sadece 6 sıcak mine ustası olduğu bilgisine ulaşılmıştır. İKO’ya kayıtlı ustaların hiçbir

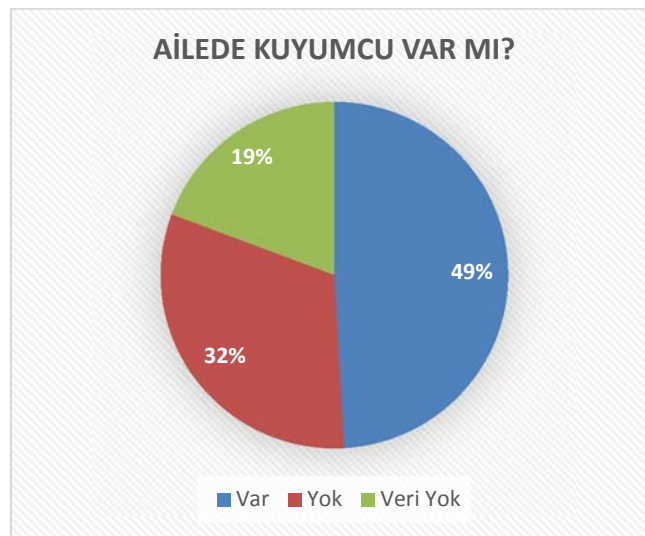
uzmanlık alanı sınıflandırması yapılmadan ‘üretici’ sıfatıyla kayıt ediliyor olmaları neticesinde hiçbir ustalık belgesi verilememesinin mesleki faaliyetler ile ilgili sıkıntılar doğurduğu da ifade edilmiştir. Proje süreci bitiminde sayısı 6 olarak ifade edilen bu ustaların ikisi proje envanterine alınmıştır. Kayıt altına alınan ustalardan biri bu alanda uzmanlığı olan en yaşlı usta olarak anılmaktadır ve 65 üstü yaş grubunda yer almaktadır.

“...(Osmanlı’da) Minecilik varmış tabii ki. Fakat Türkiye’de meslek olmaması çok ilginç işte... O kadar geriye atılmış ki... Minecilik şimdi, yirmi gün önceydi yanlış bilmiyorsam, ya da hadi bir ay önce diyeyim, daha yeni kuyumcular odasında soy ağacına girdi. Ticaret Odası’yla, Ticaret Üniversitesi var galiba Eminönü’nde. Onlarla daha yeni soyağacına girdi, düşünün. Ben üç kere Milli Eğitim’e yazı yazdım. En son gelen cevap, yani üç-beş kişi için, çünkü altı kişiyiz burada, altı kişi için kanun tasarısı mı verilecek dediler...” Usta Kodu: U040, Görüşme Tarihi: 17.07.2014

### Kuyumculukta Aile Bağları

Ustalarla yapılan görüşmelerde aile içinde aynı mesleği yapan olup olmadığı sorulmuş, fakat akrabalık ilişkilerini tespit etmeye yönelik doğrudan bir sorgulama yapılmamıştır. Aşağıda ifade edilen aile bağları ise dolaylı yollardan edinilmiş bilgilere dayanmaktadır. Sahada kaydedilen 57 ustanın 28’i (%49) ailesinde bir başka kuyumcu olduğunu ifade etmiştir. Ailesinde kuyumcu olmadığını belirten 18 kişi %32’lik bir grubu temsil etmektedir.

“Babam da bu meslektendi... Anne tarafından annemin dedesi Erenköy’de çok iyi bir soba borusu imalatçısıymış. Ermeniler genellikle sanatçı olmuşlardır. Devlet işlerinde çalışamadıkları için kendilerine sanata vermişlerdir.” Usta Kodu: U001, Görüşme Tarihi: 14.11.2013



**Tablo 9.3.9.** Görüşme Yapılan Ustanın Ailesinde Kuyumcu Olup Olmadığının Sayısal Göstergesi

Ailesinde kuyumcu olmayanların önemli bir bölümü, aile üyeleri arasında kuyumcu olmasa bile yaratıcı ve/veya sanatsal iş kollarında (terzilik, müzisyenlik) çalışanlar olduğunu belirtmişlerdir.

*“Bizim dedelerimize kadar hep sanatla alakalı ve her yaptığımız işi de iyi yaparız. Neden bilmem. Hatta eski tür dizilerde izlerseniz, hep terziye, kürkçüye değişik isim kullanırlar. Abidis usta diye çağırırlar. Bu kalıplaşmış bir şey herhalde. Titiz ve ince iş geleneği var herhalde...” Usta Kodu: U023, Görüşme Tarihi: 22.04.2014*

Yapılan görüşmeler sonucunda U0053 kodla envantere kaydedilen ustanın ustasının dört kuşak kuyumcu olduğu anlaşılmıştır. Misak Toros’un İzmit’te yaşayan babası *Toros Torosyan*, dedesi *Misak Torosyan*, büyükbabası *Toros Torosyan* kuyumculukla uğraşmıştır. Basılı kaynaklardan ailenin ürettiği eşyaların fotoğraflarına ulaşmak mümkündür (Toros, 2014).

Yapılan görüşmeler sonucunda yeni eleman yetiştirilmesinin geçmişten bugüne çoğunlukla aile-akrabalık veya arkadaşlık bağları ile gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Ancak babanın oğluna mesleği öğretmesinden çok, oğlu bir başka usta yanında işi öğrendikten sonra kendi hünerlerini oğluna aktardığı ifade edilmiştir.

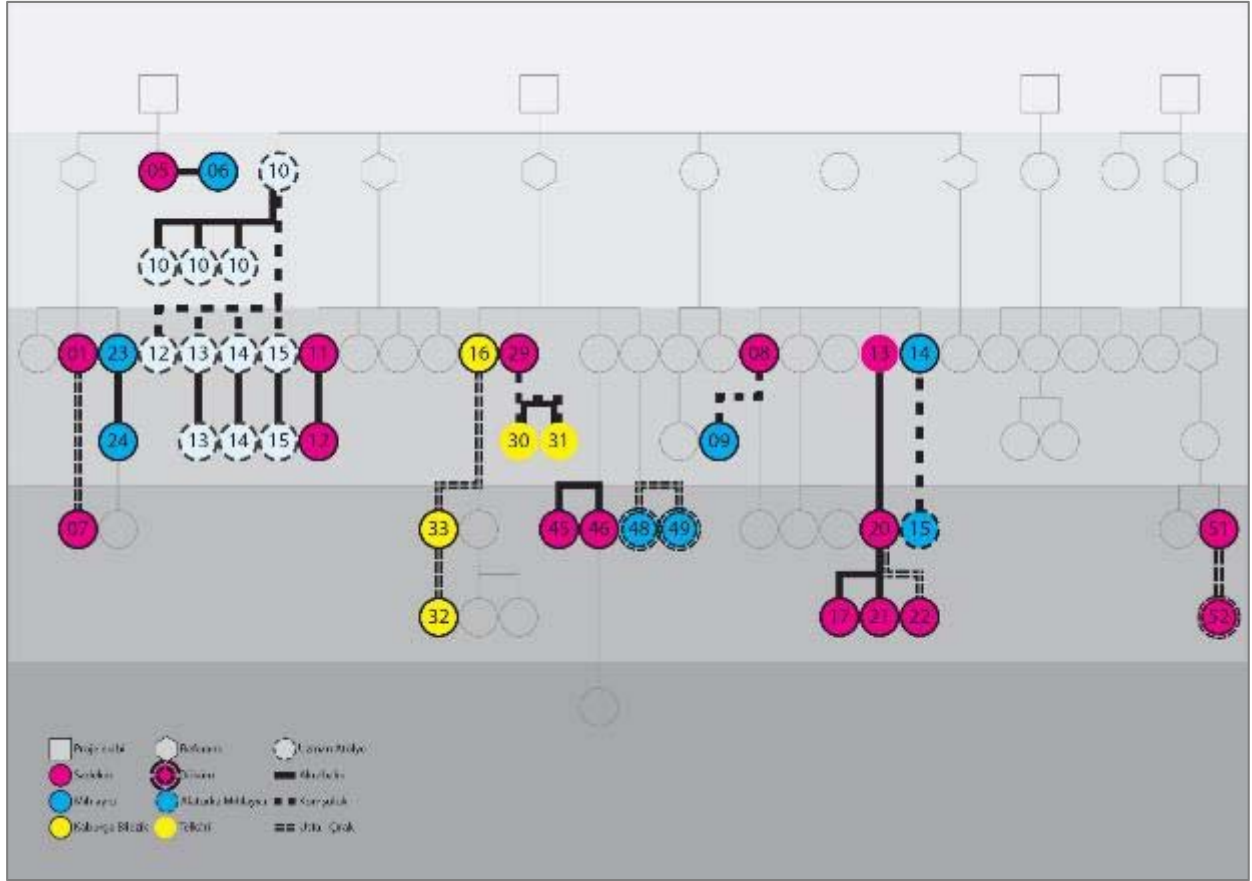
*“Normalde bir baba oğlunu yetiştirmez. Oğlunu yollar bir yere oğlu işi öğrenir. Sonra gelir babası da kendi bildiğini katar. Bir ustanın iyi olması için dışarıda yetişmesi daha önemlidir... Çünkü baba oğluna müsamaha gösterir.” Usta Kodu: U005, Görüşme Tarihi: 12.12.2013*

Sayısal olarak ifade edilmemekle birlikte 60 yaş üstü, sadekâr olarak uzmanlaşmış ustaların oğullarını mihlayıcı olarak yetiştirmeyi tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Bunun sebebi, mihlayıcılık mesleğinin sadekârlık gibi sermayeye gereksinim duymadan yapılabilir olması ve tamamen el işçiliğine dayalı olarak yapılan mihlama işinin-üretim yoğun olarak makine teknolojilerine bağımlı hale geldiği bir dönemde-garantisi olan bir meslek olması şeklinde açıklanmaktadır. Görüşmeler sonucu ortaya çıkan bazı akrabalık ve meslek ilişkileri **Tablo 9.3.10.**'da görülmektedir:

<b>Baba U005 Sadekâr</b>	Oğul U006 Mihlayıcı
<b>Baba U008 Sadekâr</b>	Oğul Mihlayıcı, ABD'ye göç etmiş
<b>Baba U023 Mihlayıcı</b>	Oğul U024 Mihlayıcı
<b>Baba U011 Sadekâr</b>	Oğul U012 Sadekâr
<b>Baba Sadekâr (Hayatta değil)</b>	Oğul 1 U046 Sadekâr, Oğul 2 U045 Sadekâr

**Tablo 9.3.10** Görüşme Yapılan Ustalarda Aile Bağları

Sahada kartopu yöntemiyle ulaşılan ustalar arasındaki yakınlık ilişkileri Şekil 9.3.1.'de gösterilmektedir.



Şekil 9.3.1. Proje sürecinde kartopu yöntemi ile kurulan ilişkiler ağı: üretimde aile-akrabalık, komşuluk ve usta-çırak bağları

### Teknoloji Geleneğin Yerine Geçiyor, Gelenek Ölüyor

Yüzyılların üretim geleneği Kapalıçarşı’da ustadan çırağa aktarılarak yaşatılıyor olmasına rağmen, sahada yapılan çalışmalar eskiden el işiyle karşılanan talebin belli bir kesiminin seri üretim ile karşılandığını göstermektedir. Sahada görüşülen ustalar ustalıklarının gereği geleneksel el işçiliği teknikleri kullanarak üretim yapmaktadır, ancak çoğunluğu teknolojik gelişimleri takip edebiliyor olmayı önemli bulmaktadır. Bu konudaki yaygın görüş; el ile üretilmiş ürünlerin sanatkârlıkla bağdaştığı ve usta eli değmiş ürünlerin ‘ruh katılmış’ olduğu yönündedir.

“Bana göre mücevher kavramı, makineye göre değil... Çünkü dört dörtlük, jilet gibi olamaz, imkânsız. Olmaması da lazım... Makineden çıkan jilet gibi, ama elde yapılanda ufak tefek hatalar var, elle kapatılmış, elden çıkan daha başkadır. Şimdi mikroskop mıhlama diye bir şey çıkardılar, yapıştırma taş gibi duruyor. Uzun ömürlü kullanım için değil, böyle çok çok minik güverselerle olmuş, zamanla sağa sola vura vura bence kopar o. Ama eski bizim mıhladığımız tarz işlerde güverse yukardan tutuyor zannedersiniz ama aslında o alttan sıkıştırıyor taşı.” Usta Kodu: U023, Görüşme Tarihi: 22.04.2014



“Ben teknolojiyi bir tehdit olarak görmüyorum. Teknolojiyi iyi kullanabilmek, yani teknolojiyi kendinle bağdaştırabilirsen bence çok iyi şeyler elde edebilirsin... Ama teknolojiye böyle direk girip de onu kendine göre düzenleyemezsen çok mekanik olursun. Yani böyle şeyin ruhunu kaçırsın olayın ama bazı işler vardır el yordamıyla, el maharetiyle yapılmış ve onda böyle hafif eğrilikler ve hafif bozukluklar vardır. Mesela o işler makbuldür. Bazı işler vardır, mükemmeliyetçilik gerekir, orada düzenleme yapamazsın, o düzenlemeyi teknoloji daha iyi yapıyor ama orada o ruhu biraz taşımak lazım.” Usta Kodu: U025, Görüşme Tarihi: 22.04.2014

“Şimdi makine de olsa neticede, makine her şeyi yapmıyor. Neticede onu kullanan bir insandır. Bu beyni çalışan, yani kafasını ve tasarımı yönlendiren çok güzel parçalar çıkartabilir. Parçanın güzel olması ne demek? Güzel olması biraz önce dediğim gibi tasarıma, tasarım ağırlıklı olması, başka yerde olmaması ve bulunduğu markayı temsil etmesi yahut da bulunduğu ülkeyi temsil etmesi. Yükü taşımaya gerekiyor yani eserin... Şu anda mecburuz. Ben kendim [bilgisayar] kullanmıyorum fakat yeni çıraklarımızı kalfalarımızı çizime alıştıırıyoruz ki, çağın derinliklerinde boğulmasınlar, yüzmeyi öğrenmeleri gerekiyor maalesef.” Usta Kodu: U039, Görüşme Tarihi:

Geleneksel üretim tekniklerinin gerilemesine paralel olarak bilgisayar teknolojisinin kuyumculuk sektöründe yer almaya başladığı görülmektedir. Sahada kaydedilen 57 ustanın 27’si (%47) bilgisayar destekli üretim yaptığını ifade etmiştir.



**Tablo 9.3.11** Görüşme Yapılan Ustanın Bilgisayar Destekli Üretime Yatkınlığını Gösterir Sayısal Grafik

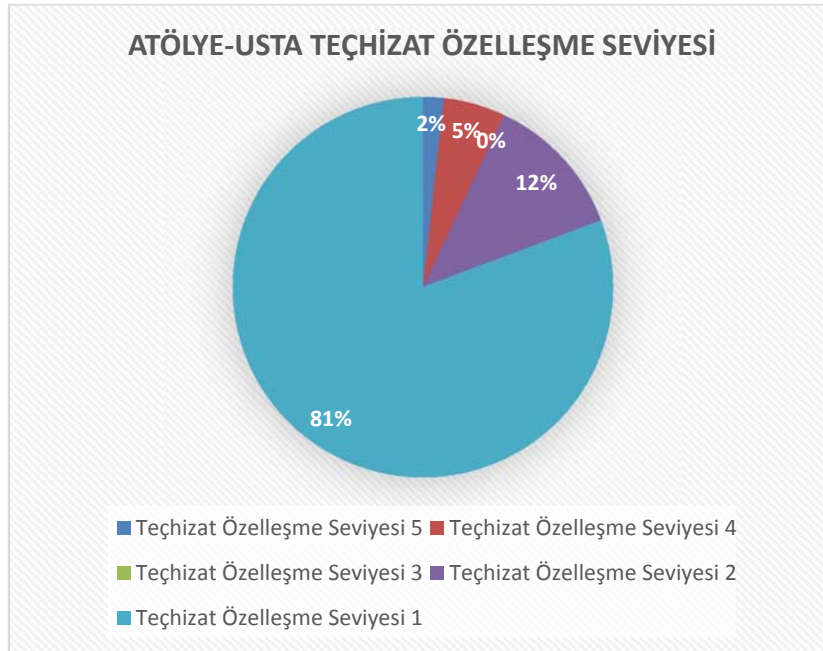
#### 9.4. TEZGÂH-TEÇHİZATA İLİŞKİN BULGULAR

Proje saha araştırması sürecinde ürün odaklı farklılaşmaya olanak sağlaması açısından birim ustanın-atölyenin tezgâh-teçhizat donanımına yönelik veri toplanmıştır. Gözlem, fotoğraf ve video kayıt yöntemleri kullanılarak toplanan veri her bir birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanımı özelleşmişlik derecesinin kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmiştir.

Kayıt altına alınan ustalardan sadece 1 tanesinin 5. derecede özelleşmiş tezgâh ve/veya teçhizatı bulunurken, 46'sının (%81) tezgâh ve teçhizatının standart derecede olduğu saptanmıştır. Teçhizattaki özelleşme aletin özel bir tasarıma sahip olması durumundan çok aletin ustası tarafından uzun yıllardır kullanılmasından kaynaklanmaktadır.

“... Bizim sonuçta kendi aletlerimiz var. Kendi hazırladığımız, kendi parçalarımızı yaptığımız ama tabii onlar kendimize özgü. Tabii ustadan ustaya değişir. O şekilde farklı şeylerde kullanıyoruz. Aletler kullanıyoruz. Literatürde olmayan, teknik olarak belli bir şablon içinde olan aletler var. Bir de ustaların kendilerine göre hazırladığı aletler var. Mesela biz elmasa gratar atıyoruz. Gratarı, mesela üç köşe eğe kullanıyoruz diyelim köşelerde, tesviyelerde, belli bölgelerde. Bir süre sonra bizim üç köşe eğemiz bitiyor, kullanılmaz hale geliyor. Biz onu bileyi taşında farklı bir teknikle gratar teli olarak çeviriyoruz. O ne oluyor? Tekrar kullanılıyor. Onu da yani geçmişte ustalarımızdan öğrendiğimiz teknikle yapıyoruz... Ama bir aletçide, malzemecide satılmıyor. Dünyanın hiçbir yerinde gidip ‘gratar alacağım’ deyin, yoktur. Biz onu eski ustalarımızdan öğrendiğimiz şekilde eğeyi başka bir alete çevirip kullanabiliyoruz.” Usta Kodu: U020, Görüşme

Görüşme yapılan ustanın tezgâh ve teçhizatının özelleşmişlik seviyesi Tablo 9.4.1.'de gösterilmiştir.



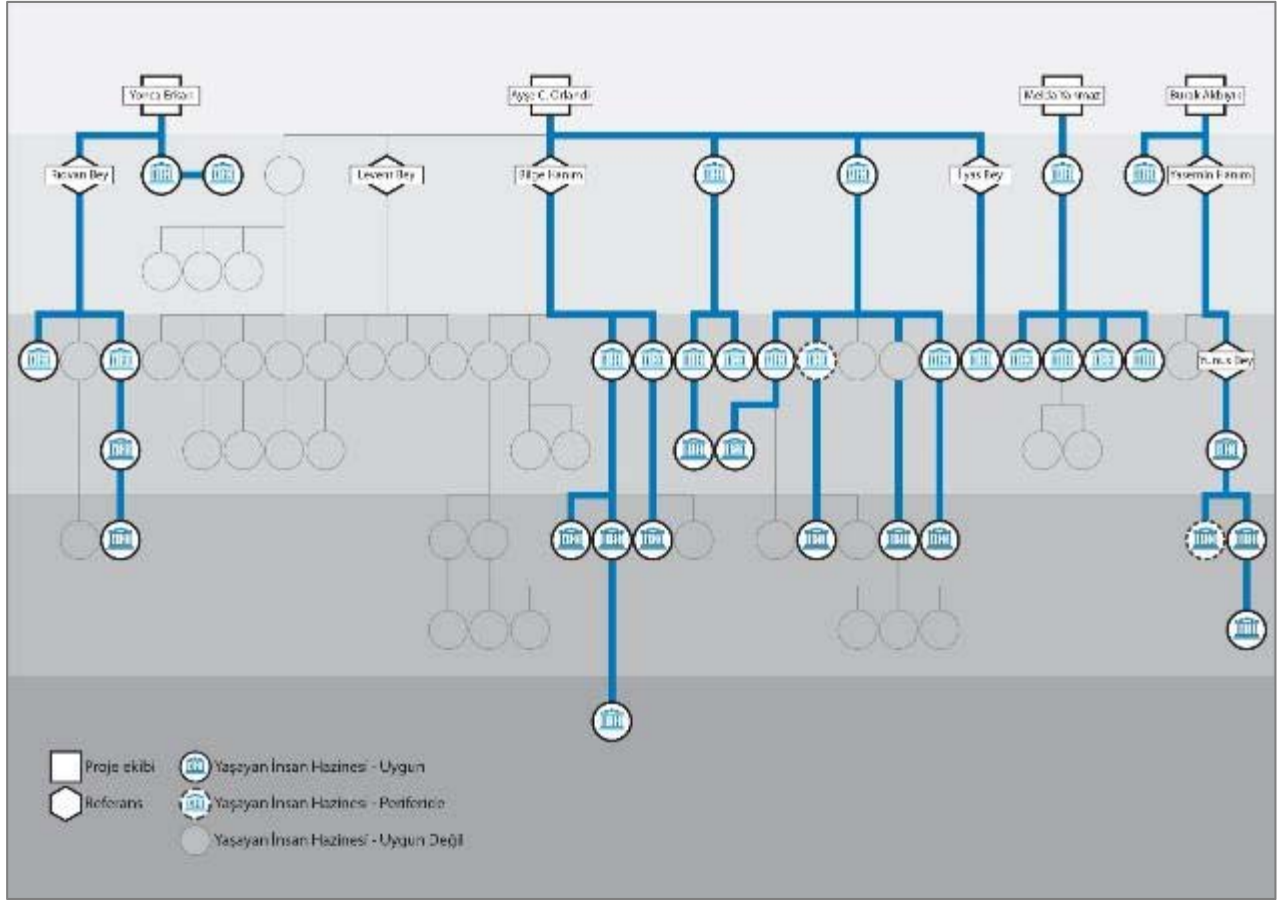
**Tablo 9.4.1.** Görüşme Yapılan Ustanın Tezgâh ve Teçhizatının Özelleşmişlik Seviyesini Gösterir Sayısal Grafik

## 9.5. SAHA BULGULARININ UNESCO SOMUT OLMAYAN KÜLTÜR MİRASI YİH KRİTERLERİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Geleneksel el sanatlarından olan kuyumculuk sözlü geleneğin aktarımı yolu ile yüzyıllardır ustalardan çıraklara aktararak günümüze kadar varlığını sürdürmüştür. Ancak yaygın olarak ifade edildiği ve proje aracılığıyla araştırıldığı üzere bu mesleğin geleneksel olarak uygulanma biçimi yok olmaktadır. Bu yok oluşun sebepleri bu çalışmanın farklı bölümlerinde ele alınmaya çalışılmıştır. Bu bölümde saha verilerine dayanarak geleneğin yaşatıcısı konumundaki ustaların Somut Kültürel Miras açısından değerlendirilmesi yapılacaktır. Özellikle, geleneksel yolla üretim yapan kuyumcuların somut kültürel miras temsilcisi olarak UNESCO'nun "Yaşayan İnsan Hazine"leri" kriterlerini ne oranda karşıladıkları inceleme konusudur. Yaşayan İnsan Hazine"leri Programı, geleneğin temsilcisi olan nitelikli kişileri dünyada tanıtmayı ve böylelikle temsilcisi oldukları geleneğin yaşatılmasına destek olmayı ilke edinmiş bir girişimdir.

Altıncı bölümde detaylı olarak anlatıldığı gibi, somut öğelerinin korunması kültürel miras korumanın yalnızca bir bölümünü oluşturmaktadır. Bütüncül bir koruma yalnızca fiziksel olarak yapılarının özgün değerleriyle geleceğe aktarılmasından ibaret değildir; fiziksel çevreyi yaratan ve yaşatan, kültürün üreticisi konumundaki insan ve gelenekleridir. Geleneksel çarşılar gerek fiziksel özellikleri gerekse barındırdıkları ürünler, onları üreten ustalar ve üretim gelenekleriyle zengin birer kültür deposudur. İstanbul Kapalıçarşı, 15. yüzyıldan beri aynı amaçla hizmet veren bir ticaret alanıdır. İslam dünyasında yaygın olarak karşımıza çıkan kapalı çarşı yapı tipinin en eski ve en etkileyici örneklerinden biridir. Kendinden sonra inşa edilmiş olan yapılara örnek olmuştur. Kapalıçarşı kendi sınırlarının ötesinde etrafını saran hanlarla bir bütün oluşturmaktadır; tarihsel süreç içerisinde biri diğerinden ayrılamaz durumdadır. Kapalıçarşı günümüzde perakende satışın yapıldığı yerdir; hanlar ise fabrika üretimi dışındaki üretimin gerçekleştiği alanlardır.

2013-2015 yılları arasında Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda kartopu metodu ile yürütülen saha çalışmasında toplamda 57 usta ile görüşülmüştür. Görüşmelere yön veren kartopu örneklem oluşturma metodu kullanılarak 4 adet 'tetikleyici bilirkişi' referanslarıyla elde edilen bağlantılar aracılığı ile geniş bir örneklem grubuna erişilmiştir. Kartopu yöntemi kullanılarak sahada ulaşılan ve UNESCO YİH kriterlerini karşılayan ustaların bağlantıları Şekil 9.5.1.'de gösterilmektedir.

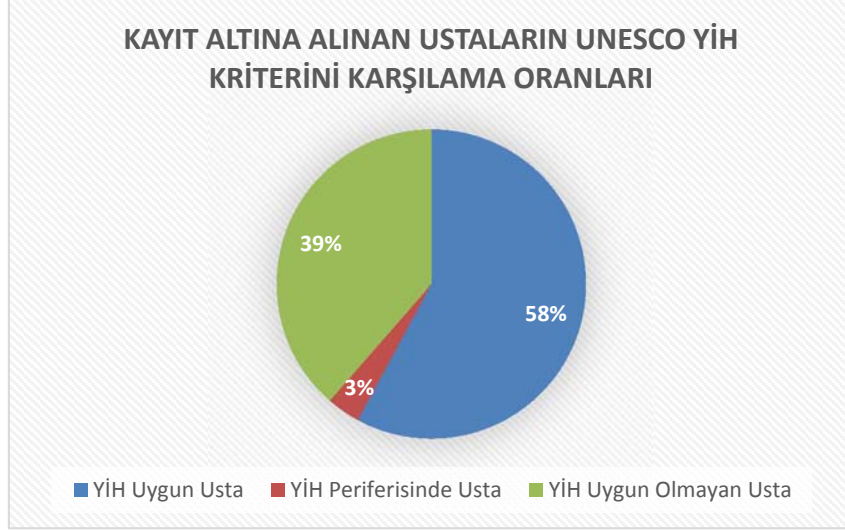


**Şekil 9.5.1.** Proje Sürecinde Kartopu Yöntemi ile Kurulan İlişkiler Ağında UNESCO YİH Kriterlerine Uygunluk

Bu ustaların tespiti için toplam 48 saha ziyareti gerçekleştirilmiştir. Yapılan tespitlerde ziyaret edilen birim atölyede birden fazla usta kayıt altına alınmıştır. Saha ziyaretlerinde atölye başına 1.14 usta düşmektedir. Yapılan derinlemesine görüşmelerde bu tespitin gerekçelerini açıklayan ifadeler yer verilmiştir. Öncelikle askerlik öncesi çıraklığını tamamlayan kişi askerlik sonrası, 19–20 yaşlarına geldiğinde kendi dükkânını açmaktadır. Aynı atölyede birkaç usta birlikte çalışmanın pek sık uygulanan bir yol olmaması, kişiye özel olarak üretilen mücevherler için ustaların tasarımlarını ya da becerilerini diğer ustalardan gizleme ihtiyacında oldukları ile ilişkilendirilmiştir. Özellikle baba-oğul birlikte çalışan ustalar bu kuralı bozmaktadır. Tarihsel veriler Osmanlı Dönemi’nde Rumların da yaygın olarak kuyumculukla ilgilendiklerini göstermektedir. Ancak YİH niteliğine sahip kişiler arasında günümüzde ustasının Rum olduğunu belirten kişi sayısı 1’dir.

UNESCO tarafından belirlenen Yaşayan İnsan Hazinesi kriterleri 6. Bölüm’de aktarılmıştır. Aynı bölüm içinde aktarılan bu kriterler beceri, adanmışlık, gelişme kapasitesi ve bilgisini aktarma ana başlıkları ile tarif edilebilir. Bu kriterler esas alınarak yapılan bir sınıflandırmada geleneksel yolla üretim yapan kuyumcuların %58’inin (33 usta) Yaşayan İnsan Hazinesi tanımlamasına uyduğu görülmüştür. Temas kurulanlar arasındaki 22 ustanın bu kriterleri karşılamadığı, iki ustanın ise becerileri açısından çok

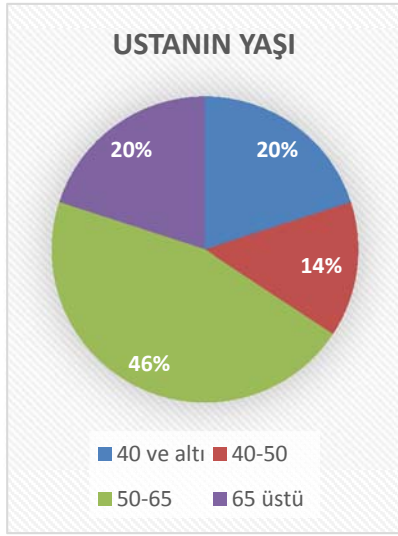
nitelikli olmasına rağmen kriterlerin tümünü karşılamıyor olmak sebebiyle çeperde kaldığı tespit edilmiştir. Kayıt altına alınan ustaların UNESCO YİH kriterini karşılama oranları Tablo 9.5.1.'de gösterilmiştir.



**Tablo 9.5.1.** Kayıt Altına Alınan Ustaların UNESCO YİH Kriterini Karşılama Oranlarını Gösterir Sayısal Grafik

### Değerlendirmeler

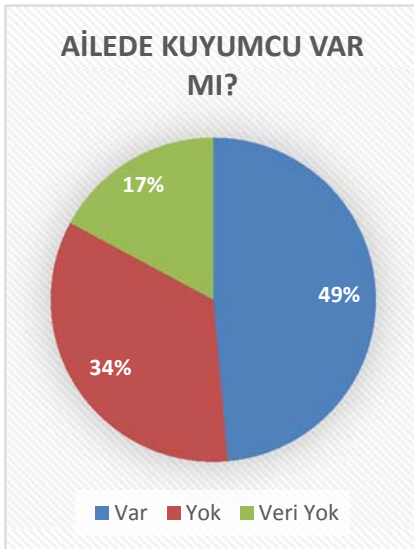
Sahada görüşülen 57 ustanın yaş dağılımlarına bakıldığında 20'sinin (%35) 50–65 yaş aralığında, 17'sinin (%30) 40 ve altı yaş aralığında, 11'inin (%19) 65 ve üzeri yaş aralığında, 9'unun (%16) ise 40–50 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu oranlar YİH kriterlerini karşılayan ustalar (33+2 kişi) söz konusu olduğunda değişmektedir. YİH kriterlerini karşılayan 51–65 yaş aralığındaki ustaların sayısı 16'dır (%46). 65 yaş üstü ve 40 yaş altı gruplar 7 kişi (%20) ile temsil edilmekte, 40–50 yaş arasındaki grup ise 5 kişi ile %14 oranında temsil edilmektedir. Buradan **YİH kriterlerini karşılayan ustaların büyük oranda 50-65 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır.**



Yaş	65+	51-65	41-50	40 altı
<b>Tüm Popülasyon</b>	19	35	16	30
<b>YİH Grubu</b>	20	46	14	20

**Tablo 9.5.2.** YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Yaş Aralıklarını Gösterir Sayısal Grafik

Sahada görüşülen 57 ustanın, yarıya yakınının yani 28 kişinin (%49) ailesinde kuyumcu olduğu anlaşılmaktadır. Bu oran YİH kriterlerini karşılayan ustalar (33+2 kişi) söz konusu olduğunda değişmemiş, aynı kalmıştır. Ancak YİH kriterlerini karşılayan ustalar arasında ailesinde kuyumcu olmadığını ifade edenlerin sayısı az bir farkla daha yüksektir.

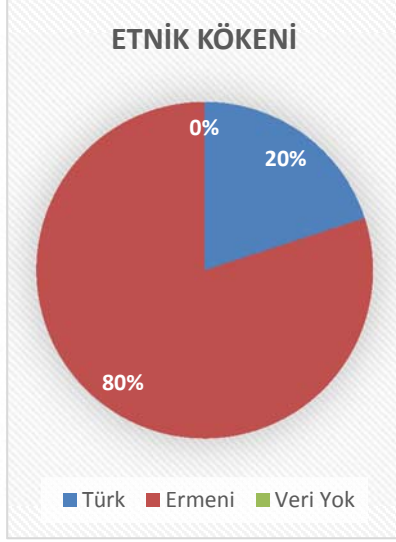


Var %	Yok %	Veri Yok %	
<b>Tüm Popülasyon</b>	49	32	19
<b>YİH Grubu</b>	49	34	17

**Tablo 9.5.3.** YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Ailesinde Kuyumcu Olanları Gösterir Sayısal Grafik

Yapılan saha çalışmasında ustaların etnik özellikleri doğrudan bir soru olarak yöneltilmemiş olsa da, ustaların büyük bir bölümü hem kendi etnik kökenlerini, hem de ustasının etnik kökenini belirtme ihtiyacı duymuşlardır. Sahada görüşülen 57 ustanın 36'sı (%63) Ermeni'dir. Bu oranlar YİH

kriterlerini karşılayan ustalar (33+2 kişi) söz konusu olduğunda değişmektedir. Buradan hareketle YİH kriterlerini karşılayan kişilerin 28'inin (%80) Ermeni kökenli olduğu anlaşılmaktadır. Bir başka ifadeyle, **Ermeni ustalar, YİH kriterlerini karşılayan ustalar arasında çoğunluğu oluşturmaktadır.**

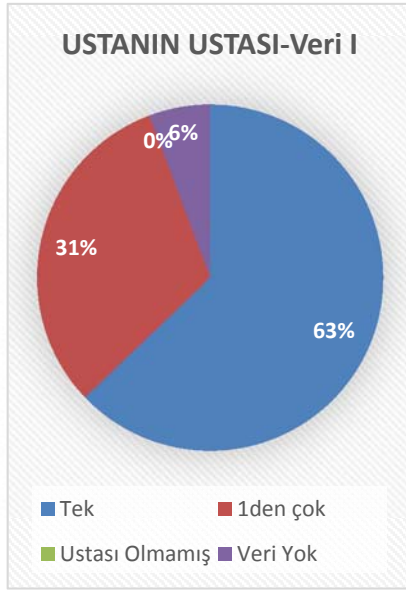


	Türk %	Ermeni %	Veri Yok %
<b>Tüm Popülasyon</b>	30	63	7
<b>YİH Grubu</b>	20	80	0

**Tablo 9.5.4.** YİH Kriterlerini Karşılayan Ustaların Etnik Kökenlerini Gösterir Sayısal Grafik

Sahada görüşülen 57 ustanın ustası/ustaları hakkında yapılan tespitlerde, ustaların 33'ü (%58) tek ustanın yanında yetiştiğini, 19'u (%33) birden çok ustası olduğunu ifade etmiştir. Bu grup arasında %2'lik bir grup hiçbir ustanın yanında yetişmediğini ifade etmiştir.

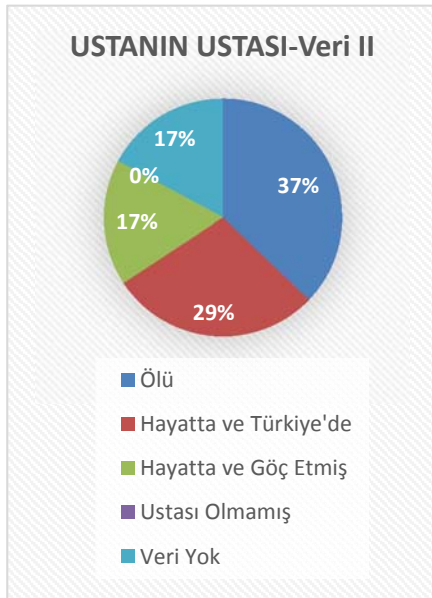
Bu oranlar YİH kriterlerini karşılayan ustalar söz konusu olduğunda değişmektedir. YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta grubunda, ustaların 22'sinin (%63) tek ustanın yanında yetiştikleri anlaşılmaktadır. Birden çok usta yanına çalışanlar 11 kişidir (%31). Buradan **YİH kriterlerini karşılayan ustaların tamamının mesleğini bir ustadan öğrendiği anlaşılmaktadır.**



	Tek %	Birden Çok %	Ustası Yok %
<b>Tüm Popülasyon</b>	58	33	2
<b>YİH Grubu</b>	63	31	0

**Tablo 9.5.5.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Ustalarının Sayısını Gösterir Sayısal Grafik

Sahada görüşülen 57 ustanın 19'unun (%33) ustası hayatta ve Türkiye'de iken, bu oran, YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta grubunda 10 ustaya (%29) düşmektedir. Sahada görüşülen 57 ustanın 6'sının (%10) ustası yurtdışına göç etmiştir. Bu oran YİH niteliğindeki ustalar arasında 6 usta ile %17'ye yükselmektedir. Buradan **nitelikli çıraklar yetiştiren ustaların, büyük bir olasılıkla kendileri de nitelikli olduklarından yurtdışına göç ettikleri tespit edilmektedir.**



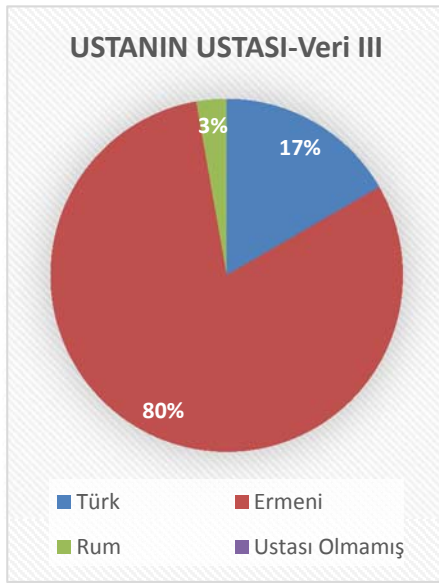
	Türkiye'de %	Göç Etmiş %
<b>Tüm Popülasyon</b>	33	10
<b>YİH Grubu</b>	29	17

**Tablo 9.5.6.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Ustalarının İkametlerini Gösterir Sayısal Grafik

Daha önce de belirtildiği gibi, sahada yapılan görüşmelerde görüşülen ustanın ustasının etnik



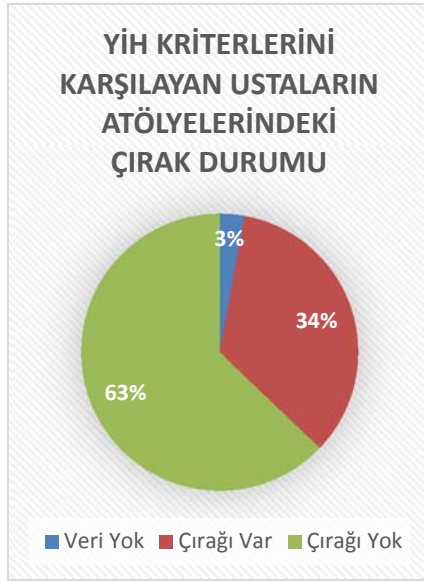
kökenine ilişkin doğrudan bir soru yöneltilmemesine rağmen, ustaların çoğunluğu bu bilgiyi paylaşma ihtiyacı hissetmişlerdir. Sahada görüşülen 57 ustanın 14'ünün (%24) ustası Türk, 38'inin (%64) ustası Ermeni, 1'inin (%2) ustasının Rum olduğu görülürken, YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta grubunda ustası Ermeni olanların oranı 29 usta ile %80'e yükselmektedir. Bir önceki analizde YİH kriterlerini karşılayan ustaların ustalarının %17'sinin yurtdışına göç ettiği tespiti, yurtdışına gidenlerin büyük oranda Ermeni'ler olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bir önceki jenerasyon arasında (ustanın ustası) Rum usta görmek mümkünken (1 kişi, U0056), saha çalışmaları sırasında görüşülen 57 usta arasında Rum usta bulunmamaktadır.



	Türk %	Ermeni%	Rum%
<b>Tüm Popülasyon</b>	24	64	2
<b>YİH Grubu</b>	17	80	3

**Tablo 9.5.7.** YİH Kriterlerini Karşılayan Ustaların Ustalarının Etnik Kökenini Gösterir Sayısal Grafik

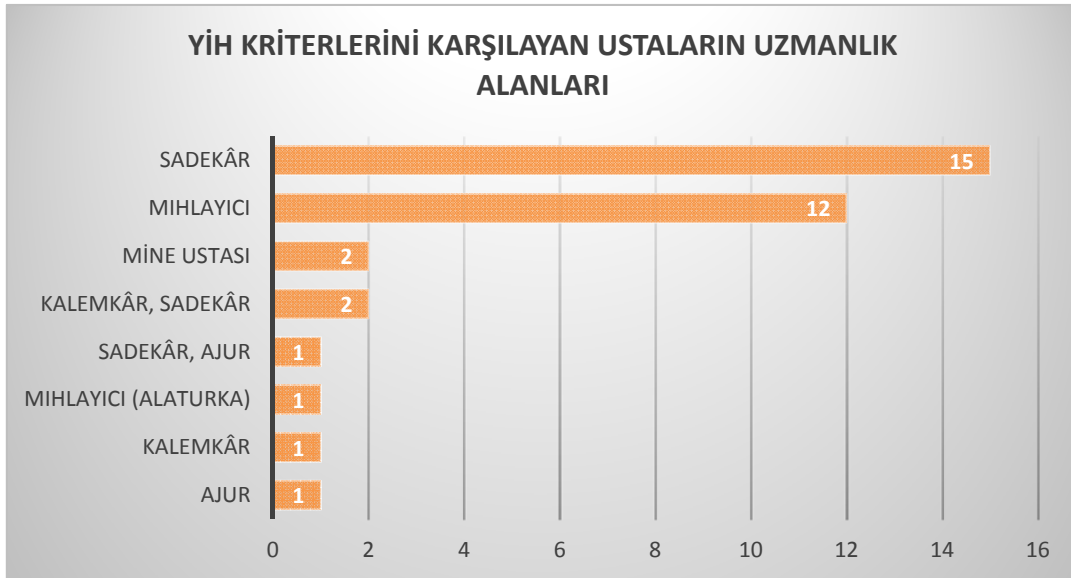
UNESCO'nun Yaşayan İnsan Hazineleri kriterlerinden biri olan 'bilgisini çıraklara aktarma' şartı günümüz koşullarındaki Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda üretim yapan ustaların değerlendirilmesinde karşılaşılan en kırılğan noktalardan biridir. Ustalar geçmiş dönemlerde çok sayıda çırak yetiştirmiş olmaları sebebiyle Yaşayan İnsan Hazineleri kriterlerini karşılasalar dahi, günümüzde YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta arasında çırak yetiştiren usta oranı azdır (%34). Çırakların varlığı, geleneğin geleceğe aktarılmasının garanti altına alındığının göstergesi olarak değerlendirilmelidir. **Çırakların olmadığı bir ortam ise mesleğin büyük oranda yok olmaya başladığının önemli bir göstergesidir.**



	Yok %	Var %
<b>Tüm Popülasyon</b>	74	26
<b>YİH Grubu</b>	63	34

**Tablo 9.5.8.** YİH Kriterlerini Karşılaman Ustaların Atölyelerindeki Çırac Durumunu Gösterir Sayısal Grafik

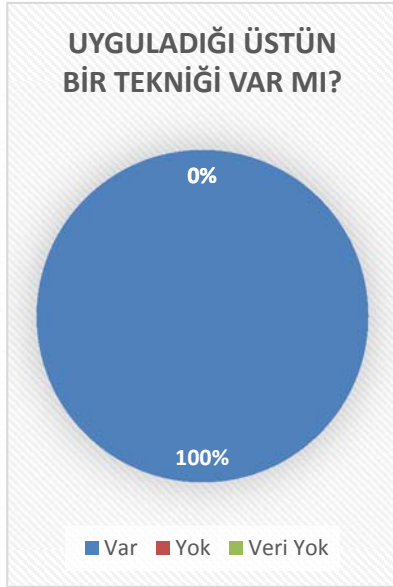
Tespit edilen ustaların uzmanlık alanlarına bakıldığında saha araştırmasında görüşülen 57 ustanın büyük oranda sadekârlik ve mihlayıcılıkta yoğunlaştığı görülmektedir. Bu oran YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta grubunun içinde 15 kişi sadekâr, 12 kişi mihlayıcı, 2 kişi mineci ve diğer şeklinde dağılmaktadır. **Buradan YİH kriterlerini taşıyan kişilerin kuyumculuk geleneğini yaşatan kişiler olarak alt uzmanlıklara hala sahip olduklarını göstermektedir.**



	Sadekâr	Mıhlıyıcı	Mineci	Kalemkâr	Diğer
<b>Tüm Popülasyon</b>	28	12	3	3	11
<b>YİH Grubu</b>	15	12	2	2	4

**Tablo 9.5.9.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Uzmanlıklarını Gösterir Sayısal Grafik

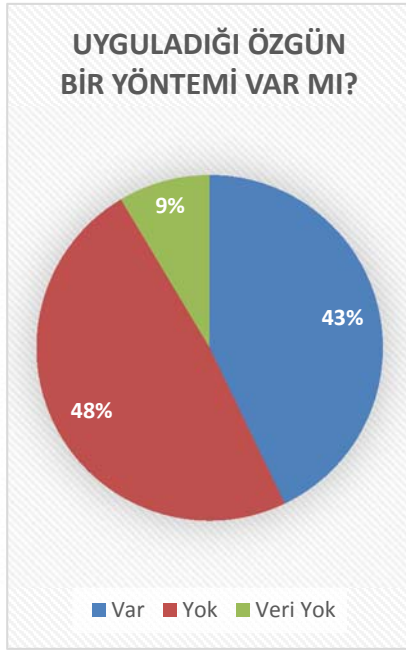
Yapılan görüşmelerde öncelikle ustanın bir uzmanlığı olup olmadığı sorulmuş, ardından uzmanlığı dâhilinde kendisini diğer ustalardan ayıran özel olarak geliştirdiği, kendine ait bir tekniğinin olup olmadığı sorulmuştur. Sahada görüşülen 57 ustanın 54'ü (%95) üstün bir teknik uygulamakta olduğu ifade ederken, bu oran YİH niteliğindeki ustalar arasında %100'e ulaşmaktadır. Buradan **YİH kriterlerini taşıyan kişilerin araştırma grubu tarafından kriterlere uygunluğunun belirlenmesi ile kişinin kendisini değerlendirmesinin örtüştüğü anlaşılmaktadır.**



	Var %	Yok %	Veri Yok %
<b>Tüm Popülasyon</b>	85	2	3
<b>YİH Grubu</b>	100	0	0

**Tablo 9.5.10.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Uyguladığı Üstün Bir Tekniğin Varlığını Gösterir Sayısal Grafik

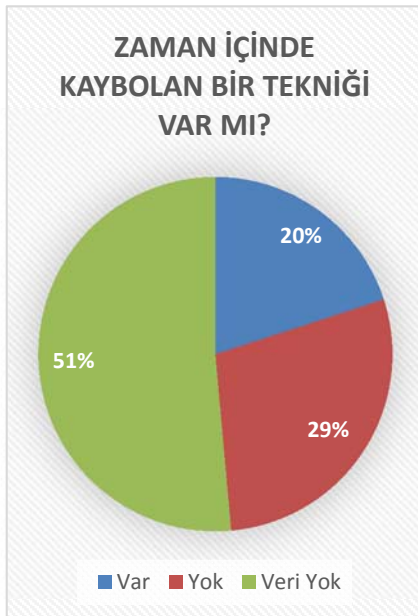
Sahada görüşülen 57 ustanın 19'u (%33) kendilerine özgü bir kuyum tekniği kullandığını ifade ederken bu oran YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta arasında 15 usta ile %43'e yükselmektedir. Buradan **YİH kriterlerini karşılayan ustaların özgünlük açısından diğer gruptan ayrıştığını göstermektedir.**



	Var%	Yok%	Veri Yok%
<b>Tüm Popülasyon</b>	33	49	18
<b>YİH Grubu</b>	43	48	9

**Tablo 9.5.11.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Uyguladığı Özgün Bir Yöntemin Varlığını Gösterir Sayısal Grafik

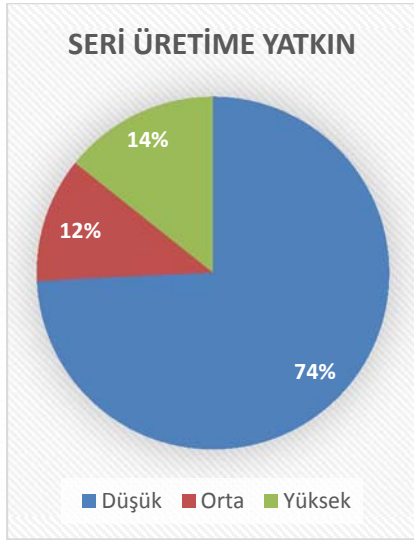
Sahada görüşülen 57 ustaya zaman içinde kaybolan tekniklerinin olup olmadığı sorulduğunda 10 usta (%17) 'evet' cevabını vermiştir. Bu oran YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta arasında 7 kişi ile %20'ye yükselmektedir. Bu durum **YİH kriterlerini karşılıyan ustaların geçmişte daha zengin ve çeşitli bir üretim tekniği bilgisine sahip olduklarını ve bunu korumakta zorlandıklarını göstermektedir.**



	Var %	Yok%	Veri Yok%
<b>Tüm Popülasyon</b>	17	32	51
<b>YİH Grubu</b>	20	29	51

**Tablo 9.5.12.** YİH Kriterlerini Karşılıyan Ustaların Uyguladığı Özgün Bir Tekniğin Zaman İçinde Kaybolduğunu Gösterir Sayısal Grafik

Sahada görüülen 57 ustanın 21'inin (%37) seri üretime yüksek oranda yatkın, 8'inin (%14) orta düzeyde yatkın olduğu, 28'inin (%49) ise seri üretime yatkınlığının az olduğu tespit edilmiştir. Bu oranlar YİH kriterlerini karşılayan ustalar söz konusu olduğunda değişmektedir. Buna göre; YİH niteliğindeki toplam 33(+2) ustanın sadece 5'i (%14) seri üretime yüksek oranda yatkındır. Buradan, **geleneğin temsilcilerinin seri üretime eğilimli olmadığı anlaşılmaktadır.**



	Yüksek %	Orta %	Düşük%
<b>Tüm Popülasyon</b>	37	14	49
<b>YİH Grubu</b>	14	12	74

**Tablo 9.5.13.** YİH Kriterlerini Karşılayan Ustaların Seri Üretime Yatkınlığını Gösterir Sayısal Grafik

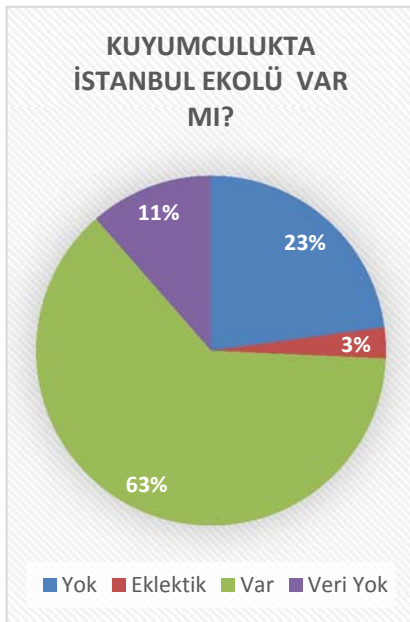
Sahada görüülen 57 ustanın 27'sinin (%53) bilgisayar destekli üretim yaptıkları tespit edilmiştir. Bu oran YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta arasında 13'e (%37) düşmektedir. Bu veriler, **YİH niteliğindeki grubun geleneğin sürdürücüsü olduğunu göstermektedir.**



	Evete (%)	Hayır (%)
<b>Tüm Popülasyon</b>	37	14
<b>YİH Grubu</b>	14	12

**Tablo 9.5.14.** YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların Bilgisayar Destekli Üretimlerini Gösterir Sayısal Grafik

Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda geleneksel yolla üretim yapan kuyumcuların ürettikleri malların İstanbul'a özgü bir niteliğinin olup olmadığı hakkında sahada görüşülen 57 ustanın 33'ü (%58) İstanbul Ekolü olarak tanımlanabilecek bir farklılaşmanın olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu oran YİH niteliğindeki toplam 33(+2) usta arasında 22 usta ile %63'e yükselmektedir. Her iki grup içinde %2-3'lük bir grup, İstanbul ekolünü eklektik bir üslup olarak tanımlamayı tercih etmiştir. Bu durum **YİH kriterlerini karşılayan ustaların üretilen işlerin niteliğine dair daha nitelikli gözlem yapabildiklerini göstermektedir.**



	Var	Yok	Eklektik	Veri Yok
<b>Tüm Popülasyon</b>	58	21	2	19
<b>YİH Grubu</b>	63	23	3	11

**Tablo 9.5.15.** YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustaların İstanbul Ekolünün Varlığını Tanımasını Gösterir Sayısal Grafik



---

Ürün: Yüzük

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U53, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 06/02/15, 15:21



**Resim 9.5.1.** YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği I

---

Ürün: Bilezik

Usta Kodu ve Uzmanlık Alanı: U45, Sadekâr

Veri Tarihi ve Saati: 13/10/14, 15:38



**Resim 9.5.2.** YİH Kriterlerini Karşıllayan Ustalar Arasında İnovasyon Potansiyeli Yüksek, Çağdaş Ürün Dili Taşıyan Ürün Örneği II



## 10. SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Türkiye mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte küresel pazarlarda fiyat avantajıyla tedarikçi olarak rekabet üstünlüğü sağlamış, ancak küresel pazarlarda rekabet edebileceği lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikte, farklılaşma avantajı sağlayabilen bir tasarım kimliği ortaya koyamamıştır. Dünya kuyumculuğunun en eski ve en önemli mirası bugünkü Türkiye coğrafyası içinde yer almaktadır ve üretimin tamamına yakını İstanbul’da, 550 yıllık kuyumculuk mirasının geleneğini taşıyan Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda yapılmaktadır. Yapılan görüşmelerde bu işin tarihi konumunda yapıyor olmasının özellikle işbirliği ve esnek üretimi desteklediği vurgusu, Tarihi Yarımada’nın yaratıcı üretim ortamı olarak vazgeçilmezliğine işaret etmektedir. Araştırma projesinin sonuçlarının Türkiye’nin en önemli kültür varlıkları arasında yer alan Kapalıçarşı ve çevresinin yeniden yapılandırılması ve işlevlendirilmesi sürecine katkıda bulunması ve önemli bir stratejik kaynak olması beklenmektedir.

Zanaat olarak kuyumculuk, kültürün yansıtıldığı ‘somut olmayan unsurların’ en zenginlerinden biridir. Zanaatın yaşatılmasında geleneksel üretim biçimlerinin ve gelenek taşıyıcıları olan ustaların rolü büyüktür. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen saha araştırmasında amaçlanan, kültürün somut olmayan unsurlarının geleceğe aktarılmasını sağlayan yaşayan insan hazinelerinin güncel olarak tesbiti işidir. İstanbul kuyumculuğu için değerli kabul edilen geleneksel üretim yapan kuyumcuların ne oranda canlılığını koruduğunun ve gelecek için nasıl bir potansiyel taşıdığı belirlenmesi araştırma bağlamında önem taşımaktadır. Bir başka önemli konu da, geçmişten gelen bu geleneğin Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlardaki sürekliliğinin tespiti ve incelenmesidir.

Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin amacı; el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin saptanmasıdır. Kültürel miras kapsamında yaratıcı bir endüstri olarak değerlendirilen mücevher endüstrisinin en büyük üretim merkezi olan Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda güncel olarak varlığını sürdüren üretim süreç ve tekniklerinin mevcut durumunun saptanması ve ürünler üzerinden bir envanter oluşturulması araştırma projesi sürecinde erişilmek istenen sonuçlar olarak belirlenmiştir. Proje disiplinlerarası bir yapı içinde, endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanmıştır. Bu bağlamda sınıflandırılan bulgular 9. Bölüm’de aktarılmıştır. Sonuç bölümü üç alt başlık altında kurgulanmış olup, önermeler bu başlıklarda yer alan değerlendirmelerden sonra aktarılmıştır.

## 10.1. GELENEKSEL KUYUMCULUK ÜRETİMİNİN TEKNOLOJİK GELİŞİM KARŞISINDAKİ EVRİMİ

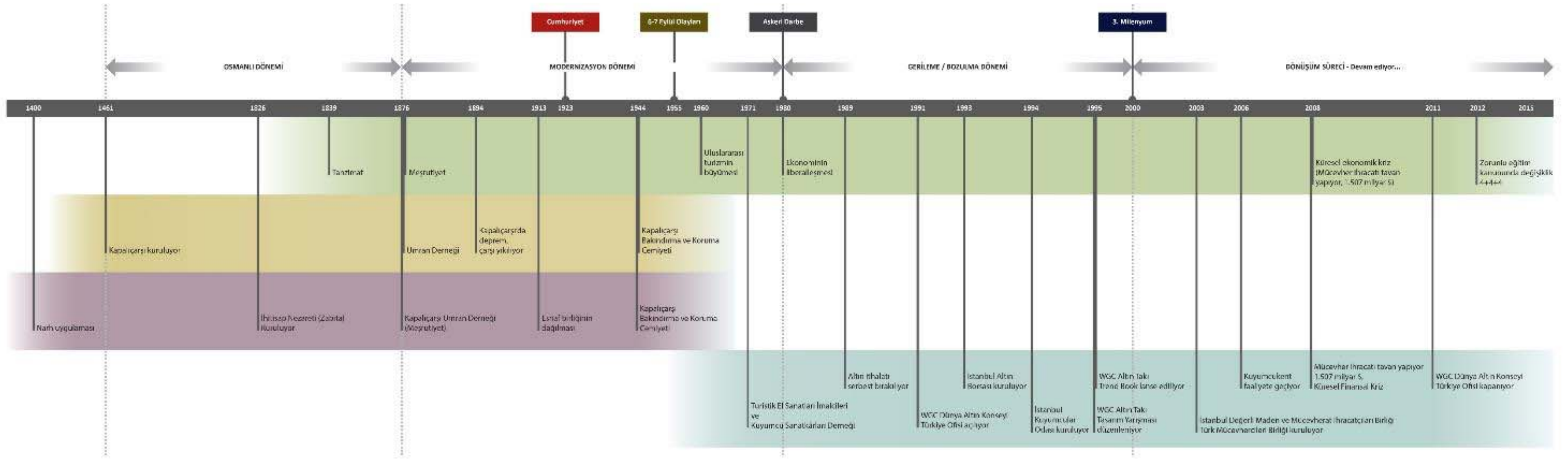
Yukarıda da belirtildiği üzere; Kapalıçarşı kuyumculuğu olarak bilenen zanaat kökenli, geleneksel üretim yapısının yeniliğe olan yatkınlığı yürütülen proje aracılığıyla doğrulanmıştır. Bu potansiyelin ürün, ürünü meydana getiren mekân ve insan kaynağından oluşan bir üçayaktan oluştuğunu ve üç ayağın birbiriyle olan etkileşiminden doğduğunu gözlemliyoruz. Kuyumculuk, geleneksel el sanatlarımızdan malzemesi metal olan bir zanaat türüdür. Tarihi geçmişimiz kuyum üretimine verilen önem dolayısıyla zengin bir mirasa sahiptir. Bu geleneğin üretildiği alan ve onu üreten ustalar da bu mirasın yaşayan bir parçasıdır. Ancak, **Kapalıçarşı ve çevresinde var olan geleneksel yolla üretim modeli (kümelenme) çözülmektedir; tüm bulgular bu yapının yok olmakta olduğunu göstermektedir.**

Bu çözümlenin arkasındaki başlıca tetikleyici faktörler; *tarihsel süreç içinde Çarşı'nın kuruluşundan günümüze kadar çeşitli katmanlarda izlediğimiz teknolojik gelişmeler, iktisadi dönüşümler, sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik dönüşümler ve bu dönüşümlere paralel izlenen kitle tüketim dinamikleridir.* Tarihsel bağlamda toplumsal yapıdaki değişimin Kapalıçarşı kuyumculuğunu besleyen üretim ve tüketim mekanizmalarındaki dönüşümü beraberinde getirdiğini izlemekteyiz.

### **Kapalıçarşı Zaman Çizelgesi ve Kapalıçarşı Kuyumculuğunun Dönüşüm Evleri**

Kapalıçarşı'nın fiziksel tahribatı, geçirdiği yangınlar ve depremler üzerinden izlenebilmekteyken, Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda gerçekleşen mücevher üretiminin de dâhil olduğu zanaat faaliyetlerinin yoksunlaşmasının arka planını anlayabilmek için Osmanlı İmparatorluğu'ndan Cumhuriyet'e ve günümüze uzanan zaman dilimindeki önemli toplumsal olayları da izlemek gerekmektedir. Üretici ve tüketici konumundaki insan, içinde bulunduğu ortam ile etkileşim içindedir. Kuyumculuk sektörünün mekânsal kümelenmesine, rekabet gücüne odaklı Şehir Bölge Planlama disiplini çerçevesinde yürütülen TÜBİTAK destekli araştırma projesi (Proje No. 107K242) kapsamında Kapalıçarşı dünyanın en eski ve en büyük kuyumcu kümesi olarak tanımlanmış, Çarşı'nın geleneksel üretim ortamı dört tarihsel evrede incelenmiştir. İlk evre, kuruluşundan 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar olan Osmanlı Dönemi'dir. İkinci evre, 1980'lere kadar modernleşme dönemi olarak, üçüncü evre 1980–2000 yılları arasında yaşanan duraklama ve gerileme dönemi olarak tanımlanmaktadır. Dördüncü ve son evre ise 2000 yılı sonrası ve hala devam etmekte olan bir dönüşüm süreci olarak tanımlanır. Kapalıçarşı'nın üçüncü ve dördüncü evrelerinde sektör Eminönü bölgesinden İstanbul metropoliten alanına yayılmıştır (Armatlı Köroğlu vd., 2010).

Kapalıçarşı'nın geçirdiği değişimleri kavramsal olarak dört dönemde ele alan Armatlı Köroğlu'nun (2009) çalışmasından hareketle oluşturulan aşığıdaki grafikte kuyumculuk sektörünü etkileyen faktörlere ek olarak, Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne ve günümüze uzanan süreçte yer alan önemli tarihsel dönüm noktaları, Kapalıçarşı'yı etkileyen tarihi olaylar, Kapalıçarşı esnaf teşkilat yapısına etki eden mekanizmalar, sektörleşme mekanizmasına etki eden faktörler de dikkate alınmıştır (Tablo 10.1.1).



- ◆ Tarihsel Dönüşüm Noktaları
- ◆ Kapalıçarşı'yı Etkileyen Tarihi Olaylar
- ◆ Kapalıçarşı Esnaf Teşkilat Yapısına Etki Eden Mekanizmalar
- ◆ Sektörleşme Sürecine Etki Eden Mekanizmalar

Tablo 10.1.1. Kapalıçarşı Zaman Çizelgesi ve Kapalıçarşı Kuyumculuğunun Dönüşüm Evleri (Armatlı Köroğlu'na (2009) referansla oluşturulmuştur.)

'Osmanlı Dönemi', Kapalıçarşı'nın kuruluşu ile başlayıp I. Meşrutiyet'e (1876) kadar 400 yıla yakın bir dönemi tarif eder. Bu yıllar tarımsal üretime dayalı bir düzenden dünya kapitalist ekonomisine entegre olmaya çalışan bir düzene kademeli bir geçişi temsil eder. Bu dönemde, esnafın örgütsel yapısı büyük oranda niteliğini değiştirmeden korumuş gözükse de, esnaf teşkilatı aslında küresel dinamiklerin yereldeki yansımalarıyla baş edecek direnç mekanizmaları geliştirmiştir. Osmanlı toplumu için Tanzimat (1839) önemli bir kırılma noktasına işaret eder. 19. yüzyılın ilk birkaç on yılında başlayıp 20. yüzyılın ilk birkaç on yılına kadar olan süre Osmanlı'nın modernleşme idealini toplumun her kesimini kapsayacak şekilde inşa etme sürecidir. Bu yıllarda özellikle mesleki ayrışmayı sağlayan örgütlenme ve eğitim alanlarında yapısal değişimler olmuştur. Bu yıllar aynı zamanda ulusalcılık akımının da etkisiyle Osmanlı tebeası olan etnik grupların Müslümanlar ile eşit haklar ile donatıldığı, yabancılara vergi ayrıcalıklarının tanındığı ve toplumun her alanını şekillendiren idari mekanizmanın baştan yaratıldığı bir dönemdir: Belediyelerin kurulması, eğitim kurumlarının dini eğitimden uzaklaşması, Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılıp modern ordunun kurulması (1826), esnaf örgütlenmesinin merkezi niteliğinin lağvedilerek sivil bir nitelik kazanması vb.

Tanzimat'tan hemen sonraki yıllar tüm dünyada endüstrileşmenin etkilerinin görünür olduğu ve aktif bir şekilde makinalaşmaya giden süreci tanımlar. 19. yüzyılın ortalarından itibaren buharlı aletlerin kullanılmaya başlanması devlet eliyle sanayileşmenin teşvik edildiği bir döneme işaret eder. Bu yıllarda mücevher üretimine motorlu aletler girmeye başlar. Ülkemizde Cumhuriyet'in ideolojisiyle örtüşen modernleşme arzusu Erken Cumhuriyet döneminde zanaat üretimini arka plana ittiyse de, zanaat üretimi mücevher üretiminde bütünüyle devre dışı kalmamıştır. Osmanlı'nın esnaf örgütlenmesi 1913'de dağılınca yerini 1944'da kurulan Kapalıçarşı Bakındırma ve Koruma Cemiyeti adlı sivil bir yapıya bırakmıştır.

Bu süreci kullanıcıların değişen profili üzerinden de okumak yararlı olacaktır. Osmanlı İmparatorluğunun hüküm sürdüğü yıllar boyunca saray mensupları ve dönemin ileri gelenleri mücevher talebini yaratan en önemli kitledir. Bugünkü anlamda sıradan halkın ne oranda mücevhere erişimi olduğu daha az bilinen bir konudur. Cumhuriyet'le birlikte yüzyıllardır talebi yaratmakta olan kitlenin bir anda kaybolduğu ve Cumhuriyet yeni elitlerini yaratana kadar bir boşluk oluştuğu düşünülmektedir.

Bir diğer katman da mücevher üretimini yapan esnafın yapısı üzerinden izlenmelidir. Osmanlı döneminde esnaf birliklerinin önceleri fütüvvet geleneğine bağlı olarak yalnızca Müslüman esnafı kapsadığı, daha sonra gayrimüslimlerin birliklere kabul edildiği bilinmektedir. Ancak bu genel kuralın kuyumculukla bağlantılı esnaf türleri için geçerli olmayabileceğini düşündüren verilere sahibiz. I. Selim (1512-1520) ve Kanuni Sultan Süleyman dönemlerinde (1520-1566), kuyumculuk alanında önemli

görevleri Rum ve Ermeni ustaların üstelendiği bilinmektedir. Yalnızca Osmanlı tebeası olan gayrimüslimler değil, fetihlerle uzak diyarlardan getirilen usta kuyumcular da aktif olarak bu alanın parçası olmuşlardır. Ticaret için İstanbul'a gelen yabancı kuyumcular da ürünleri saraya ulaştıracak mekanizmalar yaratmışlardır.

Tarihsel belgelerde Rum, Ermeni ve Yahudi ustaların izleri bulunabilir. Yahudi azınlığın ramatçılık, değerli taş ve inci ticareti gibi daha tanımlı alanlarda etkin olduğu görülürken, mücevher üreticisi olarak etkin konumda olan Rumların 19. yüzyılda yerlerini Ermenilere bıraktıkları gözlemlenir. Osmanlı Dönemi'nin son yıllarında ise Ulusalcılık akımı, I. Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan etnik kimliklerdeki ayrışma gayrimüslimlerim toplumsal yaşamdaki konumlarını değiştirmiştir. Benzer şekilde Cumhuriyet'in ilk yıllarından başlayarak gerçekleşen Mübadele Dönemi, Varlık Vergisi düzenlemesi ve 6-7 Eylül olayların yarattığı kırılmalar, Osmanlı toplumsal yapısının bir parçası olarak kabul edilegelmiş gayrimüslim tabakanın ülkeyi terk etmesiyle sonuçlanmıştır. Gayrimüslimlerin pek çok ticari faaliyet alanında olduğu gibi mücevher üretimi ve tüketiminde de belirleyici konumda olmaları sebebiyle toplumsal yapıdaki bu değişim kuyumculuk alanını da derinden etkilemiştir.

Cumhuriyet'in ilk yıllarının geride bırakıldığı 1950'lerden başlayarak Erken Cumhuriyet döneminin anti-empyralist ulusalcı devlet politikaları yerini liberal politikalara, devlet destekli endüstrileşme ise yerini rekabetçi endüstrileşmeye bırakmıştır. Yine de 1980'lere gelene kadar altın ithalatının yasak olması, bu sektörün yasadışı faaliyet göstermesine neden olmuştur. 1980 yılında gerçekleştirilen askeri darbe ise toplumsal ve ekonomik yapıda yaklaşık on yıl boyunca etkisini hissettirecek bir değişime sebep olmuştur. Bu ortamın yarattığı koşullar zanaat ve sanatsal üretim için ideal olmaktan uzaktır. Ancak 1989 yılında Merkez Bankası'nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla Türkiye'de altın kaçakçılığına son verilmiş, altın ithal ve ihracı yasal yollardan yapılmaya başlanmıştır. Bu ise mücevher sektörünün hızlı bir gelişme sürecine girmesine neden olmuştur. Mücevher sektörünü etkileyen bir diğer önemli gelişme ise 1995 yılında İstanbul Altın Borsası'nın kurulması olmuştur. Böylelikle ihracat alanında da başarılar elde edilmeye başlanmıştır. İstanbul Altın Borsası'nın faaliyete geçmesi altın fiyatlarının dünya fiyatları ile paralel hale gelmesinin ve ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olmasının önünü açmış, aynı zamanda yurt dışından yapılan gayri resmi altın ithalatının engellenmesini sağlayarak altın ticaretinin kayıt altına alınmasına olanak sağlamıştır.

Daha da önemlisi, altın borsasının kurulmasıyla sektörün dünya piyasalarıyla aynı fiyata hammadde temin edebilmesi, sektörü uluslararası pazarlarda ucuz fiyatla rekabet edebilir hale getirmiş, üretimi artırmıştır. Böyle bir ortamda sektör gelişme göstermiştir. Sektörleşme sürecinin gelişimi en yalın haliyle dört etapta izlenebilmektedir: *i) Altın -ithalat- serbest bırakılıyor, ii) üretim makineleri İtalya'dan satın alınıyor, iii) kataloglar uluslararası fuarlardan, özellikle İtalya'dan toplanıyor, iv) İtalya'nın yaptığı*

*ürünler daha ucuz işçilik fiyatıyla üretilerek pazarlarda hâkimiyet sağlanıyor.* Bu akış bize sektörün zanaat geleneğinden kopuk bir gelişim çizgisinde, kopyacı nitelikte bir üretim ortamı yarattığına işaret etmektedir. Sektörleşme sürecini tetikleyen en önemli kurum yine 1990'lı yıllarda kurulan Dünya Altın Konseyi Türkiye Ofisi'dir. Kendisini girdiği pazarlardaki değişimi hızlandıran bir lokomotif olarak niteleyen, araştırma sürecinin sonunda Türk piyasasındaki tasarımcı ve üreticilere en son tasarım yönelimlerini tanıtmayı, yeni koleksiyonlar geliştirme ve piyasadaki rekabet üstünlüğünü artırma konularında yol göstermeyi hedeflediğini ifade eden konsey, aktif olarak faaliyet gösterdiği yıllarda, Türkiye topraklarında bulunan antik uygarlıkların kültürel mirasını esin kaynağı olarak sunmuştur. Konseyin seri üretim tekniklerine uygun modüler yapıda tasarım önerileriyle takı piyasasına tasarım kavramını enjekte etme çabası ise dikkat çekici bir gelişme olarak ele alınmalıdır. Bu sürecin sonunda Türkiye, ihracat potansiyeli yüksek, büyük ölçekli takı üreticisi fabrikalarla tanışmıştır. Bu sonuç aslında zanaat geleneğinden gelen üretim ortamının büyük ölçekte fabrikaya dönüşmesinin de başlangıç noktası olmuştur. Bu dönüşüm sürecinin önemli aktörleri olan kuyumculuk endüstrisi patronlarının tamamının kuyumculuk kökenlerinin olmayışı, ancak tamamının Kapalıçarşı ticaret kültüründen yetişmiş olmaları, dikkat çekici başka bir unsurdur. 1990'ların başına kadar kuyumculuğun hammaddesi olan değerli madenlerin ithalatının yasak oluşu, bu döneme kadar büyük hacimli üretim yapan üreticilerin 'kaçakçı' sıfatıyla anılmasına sebebiyet vermiş, altının piyasalarda serbest dolaşımıyla yasallaşan süreç boyunca kuyumculuk mesleğinde bir itibarsızlaşma dönemine girilmiştir. Bu noktada mesleğin toplumsal algısına negatif etki eden önemli bir başka unsur da; kuyumcu kelimesinin Türkçe'de kullanıldığı haliyle, hem mesleği icra eden kişiyi niteleyen içeriğe sahip olması, hem de değerli madenden üretilmiş her nevi takı ve yatırım aracının ticaretini yapan kişiyi tanımlayan bir içeriğe sahip olmasıdır. Bugün Kapalıçarşı özelinde izlediğimiz yapının yeni nesiller için cazip bir işkolu olamamasının arkasındaki önemli nedenlerde biri de budur. **Bugün geleneksel üretimin yeni nesillere aktarılması sürecinde yeni nesil çırak bulmak için, mesleğin saygınlığının yeniden inşası kaçınılmazdır.**

2000'li yıllara gelindiğinde Kapalıçarşı kuyumculuğunu tehdit eden en büyük oluşum Kuyumcukent adı verilen, kent çeperinde kurulmuş izole üretim kompleksidir. Bu zorunlu göç sonucunda Kuyumcukent, yüksek sayıda tedarikçi ve üreticiyi bünyesine alarak belli bir açıdan bir üretim kompleksi yapısına kavuşur; ancak bu oluşum, mesleğin icrasını geleneksel yapısından kopartarak bünyesine yenilikçi üretim yapan usta atölyesini katmakta eksik kalmıştır. **Kapalıçarşı geleneğini tarihi bağlamından kopartmak yerin ruhuyla üretime ters düşeceğinden, Kuyumcukent Kapalıçarşı'ya alternatif bir yapıya işaret etmemektedir.**

2008 yılına gelindiğinde Türkiye mücevher endüstrisi kendi tarihi rekorunu kırarak en yüksek ihracat rakamına ulaşmıştır: Türkiye'nin toplam ihracatının 1.32 milyar \$'lık bölümü altından mamul mücevherci ve kuyumcu ürünü olarak gerçekleştirmiştir. Sektörde özgün tasarımın önemi sektör önderleri tarafından vurgulanırken, 2011 yılına gelindiğinde Dünya Altın Konseyi misyonunu tamamlayarak Türkiye ofisini kapatır. Sektörü olumlu etkileyen bu gelişmelerin yanında ilk ve orta öğrenim politikalarındaki değişiklikler sektörün geleceğine ilişkin önemli risklerin oluşmasına sebep olmuştur. Zorunlu eğitimin önce 8 yıla ve ardından 2012 yılında 12 yıla çıkması, örtük bilgi oluşum ve aktarımını sağlayan çıraklık müessesesini tehdit etmektedir.

### **Tarihsel Kaynaklardan Kuyumculuk Mesleğinin Evrimi ve Geleceği Dair Projeksiyon**

Bu bağlamda, geride bıraktığımız proje döneminde, İstanbul'daki kuyumcuların varlığı ve üretim teknikleri hakkında 16 -19. yüzyıllar arasına tarihlenen belgelere ulaşılmış, anılan belgeler aracılığı ile de karşılaştırmalı olarak kuyumculuk geleneği üzerine bir okuma olanağı doğmuştur. 16. yüzyıla ait Ehl-i Hiref Maaş defterleri, 17. yüzyılda kaleme alınan Evliya Çelebi Seyahatnamesi kapsamlı veri sunarken, 19. yüzyıla ait Şark Ticaret Yıllıkları han bazında üretim yapan kuyumcuları listelemektedir. Geçmiş yüzyıllarda üretilen malların biçimsel özelliklerine ait veriler ise gezginlerin notlarında, Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde bulundan belgelerde ve mücevherlerin Osmanlı hazinesi için sahip olduğu maddi önem sebebiyle yer bulduğu diğer kaynaklarda bulunabilmektedir.

Araştırma projesi sırasında tespit edilen ustalar ve ustalıkların geçmiş ile bağı - sözü edilen tarihsel veriler ışığında- süreklilik göstermektedir. Böylelikle bugün tespit edilen kuyumcu ustalarının gerçek anlamda bir geleneğin temsilcisi olduğunun daha kesin bir şekilde belgelenmesi mümkün olmuştur. Bu tarihsel kaynaklar, araştırma projesinde ele alınan/konu edilen/araştırılan zanaatkar ve zanaatlarının tarihsel/geleneksel üretim teknikleri ve zanaat kültürü ile bağlarının anlaşılmasında aracı olmuş, böylelikle bugün tespit edilen kuyumcu ustalarının gerçek anlamda bir geleneğin temsilcisi olduğunun daha kesin bir şekilde belgelenmesine olanak vermiştir. Bu ise proje süreci sonunda yukarıda bahsedilen tarihi kaynaklardan karşılaştırmalı bir analiz yapılarak 16. yüzyıldan günümüze kuyumculuk mesleğinin dönüşümüne ilişkin özgün bilimsel çıkarımlar yapılmasını sağlamıştır.

Saha görüşmeleri neticesinde İstanbul Kapalıçarşı'da kullanılan kuyumculuk teknikleri, uzmanlık alanları ve meslekler listesi **3. Bölüm**'de aktarılmaktadır. Aşağıda yer alan karşılaştırmalı **Tablo 10.1.2.** kuyumcu (sadekâr), gümüş obje üreticisi, cilacı, mihlayıcı gibi mesleklerin varlığının 17. yüzyıldan itibaren bir süreklilik içinde belgelenebildiğini göstermiştir. Kuyumculuk ile ilgili diğer uzmanlıkların izlerinin ise rastlantısal olarak kaynaklara girdiği varsayılabilir. Bu uzmanlıkların önemli bir bölümü günümüze kadar ulaşmıştır, ancak bilgisayar ve seri üretim tekniklerindeki gelişmeler bu üretim biçimlerinin geleceğe taşınmayabileceğine işaret etmektedir. Bilgisayar teknolojisinin entegre olduğu



makina teknolojisinin sadekârlık, gümüş obje üreticiliği, döküm işçiliği, saatçilik, darphane üretimi, elmas/pırlanta kesiciliği, ajurculuk gibi uzmanlıkların yerini alabileceği düşünülmektedir. Buna karşın cilacı, kalemkâr, mihlayıcı, mineci, incici, astarcı, burma bilezik üretimi, sıvamacı, ocakçı, telkâri işi gibi uzmanlıkların makina ile icra edilemeyeceği gözükmektedir. **Bu nedenle yere özgü; İstanbul Kapalıçarşı'ya odaklı mücevher üretiminin yaşatılması için anılan uzmanlık bilgi ve tecrübelerinin gelecek nesillere aktarılmasının yöntemleri geliştirilmelidir.**

17. yy. Evliya Çelebi Seyahatnamesinde Bahsi Geçen Kuyumculuk Uzmanlıkları	19.yüzyıl Şark Yıllıklarında Hanlardaki Kuyum İşlerinin Tanımları-Uzmanlık Alanları	Proje Aracılığıyla Kapalıçarşı'da Tespit Kuyumculuk Teknikleri ve Uzmanlık Alanları	Makina Teknolojisinin El İşçiliğinin Yerini Alacağı Düşünülen Uzmanlıklar
Zergerân	Orfevre: Kuyumcu	Sadekâr	✓
Gümüshâneciyân	Argenteries: Gümüş Eşyacı (Sofra takımı)	Gümüş Objeler	✓
Kalcıyân	Polisseur: Cilacı	Cilacı	
Kalemkârân	Graveur: Kalemkâr	Kalemkâr	
Cevher-fürûşân	Sertisseur: Mihlayıcı	Mihlayıcı	
-	Emailleur: Mineci	Mineci	
-	Fondue: Dökümcü	Kum Döküm	✓
Mühür-kenân	-	(Mühür Kazıcı)Kalemkâr	
Cevâhirciyân	-	Değerli Taşçı	
Sâ'atciyân	Horlogeire: Saatçi	-	✓
Sikkezân	Orfevre: Kuyumcu (Sikke, madalyon vs.)	-	✓
Tamgacı	-	-	✓
Darbhâneciyân	-	(Darphane)	✓
Rumatciyân	-	Ramatçı	
Hakkâk-i elmâs	-	Elmas/Pırlanta Traşçısı	✓
Hakkâkân	-	Değerli Taş Traşçısı	✓
(Lü'lüciyân) incüciyân	-	İncici	
-	Fils d'or: Altın telci	Astarcı	
-	-	Burma Bilezik	
-	-	Sıvamacı	
-	-	Ajurcu	✓
-	-	Ocakçı	
-	-	Telkâri	

Tablo 10.1.2. Tarihsel Kaynaklardan Kuyumculuk Mesleğinin Evrimi

## 10.1. KAPALIÇARŞI KUYUMCULUĞUNUN ÜRÜN ODAKLI İNOVASYON POTANSİYELİ

Yürütölen araştırma projesinin ürün tasarımı disiplini bağlamındaki birincil amacı; el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin 'nihai ürün' aracılığıyla saptanmasıdır. Proje sürecinde elde edilen bulgular göstermektedir ki; **Kapalıçarşı kuyumculuğu olarak bilenen geleneksel üretim kültürü, mücevher tasarımında katma değeri üretimi açısından yüksek inovasyon potansiyeli taşımaktadır.**

Tüm ustalar ürünleri üzerinden üç grupta ve sekiz kriter üzerinden değeriendirmeye tabi tutulmuştur. Değeriendirme sonuçları bir grafik tabloya dönüştürölmüştür. İnovasyon potansiyelleri yüksek ürünler aynı zamanda küresel rekabet ortamında yüksek rekabet edebilirlik özelliğine sahip ürünlerdir. Oluşturulan tablo bu bağlamda ustaların yaptıkları ürünler üzerinden çağdaş ürün dili taşıma kriterine göre sıralanmış şekilde göstermektedir (Tablo 10.2.1)



taşıyan ürünleri üreten ustalar çoğunlukla yeni ürün geliştirmeden uzaktır; atölyelerinin üretim karakteristiği çoğunlukla turistik eşya sınıfında yer alan ve 'sıra-malı' tabir edilebilecek tasarım girdisi olmayan nitelik taşımaktadır.

Ustaların büyük çoğunluğu iii. inovasyon kriteri olan; 'işçilik kalitesi' kapsamında yüksek değer üretmektedir. Bu saptama sonucunda şu çıkarımı yapmak mümkündür: **Teknik olarak yüksek ustalık kalitesi tasarım odaklı rekabette üstünlük sağlamamaktadır.**

Envantere kaydedilen 57 ustanın 2'si inovasyon ölçüm kriterlerinin tümünü yüksek ölçüde karşılamaktadır ve bu sebeple çok yüksek inovasyon potansiyeli taşımaktadırlar. 4 usta, yüksek ölçüde Ar-Ge yapma potansiyeline sahip olup, çağdaş ürün dilini yakalama konusunda yüksek değer taşımaktadır. Diğer inovasyon potansiyeli en yüksek usta grubu çağdaş ürün dili yakalama konusunda orta üstü (3/5) üzerinde değer taşıırken, yine diğer 2 grupta olduğu gibi I. ve II. grup kriterleri yüksek ölçüde karşılamaktadırlar. Toplam popülasyonda yer alan bu 13 usta, özellikle çağdaş ürün dili taşıma konusunda yüksek potansiyel taşıdıklarından inovasyon potansiyeli yüksek usta grubunu temsil etmektedirler. Ürünleri çağdaş ürün dili taşıması açısından yüksek değer taşıyan ustaların aynı zamanda Ar-Ge yapma konusunda da yüksek potansiyel taşıdıklarını görmekteyiz.

Ustaların hepsi enformel eğitim yapısından yetişmiş uzaman kişilerdir. Hepsi yaptıkları işi bir ustadan, sözsüz bilgi aktarım yöntemiyle öğrenmişlerdir. Bu popülasyon içinde kimi ustaların diğerlerine göre tasarım odaklı Ar-Ge yapma ve tasarımlarında özellikle çağdaş ürün dili yakalama konusunda daha başarılı oldukları görülmekle beraber, bu başarılarına etki eden faktörlerin neler olduğu bu araştırma kapsamında ölçülememiştir ve açıklanamamaktadır. Ancak; ustalar benzer bir durumu birim atölyeden yetişen çıraklar arasındaki *kalifikasyon* farklılığında da izlediklerini aktarmaktadırlar. Aynı atölyeye onlarca çırak girip çıkmakta ve her çırak aynı enformel eğitimi almaktadır. Ancak ustalık hünerleri çıraklar arasında farklılık göstermektedir; kimi çıraklar yetenekleri doğrultusunda diğerlerinden ayrılmaktadır:

*"Peki ama hep şey yani her çırak aynı yetenekte, aynı kalitede değildir işte atıyorum atölyeye 20 çırak girer ama ikisi, üçü usta olacak kadar iyi çıkar... Tamamen yetenek işi bu ya... Tamamen."*  
Usta Kodu: U056, Görüşme Tarihi: 06.03.15

*"İşte bakıyorsunuz, diyorsunuz 'ustam bunu nerede yanlış yaptı, nerede nasıl çözdü'... Dolayısıyla bakmak işin temelinde çok önemli. Ne kadar çok bakarsınız, ondan sonra da sizin kabiliyetiniz varsa yapmaya başlayabilirsiniz. Diyorum yani herkeste aynı sonuç çıkması mümkün değil. Aynı ustadan on tane adam çıkar onu da çok farklı noktalara gider."* Usta Kodu: U026, Görüşme Tarihi: 24.04.14

“...*Kaç tane çırak yetişmiştir sizin atölyenizden?*

*285 kişi... 285'in içinde 7 tanesi iyidir.” Usta Kodu: U045, Görüşme Tarihi: 13.10.14*

### **Yeni Ürün Geliştirmede Özgünlük Kaynağı Olarak İstanbul Ekolü**

Sahada elde edilen bulgular, mücevher endüstrisinin tasarımda yenilik arayışı için önemli girdiler sunabileceğini göstermiştir. Proje sürecinde yapılan görüşmeler sonucu *İstanbul Ekolü* olarak değerlendirilebilecek ürün tabanlı kimi anahtar özellikler, teknikler ve ürün tipolojileri tespit edilmiştir. İstanbul ekolünün görsel örneklerle temsilinin saptanması sürecinde dikkat çekici bir diğer bulgu da üretim tekniklerinin ürün tipolojilerinde belirleyici rol oynadıklarıdır. *Örneğin; divanhane çivisi yüzük, gül yüzük ve mekik yüzük tipolojilerindeki ürünlerde alaturka mıhlama tekniği kullanılmaktadır. Bu, tamamen el işçiliğine dayalı geleneksel tekniğin kendisinin ayrıştırıcı nitelik kazandırdığını düşündürmektedir. Bu tür tekniklerin kullanıldığı ve çağdaş ürün dili taşıyan ürün tasarımı araştırmaları, Kapalıçarşı kimliği taşıyan ürünlerin gelişmesi için önemli bir stratejik kaynak olacaktır.* Bir başka saptama ise, kimi üretim tekniklerinin bir başka uzmanlık alanının ustalığına ihtiyaç duyduğudur; *kazayağı yüzük tipolojisinin üretilebilmesi için kalem işçiliği gerekmektedir, ya da mine işçiliğinin katma değer yaratabilmesi için kalem işine ihtiyaç duyulmaktadır.* Geleneksel üretim tekniklerin ürünler üzerindeki belirleyici etkileri birbirine bağlı, karmaşık bir sistemi beraberinde getirmektedir. **Bu tür, bağlı ve karmaşık ilişkiler, seri üretimin dayattığı kimlik sorununa çözüm olarak ürün geliştirme süreçlerine daha çok yansıtılması, kopyalabilirliği zor, özgün ürünlerin çıkmasına kaynaklık etmesi açısından önemli kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır.**

Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren ad veya işaretlere “coğrafi işaret” denir. Coğrafi işaretler ayırt edici özellikleri ile ön plana çıkan ve buldukları bölge ile özdeşleşen doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerine verilen işaretlerdir (URL-032) . **Proje aracılığıyla saptanan, İstanbul Ekolü olarak sınıflandırılan ve proje bulguları arasında görsel haritası paylaşılan ürün türleri ve üretim tekniklerinin İstanbul’a ait coğrafi işaret ve tasarımda ayrıştırıcı özellik olarak tescillenmesi, bu kültür mirasının yerel değerler üzerinden küresel rekabet üstünlüğüne büyük katkı sağlayacaktır. Bu süreç aynı zamanda yerel değerler üzerinden yürütülecek markalaşma sürecine de olanak sağlayacak, ürün tabanlı pazarlama stratejilerine kaynaklık edecektir.**

### **Tüketim Kültürü vs. Üretim Kültürü**

Kapalıçarşı üretim kültürünün toplumsal dönüşüm dinamiklerine paralel bir çözülme süreci içinde olduğunu izliyoruz. Bunların başında;

- Zanaat kökenli üretim mekanizmasının yerini seri üretime bırakması,
- Tüketim hızındaki artışa paralel yaşanan pazar yapısındaki dönüşüm ve beraberinde el işçiliğinin makine işçiliği karşısındaki yenilgisi,
- Tüketim hızına paralel gelişen aşırı tüketim ve gösterişçi tüketim dinamiklerinin mücevher değeri üzerindeki negatif yansımaları; mücevherin nadir ve zor erişilebilir bir meta olmanın ötesinde, kolay erişebilir ve çabuk tüketilen bir metaa dönüşümü,

**“-... Kapalıçarşı biraz toptancı gibi sanki?**

*... Toplumun mücevhere bakış açısı öyle değil... Hürrem yüzüğü çıktı, kamyonlarla o sahte yeşil yüzükten sattılar. Yeşil yüzük diyorum çünkü tiksiniyorum artık...*

...

*Herkeste o yüzükten var. Yer silerken bile bizim temizlikçi takıyor. Mücevherin bir özelliği olmalı. Takamayan takamasın, bir şey olmaz ki ya. Bizim kız da gümüş takıyor, güzel oluyor. Mühim olan madeni değil ki. Mühim olan bir sanat olması...” Usta Kodu: U035, Görüşme Tarihi: 14.08.14*

- Global etkenlerin Türkiye mücevher endüstrisinin dönüşüm sürecinde sektöre biçtiği rol.

Mücevher talebindeki yapısal değişiklikler, tasarıma olan talebi etkiler niteliktedir. Talep niteliğindeki dönüşüm şu başlıklar altında izlenmektedir:

- Daha hızlı tüketim
- Daha düşük kalite
- Daha az işçilik
- Daha ucuz ürün

Yukarıda U035 kodla envantere kaydedilen ustanın da ifadelerinde izlendiği üzere, mücevher artık kolay erişebilen, kolay tüketilen ve değeri gittikçe düşen bir *sıra-malı* niteliğine bürünmektedir. Bu kitlesel tutum, mücevheri artık özel bir meta olmaktan uzaklaştırmış, dolayısıyla mücevherin usta elinden bin bir zahmetle çıkan bir değer olması geçerliliğini yitirmiştir. **Talebin kalitesindeki düşüş üretimin kalitesini olumsuz yönde etki etmiştir.**

*“Dün akşam televizyonda gösteriyor X-firma, bilmem ne çadırda kuyumcu 1700 liralık yüzüğü 900 liraya veriyor. Madem 900 liraya veriyordun neden 1700’e sattın. Diğeri de diyor ki “ah çok iyi oldu biz de kızı evlendirecektik, isabet oldu, çok güzel”. Gülmem tutuyor. Böyle bir şey var mı? Ben şimdi bunu yapıyorum 10 liraya 5 lira verirsene nasıl yapacağım. Bunun hakkı 10 lira. Adam nasıl 2000 liralık yüzüğü 1000 liraya veriyor.” Usta Kodu: U008, Görüşme Tarihi: 26.12.13*

Teknoloji artan bir hızla üretimin parçası olmaktadır. Teknolojinin ve seri üretim tekniklerinin geleneksel el işçiliğine göre daha tercih edilir olmasının arka planında hızlı talep karşılama, daha kolay ve az maliyetli üretim yapabilme kaygısının olduğu izlenmiştir. Yüzyılların üretim geleneği Kapalıçarşı’da ustadan çırağa aktarılarak yaşatılıyor olmasına rağmen gelişen teknolojinin etkileri ile geleneksel üretim yöntemleri eski yaygınlığını yitirmeye başlamıştır. Üretim teknolojilerindeki

gelişmeler, ustalık gerektirmeyen fiyat avantajıyla vasat ürünlerle rekabet etmek gibi sebeplerden dolayı gelirleri olumsuz anlamda etkilenen ustaların, öncelikle ekonomik nedenlerle çırak bulamamakta olduğu gözlemlenmiştir. **Kimi ustalar beş ile on yıl arasında mesleklerinin tamamen yok olacağını düşünmektedirler.**

### **Teknolojiye Rağmen ve Teknolojiyle Birlikte Tasarımda Yenilik Arayışı**

Teknoloji, küresel piyasalarda fiyat avantajıyla rekabet etmek üzere ucuz işçilik, ucuz maliyet sınırında değerlendirildiği, teknolojiyle yenilik kavramı esas mesele olarak tasarım platformuna taşınmadığı sürece, teknoloji kültürel değer yaratımında bir tehdit oluşturmaya devam edecektir. **Projenin bulguları, sadece el işçiliğini yücelterek teknoloji girdisini azımsamak ya da yok saymak niyetinde değildir. Tam tersi; tüm bu bilgi birikiminin (know-how) teknolojiye rağmen ve teknolojiyle birlikte tasarımda yenilik arayışının önemine vurgu yapmaktadır.**

*“Ben teknolojiyi bir tehdit olarak görmüyorum. Teknolojiyi iyi kullanabilmek, yani teknolojiyi kendinle bağdaştırabilirsen bence çok iyi şeyler elde edebilirsin... Ama teknolojiye böyle direk girip de onu kendine göre düzenleyemezsen çok mekanik olursun. Yani böyle şeyin ruhunu kaçırsın olayın ama bazı işler vardır el yordamıyla, el maharetiyle yapılmış ve onda böyle hafif eğrilikler ve hafif bozukluklar vardır. Mesela o işler makbuldür. Bazı işler vardır, mükemmeliyetçilik gerekir orada düzenleme yapamazsın, o düzenlemeyi teknoloji daha iyi yapıyor ama orada o ruhu biraz taşımak lazım. Yani bugün bu sektördeki ürünlere ben bakıyorum, hiçbirisinin ruhu yok. Çok düz, çok sert ve çok düzgün... Böyle yedek parça gibi, motor parçası gibi, yedek parça... Silindir gibi bir şey yani. Onun için, mücevher biraz el sanatıyla ilgili bir ürün. Onu öyle biraz görmek gerekiyor.”*  
Usta Kodu: U025, Görüşme Tarihi: 22.04.14

### **Kuyumculukta Özgün Tasarım vs. Kopya ve Fikri Haklar**

Türkiye mücevher endüstrisi, küresel pazarlarda fiyat avantajıyla tedarikçi olarak rekabet üstünlüğü sağlamış ancak küresel pazarlarda rekabet edebileceği lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikte ve farklılaşma avantajı sağlayabilen bir tasarım kimliği ortaya koymamıştır. **Topraklarında en eski kuyumculuk geleneklerini barındıran Türkiye mücevher endüstrisi yerel üretim becerisi ile zengin bir inovasyon kaynağı olarak izlenebilecekken, uluslararası pazarlarda, Hint mücevheri gibi yerel kimliğini ve üretim çizgisini sergileyebileceği bilinilirliğe sahip bir çizgiye sahip olmamıştır.** Türk üreticilerin İtalyan ürünlerini taklit edilmesiyle başlayan sektörleşme sürecine paralel olarak yaşanan yaratıcılık, yenilik ve özgünlükle ilgili sıkıntılar güncelliğini ve önemini korumaktadır. 1990 sonrası zanaat kültürüyle üretim yerini seri üretime bırakmıştır. Bu makineleşme süreci özgün tasarım alanında

yaşanan sıkıntıyı daha da körüklemiş, Türk üreticilerinin küresel ölçekte ‘kopyacı’ sıfatıyla nitelenmesine sebebiyet vermiştir. Sektörel boyutta yaşanan bu kopya sorununun atölye ölçeğinde de benzer şekilde yaşandığı, proje saha araştırmasında yapılan görüşmelerde karşımıza çıkmıştır. İnternetin de gündelik hayatın bir parçası haline gelmesine paralel olarak yaşadığımız bilgi toplumuna dönüşüm süreci, dünya üzerindeki ürünlere görsel olarak erişimi kolaylaştırmış, bu da fikri haklar mekanizmalarına negatif olarak yansımıştır. Eskiden fuarlar aracılığıyla erişilebilen sınırlı sayıdaki ürün kataloglarına artık sınırsızca ve kolaylıkla internet üzerinden erişilebilmektedir. Bu durum, tasarımlarıyla ayrışma ve markalaşma çabası içinde olan ustaların en özel ürünlerini kurumsal web sitelerine koymayı tercih etmemelerine yol açmıştır. **Bu bağlamda sektörde; hem küçük ölçekli zanaat üretiminde hem de büyük ölçekli sanayi üretiminde yoğun bir tasarım tescili mekanizmasının oluşturulmasına işaret etmektedir.**

*“Model çalma konusunda ben de epey çile çektim. Benim de modellerim çalındı. Özellikle tezgâhtan gelen ustaların bunu yaptığını görünce çok üzülüyorum. Tamamen gözlerini para hırsı bürüyor ve kendileri usta olmalarına rağmen diğer ustaların modellerini çalabiliyorlar.*

...

*İnsanlar yurtdışındaki ürünlere özeniyorlar ve şurada bunu yapıyorlar burada bunu yapıyorlar diye geliyorlar. Bunlara hiç gerek yok. Gelen ürünler hiç bir şey ifade etmiyor. Biz bunu kendi içimizde yapmalıyız. Kendimiz değer üretmeliyiz.” Usta Kodu: U001, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

*“En önemli sorunlardan birisi tasarımların taklit edilmesi... Bu modelde [tüm üretimi tek bir atölyede gerçekleştirerek] bu problemi aşmış oluyoruz. Türkiye’de bu çok ciddi bir sorun haline geldi. Taklit yaparak geçim sağlanıyor. Kapalı çarşının %60-%70i taklit ürün yapmaktadır.” Arda Bora, Görüşme Tarihi: 04.11.13*

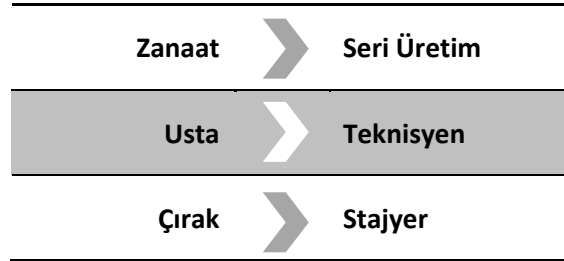
### **Tasarımla Rekabette Zanaat Girdisi**

Türkiye’deki endüstrileşme süreci Cumhuriyet öncesi ve sonrası zanaat geleneğinin takipçisi olmamış, özellikle zanaat kökenli bir endüstri olan kuyumculuk-mücevher endüstrisinin endüstrileşme süreci, zanaat geleneklerinden kopuk olarak gelişme göstermiştir. Türkiye tasarım tarihi ve endüstri ürünleri tasarımı yazınında da bu bağlamda bir kronoloji izlenmemiş, içerik oluşturulmamıştır. Bu çerçeveden bakıldığında zanaat-tasarım-inovasyon arasındaki ilişkilerin tasarım modellerine, ürün geliştirme süreçlerine ne şekilde yansıdığı endüstriyel tasarım literatürü için yeni bir araştırma alanıdır.

Zanaat üretimi endüstri devrimi sonrası yerini seri üretim mekanizmalarına bırakmış, üretimde insan gücü yeniden tanımlanır olmuş ve rollerde bir dönüşüm yaşanmıştır. Türkiye’de endüstrileşme süreci Cumhuriyet’le birlikte yaşanmaya başlamış olsa da Türkiye mücevher üretiminin endüstri ölçeğine ulaşması 1990’lar sonrasında olmuştur. Cumhuriyet sonrası yaşanan toplumsal dönüşümlerden



Kapalıçarşı üretim kültürü de etkilenmiş, zanaat kökenli üretim geleneği sektörleşme süreciyle birlikte seri üretim mekanizmalarına teslim olmuştur. Bu dönüşümde üretimde roller tanım değiştirmiş, zanaatkârın yerini seri üretim makinaları almış, ustanın yerini teknisyen ve çırağın yerini stajyer almıştır.



Bu dönüşümün etkileri sektörün ürün tasarımı bağlamında kolay taklit edilebilen, kimliksiz ve geleneğinin değer taşıyıcısı olmaktan uzak bir yapıda gelişmesini sağlamıştır. Zanaat geleneğinin endüstriyel üretim geleneğine evrilme sürecinde Türkiye bağlamında yaşanan kopmalar bugünkü mevcut durumun kaynağıdır. **Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamı ürün tasarımı bağlamında yenilikçi olmaktan bu kopukluklar sebebiyle uzak kalmıştır.** Bu bağlamda, yürütülen araştırma projesinin sonuçlarının, sektörün küresel rekabet gücü için zanaat kökenlerinin potansiyelini konumlandırması beklenmelidir. Merkezinde ustanın bulunduğu zanaat kültürünün somut olmayan miras kapsamında tescil edilebilmesi, zanaat üretiminin güncel tasarım diline aktarılması sürecine önemli katkılar sağlayacaktır.

Türkiye'deki endüstrileşme süreci zanaat geleneğinden kopuk olarak geliştiğinden geleneğin devamlılığı kesintiye uğramaktadır. Oysaki kültürel bağlamından kopmadan endüstrileşme süreçlerinin yaşandığı model ülkelerde zanaat, tasarım ve inovasyon ilişkileri süreklilik göstermektedir. Zanaat üretim kültürünün bu ülkelerin küresel rekabet edebilirliğine olumlu etkileri bu ülkelerin model olarak konumlandırılmasına kaynaklık etmektedir (Coşkun Orlandi, 2009).

**Bu değerlendirmeler çerçevesinde tarihi süreçte yaşanan kopukluğun tasarım disiplini çerçevesinde doldurulabilmesi için öneriler şu başlıklar altında toplanabilmektedir:**

- ***Tasarım eğitiminde zanaat geleneğinin hangi bağlamlarda ele alınacağı tartışmalarının yapılacağı platformlar oluşturmak,***
- ***Son dönemde iyice görünür olan tasarımcı-zanaatkâr işbirliklerinin, zanaat girdisinin tasarımla rekabette olumlu sonuçlar verecek şekilde değerlendirilmesi, model önerileri için yöntemsel çalışmaların yürütülmesi,***

- *Çağdaş ve geleneksel arakesitinde yürütülecek teorik ve uygulamalı tasarım araştırmalarına yönelik çalıştayların düzenli olarak eğitim kurumlarında ve mesleki sivil kuruluşlar aracılığıyla yürütülmesi,*
- *Bu raporda aktarılan ve disiplinlerarası yapı içinde yürütölen araştırma projesinin kurgusunun farklı zanaat üretim ortamlarının benzer yapıda analiz edilmesi için kullanılması, Türkiye genelinde daha kapsamlı bir zanaat envanterinin oluşturulması için önemli bir kaynak olacaktır. Bu bağlamda yeni araştırma projelerinin desteklenmesi hayati önem taşımaktadır,*
- *Zanaat kültürü çalışmalarını sistematik olarak yürüten farklı ölke modellerinin incelenerek benzer uygulamaların araştırma tabanlı olarak tasarlanması, kurgulanması ve bir zanaat dokümantasyon sisteminin oluşturulması,*
- *Uluslararası paydaşların katılacağı araştırma toplantılarının düzenli olarak yapılacağı, araştırma envanterlerinin toplanacağı, zanaat-tasarım araştırmaları merkezinin kurulması,*
- *Kapalıçarşı geleneksel kuyumculuğunu son yaşayan ustalar aracılığıyla pazarlama stratejileri ekseninde yeniden değerlendirilmesi, stratejik tasarım çalıştayları aracılığıyla uygulamaya yönelik somut araştırmalarının yürütölmesi ve pilot uygulamalar aracılığıyla test edilmesi,*
- *Kapalıçarşı örneğinde izlendiği gibi, zanaat kökenli yaratım ortamına bir kültürel Ar-Ge olarak işlerlik kazandırılması için yeni politikalar ve stratejiler geliştirilmesi.*

## 10.2. KAPALIÇARŞI KUYUMCULUğUNUN KÜLTÜREL MİRAS DEğERİ

Kültürel mirasın korunmasına yönelik çalışmalar 2000'li yıllara değin yalnızca somut mirasın korunmasına odaklanmıştır. Korumanın tarihsel sürecine bakıldığında, 19 .yüzyılda anıt eserlerin korunması fikrinden, 21. yüzyıla gelindiğinde kentlerin ve peyzaj alanlarının korunmasına uzanacak kadar kapsayıcılığı genişlemiştir. Bu çerçeveden bakıldığında, kültürün üreticisi konumundaki insanın, üretim biçimleri ve geleneklerinin de yaşayan bir miras olarak geleceğe aktarılması gereken değerler arasında kabul edilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletlerin entelektüel kolu UNESCO, bu ihtiyaca cevap vermek üzere 2003 yılında *Somut Olmayan Miras* Sözleşmesini kabul ederek kültürel mirasın korunmasına ait çerçeveyi biraz daha genişletmiştir. Bu sözleşme ile bütüncöl bir korumanın araçları oluşturulmuştur.

**Çağdaş koruma yaklaşımları, malzeme ölçeğinde korumanın nasıl gerçekleştirileceğinden, değerlerin nasıl korunabileceğine evrilmiştir. Böylelikle fiziksel çevreler, onları üreten/yaratan insanlar ve onların ürettikleri geleneklerle birlikte korunabileceklerdir.**

Bu çalışmada Bizans Dönemi'nden beri İstanbul kuyumculuğunun Kapalıçarşı ve çevresindeki izi tarihsel belgelerden izlenebilmekte ve sözlü geleneklerle bu tecrübenin bir sonraki nesle aktarıldığı anlaşılmaktadır. 21. yüzyıla gelene kadar yaşatılabilmiş olan bu miras, günümüzün değişen koşulları sebebiyle yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. **Yapılan saha araştırması, bu mirasın karşı karşıya olduğu tehditleri ortaya koyarken aynı zamanda geleneğin son temsilcilerinden bir grubu da tespit etmeyi başarmıştır. Sözü edilen temsilciler UNESCO'nun "Yaşayan İnsan Hazineleri" kriterlerini karşılayıp karşılamadıklarına göre bir sınıflandırmadan geçirilmiş, proje envanterine kaydedilen 57 usta arasından 33 kişinin Yaşayan İnsan Hazinesi olarak tanımlanabileceği anlaşılmıştır.** Buna ek olarak iki ustanın, bazı kriterleri karşılayamasalar da, bu çerçevede ele alınabileceği düşünülmüştür. Tüm bu gelişmelere karşın geleneksel yolla mücevher üreten nitelikli ustaların günümüzde hala varlıklarını sürdürüyor olması, geleneğin yaşatılmasında en temel role sahip bu kişileri daha da önemli kılar.

Saha araştırmasında kayıt altına alınan toplam 57 usta arasındaki YİH kriterlerini karşılar nitelikteki 33(+2) ustaların büyük oranda 50–65 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. **Buradan geleneği yaşatacak olan ustaların büyük bölümünün hala verimli bir dönemde olduğunu ve bu kişilerden yararlanmak için yeterli zamanın olduğu anlaşılmaktadır.** Ancak bir alt yaş aralığı olan 40–50 yaş aralığında az sayıda YİH kriterlerini karşılayan usta tespit edilmiştir. Bu gerçek, YİH kriterlerini taşıyan ustaların deneyimlerinden yararlanacak programı acilen geliştirmek gereğinin altını çizer. YİH kriterlerine sahip olan ustaların öncelikle tanınması, daha sonra bilgilerini aktarabilecekleri ortamların yaratılması gereklidir. Bu geleneğin yaşatılabilmesi yalnızca ustaların bu işi yapmaya devam etmesi ile sağlanamaz; bu bilgilerin çıraklara; yeni nesillere aktarılmasının yolu yaratılmalıdır. Ancak ülkemizdeki eğitim sistemi, tek tip insan yetiştiren bir düzen olup zanaat alanında kendisini geliştirmek isteyenleri dışarıda bırakmaktadır. Kuyumcu ustaları ve bu alanda çalışan çırakların haklarını koruyacak yasal bir örgütlenme mevcut değildir. Eğitim sistemi içinde hem bu kişilerin minimum eğitimi almaları sağlanmalı, hem de çıraklık yaparken sözlü bilgi aktarıma izin veren eğitim modelinin parçası olmaları sağlanmalıdır. Bunun dışında usta ve çırakların sosyal güvenlik haklarından yararlandırılması çok önemlidir. Bu sağlanmadığı takdirde kuyumculuk geleneği yok olmaya mecburdur.

**Bu bağlamda; 'modern çıraklık' tanımının yapılması önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcı eğitim politikalarının yeniden yapılandırılması, tasarım eğitiminde zanaat kültürünün girdisi, meslek okullarının çıraklık mekanizmaları ile entegre hale getirilmesi, çıraklık sisteminin sosyal güvence sistemi desteklenerek cazip hale getirilmesi gibi konular geleneğin dönüşümüne olumlu etkiler sağlayacak önemli kimi başlıklardır.**

Proje sürecinde kayıt altına alınan en yaşlı usta (84) ustalığının bir döneminde Paris'te atölye işletmiştir. U056 kodlu kayıt altına alınan usta, 1978–1988 yılları arasında kuyumcu olarak o dönem Paris'teki büyük markalara üretim yapmıştır. Kendisine Paris'te nasıl usta yetiştiğini sorduğumuzda yetişen ustalarının sadece meslek okullarından yetiştiğini anlatmaktadır:

**“-...Peki, orada usta nasıl yetişiyormuş?**

*(Oralarda usta) Okullu orada. Okul olmazsa üç hafta ustanın yanında, bir hafta okula gidiyorlar. Her ay böyle geçiyor. Üç sene sürüyor. Ortaokuldan sonra zaten ortaokul 4 sene orada. 3 sene sürüyor. ... İyi firmalarda iş bulabiliyorsunuz. Ancak öyle (atölye) o zaman açabilirsiniz... Öyle buradaki gibi değil yani... Meslek yüksekokulları işte.*

**-... Yani okullu olması da bir şey değiştirmiyor mu, hem okul hem atölye olması ?**

*Ya teknoloji çok çok daha iyi o zamandan beri. Dönmemiş olsaydık ben de orada okula gidecektim. Çizim üzerine çok iyi eğitim veriyorlar. 12 saat çizim var okulda haftada. Lisan İngilizce, zaten Fransızca konuşuyorsunuz. Daha bir eğitimi oluyorsunuz. İş bulma şansınız yüksek.” Usta Kodu: U056, Görüşme Tarihi: 06.03.15*

### **Ustalığın Çözülmesi**

Yapılan saha çalışmasında ustaların etnik özellikleri doğrudan bir soru olarak yöneltilmemiş olmasına rağmen ustaların büyük bir bölümü hem kendi etnik kökenlerini, hem de ustalarının etnik kökenlerini belirtme ihtiyacı duymuşlardır. Saha bulguları göstermektedir ki; **Ermeni ustalar, YİH kriterlerini karşılayan ustalar arasında çoğunluğu oluşturmaktadır.** Bu tespit YİH kriterlerini taşıyan ustalardan yararlanmak söz konusu olduğunda çoğunluğun etnik özelliklerini göz önünde bulundurmak gerektiğine işaret eder. İçinde bulunduğumuz dönemde ülkemizde yaşayan gayrimüslimlere gösterilen gayri dostane yaklaşım, Ermeni kökenli kuyumculuğun kısa bir zaman içinde çözüleceğine işaret etmektedir. **Bir kümelenme modeli olarak Kapalıçarşı ve çevresinde şekillenen İstanbul kuyumculuğu, İstanbul'un çok kültürlü ve çok katmanlı yapısını belgeleyen önemli bir bileşendir, arz ettiği önem çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.**

Usta çirak ilişkisinin vazgeçilmez bir unsur olduğu YİH kriterlerini karşılayan ustaların tamamının mesleğini bir ustadan öğrenmiş olması ile anlaşılmaktadır. Bu tespit İstanbul kuyumculuk geleneğini gelecek nesillere aktarmada mevcut YİH niteliğindeki ustaların önemine işaret eder.

“...Ama böyle bir şey var da, bu bizim bir yaramız yani. ‘Kimse sırrını vermiyor’, ‘kimse bir şey öğretmiyor’... Hayır, öğretmiyorlar değil, öğretiyoruz ama şimdi ki nesil de bizim neslimiz gibi değil. Her şey çok çabuk olsun istiyorlar. Her şey inanılmaz çabuk olsun, hemen muvaffak olalım istiyorlar. Ama işte öyle değil... Yapa yapa, tecrübe ede ede, biraz düşünerek, taşınarak, üzerine emek vererek olacak şeyler bazı şeyler. O emeği vermeden tamamen bize atıyorlar topu. Öğretmiyor bize, anlatmıyor, açıklamıyor falan... Bu yok bir kere. Bunu yapan adam da çok azdır gerçekten öğretmeyen. O başka bir konu ama bugün artık usta yetişmez çünkü Türkiye’deki bu çalışma sistemi usta yetişmesine müsait bir sistem değil. Türkiye’nin genel anlamdaki çalışma sistemi nedir? İşte vergisinden, sigortasından tutun da... Efendime söyleyeyim... Bütün devletin bir işletmeye yüklediği yüklerden bahsediyorum. A’dan Z’ye... Tabii ki, sosyal bir ülkedeyseniz, herkesin sosyal hakları olması lazım, sağlık sigortası olması lazım, hepsi olması lazım... Ayrı konu ama öyle bir şey var ki, burada bir şeyi yapmaktansa uzak doğuya gidip alıp gelmek daha ucuza geliyor. Düşünün neden bizden daha ucuza mal ediyorlar? Bizim buradaki kadar yük yok omuzlarında sırtlarında. Tam bir Avrupalının haklarını, yaşadığı şekli, iş hayatını bizden istiyorlar ama yani Türkiye bunu kaldırmıyor maalesef. Türkiye’nin şu anki ortamı bunu kaldırmıyor. Onun için de, Amerika’da bile o kadar kapitalist sistem deniyor, bu tür yerler korunuyor kollanıyor.” Usta Kodu: U026, Görüşme Tarihi: 25.04.14

**Bu uzmanlığa sahip olan kişilerin mutlaka bir plan dâhilinde tecrübelerini aktarmaları sağlanmalıdır.**

Ancak zanaat kökenli bir meslek olan kuyumculuğun çoğunlukla bakarak öğrenildiği ve ustalaşmak için uzun yıllar gerektiği de bilinmektedir. **Buna dayanarak geliştirilecek olan programların uzun vadeli olarak planlanması ve her yeni gelen yönetimle değişmeyecek yapıda kurgulanması gerekmektedir.** Zaten 1980’lerden sonra, sosyo-politik sebeplerden önemli bir grup ustanın ülkemizi terk ederek mesleğini yurtdışında icra etmek yolunu seçmesiyle geleneğin sürekliliğinde yaşanan kayıplar yaptığımız saha araştırmamızda sıklıkla ifade edilmiştir.

“Ermeniler sanatkârdır, Süryaniler... Biz yaparız onlar satar mesela. Herkesin yaptığı bir iş var. Her ırkın genlerinden gelen bir yeteneği olduğuna inanıyorum. Ayastan deriz biz mesela, Kafkas dağlarının altı, Erivan filan. Hay ustalarının yetenekleri genlerinden gelir, Urartuların devamıdır Ağrı dağı civarında. Özel bir el sanatlarına yetenekleri vardır... Ama inşaatta, marangozlukta, demircilikte, el sanatlarında... Bir de şöyle bir şey var, Osmanlı’da vezir oldular, her şey oldular, vezir diye parlamentoya girdiler, Türkiye Cumhuriyeti’nde de girdiler ama polis olmadılar, memur olmadılar, yapılmadılar, hala da yapılmadılar. İstese de olamazlar. Yani memur olamaz, o zaman ne kalıyor geriye? El sanatları kalıyor, mecburen buna giriyorlar. Bunların içinden de bir tanesi yetenekliyse, 3 kişi yetiştirse, bunların elinden yetişen de 50 oluyor, 150 oluyor, böyle dağılıyorlar... Ama bu Hay ustalarından kuyumculuğa, el sanatlarına genlerinden gelen özel bir yetenekleri kesin var. Nasıl Karadenizli balıkçılar, bakırcılar, çoban olmazlar kesinlikle yani. Buna bağlıyorum, bir de baba-oğul ilişkisi çok fazla, babalarının mesleğini seçerler.” Usta Kodu: U023, Görüşme Tarihi: 22.04.14

*“Bizim dedelerimize kadar hep sanatla alakalı ve her yaptığımız işi de yaparız. Neden bilmem. Hatta eski tür dizilerde izlerseniz, hep terziye, kürkçüye değişik isim kullanırlar. Abidis usta diye çağırırlar. Bu kalıplaşmış bir şey herhalde. Titiz ve ince iş geleneği var herhalde...” Usta Kodu: U023, Görüşme Tarihi: 22.04.14*

*Şimdi çarşının bir kültürü vardır kendine ait. Bu yüzyıllarca burada oluşmuş bir kültür. Bu kültürün içerisinde azınlıkların oluşu Rum, Ermeni, Süryani gibi grupların oluşu; farklı kültürlerin oluşu... Biliyorsunuz Rumlar, Ermeniler, Süryaniler dünyanın dört bir yanında vardır. Yahudiler... Yahudiler de vardır, onlar şu an kısmen çekildiler şimdi. Yahudilerin yerini Süryaniler aldı. Onlar da geçtiler hatta dünya ticareti anlamında. Yani dünya ticaretinde şu anda Hintliler, Yahudiler ve Süryaniler tüccarlık anlamında. Süryaniler diyorum çünkü bunlar sanatkâr değildir. Süryaniler kısmen zincir sanatıyla çok uğraştılar, telkâriyle. Sonradan bunların hepsi tüccara dönüştü. Ermeniler burada sanatsal anlamda üst düzeydeler...” Usta Kodu: U025, Görüşme Tarihi: 22.04.14*

YİH kriterlerini taşıyan kişilerin, kuyumculuk geleneğini yaşatan kişiler olarak alt uzmanlıklara hala sahip olduklarını tespit edilmiştir. Ancak tarihsel veriler aracılığı ile yapılan bir karşılaştırma bize alt uzmanlık çeşitliliğinin azalmakta olduğunu göstermiştir. Bu çalışmada hangi alt uzmanlıkların teknoloji ile uygulanabilir olduğu tespiti yapılmıştır, çalışma sonuçları **Tablo 10.1.2.**'de aktarılmaktadır. Bu kayıp geleneksel tasarım dilinin sahip olduğu çeşitliliğin, zenginliğin azaldığının ve yalınlaşmaya gidildiğinin habercisidir. Sahada yürüttüğümüz çalışmalar, kuyumculuğa ait alt uzmanlıkların devlet nezdinde tanınmadığını (mineci gibi) göstermiştir. Bu durum kişilerin özlük hakları açısından olduğu kadar mesleklerini icra etmelerinde de sorunlara neden olmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Halk Kültürü Bilgi ve Belge Merkezi arşivinde hammaddesi metal olan geleneksel el sanatları ile ilgili meslekler çok genel başlıklarla tanımlanmıştır. **Hammaddesi metal olan el sanatlarının kaydedilmesi sırasında alt uzmanlıkların belirlenmiş olması ve buna dayalı olarak kayıt yapılması önerilir. Uzun bir geçmişe dayanarak elde edilmiş bilgi birikimi ve tekniklerin yaşatılması için devlet politikalarında bu konuya yer verilmelidir.**

Seri üretim teknolojileri ve bilgisayar destekli üretim, ürünlerin kişiye özgü olarak üretilmesinden çok sayıda üretilmesini teşvik etmektedir. Yapılan saha araştırması geleneğin temsilcilerinin seri üretime eğilimli olmadıklarını göstermiştir. Bilgisayar teknolojisinin kullanımı incelendiğinde YİH niteliğindeki grubun geleneğin sürdürücüsü olduğu görülmektedir. Saha araştırmasında kayıt altına alınan toplam 57 usta arasındaki YİH kriterlerini karşılar nitelikteki 33(+2) ustanın, belirlenen kriterler çerçevesinde büyük ölçüde inovasyon yapma potansiyeli taşıdıklarını görülmüştür.



**toplum içinde yüceltilmesi gereklidir. Yaşayan İnsan Hazinesi programı uluslararası nitelikte bir uygulama olduğu için ülkemizin kültürel değerlerinin tanıtılmasında önemli bir rolü olacaktır.**

### **Yerin Ruhu: *Kapalıçarşı***

Tarihi kentler ve kentsel alanlar somut ve somut olmayan elemanlardan oluşmaktadır. Somut unsurlar mimari elemanlar ve onu çevreleyen peyzaj alanlarını, arkeolojik alanları, panoramalar ve baki noktalarını kapsamaktadır. Somut olmayan unsurlar ise sembolik ve tarihi işlevleri olan eylemleri, kültürel pratikleri, gelenekleri, anıları ve tarihi değeri ortaya koyan kültürel referansları içerir (URL-011). Kentsel alanların korunmasında yerin ruhunun yaşatılmasına önem verilmelidir. Yerin ruhu, alana kimlik, anlam, duygu ve gizem katan somut ve somut olmayan, aynı zamanda manevi unsurlar olarak tanımlanmaktadır (URL-011). *Ruh mekânı yaratır, mekân da aynı zamanda mekânı inşa eder* (URL-022).

Tarihi kentler ve tarihsel alanlar yaşayan organizmalardır ve sürekli değişime tabidirler. Bu değişim kentin doğal, insan yapımı, somut ve somut olmayan yapılarını etkiler. Değişim doğru şekilde yönetilebildiğinde, tarihi kentlerin tarihsel karakterini arttırmak için bir fırsat olarak kullanılabilir. Geleneksel işlevlerin değişimi ya da yok olması tarihi kentler ve kentsel alanlar üzerinde olumsuz etki yapmaktadır. Bu durum tarihi alanlara tek işlev olarak turizmin dayatılması sonucunu doğurur. Tarihi kentsel alanların korunması geleneksel pratiklerin ve yerli nüfusun korunması için çaba sarf edilmesini gerektirmektedir. Geleneksel kültürel ve ekonomik çeşitliliğin yaşatılması her alanın karakteristik özelliklerinin korunması için gereklidir (URL-011).

Kapalıçarşı ve çevresindeki ticaret alanları İstanbul'un tarihi merkezinin ana unsurlarından biridir. Bugün İstanbul'a gelen turistlerin mutlaka gezdikleri yerler arasında Kapalıçarşı, Ayasofya ve Sultanahmet Camileri ile birlikte yer almaktadır. Alanı her yıl 91 milyon kişinin ziyaret ettiği bilinmektedir (URL-035). Osmanlı döneminde İstanbul'u gezen seyyahların Kapalıçarşı için zengin anlatımları bulunur. Özellikle doğu imgesinin, alanın renkleri, kokuları ve sesleri ile unutulmaz izleri Kapalıçarşı anlatımlarında hayat bulmuştur. İstanbul'un tarihsel imgesinin önemli bir parçasını alanın somut olmayan unsurları oluşturur.

Osmanlı İmparatorluğu'ndan Cumhuriyet'e geçişte Kapalıçarşı ve çevresindeki kuyumculuk faaliyetleri fiziksel yapıyı ve sosyal özellikleri büyük oranda koruyarak taşınmış olmasına karşın, değişen koşullar, kuyumculuk özelinde günümüzde Kapalıçarşı ve çevresinde yerin ruhunun parçası olarak kuyumculuk geleneğinin yaşatılması ile ilgili kayıplar olduğunu göstermektedir. Kapalıçarşı ve Çevresi, 26.11.2007 tarih ve 2007/12893 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Yenileme Alanı ilan edilmiştir. Buna göre alan, Yıpranan Kültür Varlıklarının Yenilenerek Korunması ve Yaşatılarak Kullanılması Hakkında Kanun (5366



No.lu Yasa) kapsamında değerlendirilmektedir. Anılan kanunun amacı “koruma alanlarının, bölgenin gelişimine uygun olarak yeniden inşa ve restore edilerek, bu bölgelerde konut, ticaret, kültür, turizm ve sosyal donatı alanları oluşturulması, tabii afet risklerine karşı tedbirler alınması, tarihi ve kültürel taşınmaz varlıkların yenilenerek korunması ve yasatılarak kullanılmasıdır.” (URL-036). Kapalıçarşı'nın en önemli sorunu olan yönetim sorununa, anılan yasa maddesine dayanarak çözüm aranmaktadır. Buna yönelik olarak 11 kişilik bir yönetim kurulu oluşturulmuştur. Bu kurulun dört üyesi İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Fatih Belediyesi, Valilik ve Vakıflar Genel Müdürlüğü'nden olacaktır. Söz konusu planda kiracıların söz hakkı bulunmamaktadır. Kurul, Kapalıçarşı'daki atık su sorunundan bütçe harcamalarına kadar tarihi çarşıyla ilgili her konuda söz sahibi olacaktır. Bu yasa eliyle, 1461'den bu yana esnafın elinde olan Kapalıçarşı yönetimine, merkezi ve yerel idare ortak edilmiştir (URL-037). Ancak görüldüğü üzere bu yasa somut olmayan unsurların (gelenekler, el sanatları, sözlü bilgi aktarımı gibi) korunmasına olanak tanımamaktadır. Diğer yenileme alanlarındaki (Sulukule, Süleymaniye, Tarlabası, Ayvansaray vb.) uygulamalarda yaşanan sorunların (alanın kullanıcı profiline değişmesi, mekânsal ve mimari niteliklerin kaybı, yerin ruhunun yitirilmesi vb.) yarattığı endişelerden dolayı, sadece fiziksel mekanın yaratacağı rant üzerine kurulu bu tür bir yasanın Kapalıçarşı ve çevresinde 550 yıldır varlık gösteren İstanbul kuyumculuğunu korumada yetersiz kalacağı düşünülmektedir.

*“Şimdi Kapalıçarşı kuyumcularla yakınlığı olan bir yer. Kapalıçarşı'nın bu bölgesi öyleydi eskiden. E dolayısı ile ne oldu, hep burada kaldı. İyi mi oldu kötü mü oldu tartışılır, çünkü sıkıştı kaldı burada. Ama büyük firmalar ne yaptılar? Büyüdüler farklı yerlere gittiler. Çalışma ortamları daha... Benim dükkanım yine aydınlık, daha kötü yerler de var. Yani o şartlarda da çalışıyoruz ama biz alıştık böyle yerlerde çalışmaya. Biz 5-10 kişi çalışıyorduk öyle yerlerde ama mutluyduk. Mühim olan o keyfin olması. Yani o güzellik... Ustalardan bir şeyler alabiliyorduk yani dinlerdik, konuşurduk. Ne bileyim, müzik dinlenirdi. Politikaysa politika, düzgün bir şekilde kulağımıza girerdi. Bir taraftan da böylece kendimizi yetiştirdik. Yani tamam okul okumadık ama yani bir çok alanda da kulağımız doldu çünkü ustalar hakikaten okul gibiydi. Şimdi öyle ortalık ıvrı zıvrı adamlara kaldı yani konuşacağın kimse kalmadı ki. Ben sabah geliyorum bir de akşam gidiyorum evime. Yabancı oldum yani, ben bu çarşıda yabancı oldum. Kapalıçarşı yani bu bölgede kurulmuştur. Kuyumculuk bu bölgede başlanmıştır yani böyle devam ediyor yani. Belki farklı bir yere taşınsa gidilir mi bilmiyorum ama benim ayağım gitmez herhalde. Artık, buradan gideriz nereye gidersek...” Usta Kodu: U014, Görüşme Tarihi: 03.03.14*

*“Biraz sosyalliği ağır basıyor. Bir fabrikasyon sistem yok burada. Canınız sıkıldığında çıkıp derdinizi paylaşacak birini bulabilirsiniz. Burada insanlar hala birbirlerinin kapısını çalabilir. “usta süpürgeyi iki dakika alabilir miyim” diye sorabilir veya “şunu şöyle yaptım ama içime sinmedi, bir fikir verir misin” diyebilir. Diğer yerlerde öyle bir şansınız yok çünkü gerek de yok öyle şeylere. Dayanışma buralarda hala var. O sosyallik sadece burada. Dört dörtlük bir hijyen yok mesela, ama samimiyet, sıcaklık hala var.” Usta Kodu: U008, Görüşme Tarihi: 26.12.13*

*“Ŗu an burada bunu yapmamın sebebi, bizim yuvamız burası. Biz yuvamızdan uzaklaşamayız. Ben aŖađıya bir iniyorum, 10–15 arkadaŖımı görüyorum. Hepsi kuyum iŖinde, benim gibi muhabbet iŖinde. Yani orada ben kimsesiz gibi ne yapacağım. Ben emekli olsam, iŖimi bıraksam bile gene buraya gelirim. Bizim mabedimiz, lokalimiz burası. arŖı her zaman arŖıdır. Bir taraf Ayasofya, bir taraf KapalıarŖı...” Usta Kodu: U035, GrŖme Tarihi: 19.06.14*



## KAYNAKLAR

- Adamson, G. 2007. Thinking Through Craft. New York, Oxford: Berg.
- Adamson, G. 2010. The Craft Reader. Oxford: Berg.
- Alfoldy, S. 2007. NeoCraft: Modernity and the Crafts. Press of the Nova Scotia College of Art and Design.
- Angrosino, M. 2007. Doing Ethnographic and Observational Research. Editör: Flick, U. London, Thousand Oaks, India, Sigapore: SAGE.
- Anmaç, G. 2013. Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Kuyumculuk, Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Anonim. 1996. Gold in Turkey: The Jeweler's Trade. İstanbul: Türk Ekonomi Bankası.
- Anonim. 2000. Dünyada ve Türkiye'de Altın, Gümüş, Platin ve Paladyum. İstanbul: İstanbul Altın Borsası Yayınları.
- Anonim. 2003. AB Pazar Araştırması: Kuyumculuk Sektörü. Britanya Sanayiciler Derneği.
- Anonim. 2003. İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü. İstanbul: İstanbul Altın Borsası Yayınları.
- Anonim. 2004. Kuyumculukta İç Piyasa ve İhracat Sorunları Paneli. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Anonim. 2005. 2004'te Türkiye'de Kuyumculuk. İstanbul: İstanbul Altın Rafinerisi Hizmet Yayınları.
- Anonim. 2006. "Top 10 Global Jewellery Brands", TjF Magazine, 58-65.
- Armatlı Köroğlu, B., Ecerel Özelçi, T., Varol, Ç. ve Sönmez Özdemir, N. 2010. Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul'da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları (SOBAG Destekli Araştırma Projesi), Ankara: TÜBİTAK.

- Armatlı Köroğlu, B., Eceral, Özelçi, T. ve Uğurlar, A. 2009. "The Story of a Jewelry Cluster in Istanbul Metropolitan Area: Grand Bazaar (Kapalıçarşı)", *Gazi University Journal of Science*, 22 (4), 383-394.
- Atasoy, N. ve Raby, J. 1989. *İznik: The Pottery of Ottoman Turkey* (İstanbul, Londra: Türkiye Ekonomi Bankası ve Aleksandria Press.
- Ayter, A. 1996. *Kuyumculuk Meslek Bilgisi ve Mücevherat Sanatı*. İstanbul: Asgold Kuyumculuk Sanayi.
- Baer, G. 1970. "Monopolies and Restrictive Practices of Turkish Guilds", *Journal of the Economic and Social History of the Orient*, 13(2), 145-165.
- Belge, M. 2005. *Osmanlı'da Kurumlar ve Kültür*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Belussi, F. ve Pilotti, L. 2002. "Knowledge Creation, Learning and Innovation in Italian Industrial Districts", *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 84 (2), 125-139.
- Bernard, H. R. 2011. *Research Methods in Anthropology; Qualitative and Quantitative Approches*. Altamira Press.
- Berry, C. J. 1994. *The Idea of Luxury*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bertola, P. ve Teixeira, J. C. 2003. "Design as a Knowledge Agent: How Design as a Knowledge Process is Embedded into Organizations to Foster Innovation", *Design Studies*, 24 (2), 181-194.
- Besanko, D., Shanley, M. 2000. *Economics of Strategy*. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- Bettiol, M. ve Micelli, S. 2005. *Design e Creatività nel Made in Italy*. Milano: B. Mondadori.
- Bettiol, M., Finotto, V. ve Legrenzi, P. 2005. *L'innovazione in Azienda tra Creatività e Design*. Milano: Bruno Mondadori.
- Bilgin, M. 2006. "Takı Sektör Profili : 2006", İstanbul: İTO Dış Ticaret Şubesi.  
<http://kobi.mynet.com/pdf/taki.pdf>.
- Bockock, R. 1993. *Tüketim*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Breebart, D. 1961. *The Development and Structure of the Turkish Futuwwa Guilds*. London.

- Brown, T. 2008. "Design Thinking", Harvard Business Review, 85-92. [www.hbr.org](http://www.hbr.org)
- C. Freeman, L. S. 2003. Yenilik İktisadı. Ankara: Tübitak Yayınları.
- Cappellieri, A. 2005. Dalla Focaccia di Platone alla Cravatta di Marinella: Storie, contesti, e valori del lusso Milano: POLI Design.
- Cappellieri, A. ve Celaschi, A.V. F. 2005. Lusso Versus Design. Milano Poli. Milano: Design Franco Angeli.
- Cappellieri, A. 2010. Il Gioiello Oggi Arte, Moda, Design. Milano: Mondadori Electa.
- Cappellieri, A. Marco, R. ve Triennale, G. D. 2005. Il Design Della Gioia: Il Gioiello Fra Progetto E Orenamento / Jewelry Between Design and Ornament. Milano: Charta.
- Capello, P. V. 2005. Il Processo Produttivo e lo Sviluppo dei Nuovi Prodotti, Il Gioiello Italiano Ad Una Svolta-dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità-. 35-66. Milano: Franco Angeli.
- Carcano, L. ve Lojacono, G. 2002. "A Comparison Between Two European Design Models in the Jewellery Business", SDA Bocconi School of Management Research Paper Series, 1-34.
- Carcano, L., Catalani, A. ve Capello, P. V. 2005. Il Gioiello Italiano ad unaSvolta. Dalla Crisi alla Costruzione di Nuove Opportunità. Milano: Franco Angeli.
- Carcano, L., Corbellini, E., Lojacono, G. ve Capello, P. V. 2002. Il Mondo Orafo fra Tradizione e Innovazione Milano: Etas.
- Catalani, A. ve Capello, P. V. 2005. 121-128. La Segmentazione del Settore. Carcano, L., Catalani, A., Capello, P. V. ve Angeli, F. Milano.
- Cattaneo, C., Sabbadin, E. ve Virtuani, R. 1993. Il Settore Orafo. Strategie di Prodotto, di Marketing e di Area Milano: Giuffrè.
- Ceco, S. 2010. "İstanbul'un 100 Hanı", İstanbul'un Yüzleri, 60. İstanbul: Kültür A.Ş.
- Chevalier, M. ve Mazzalovo, G. 2012. Luxury Brand Management: A World of Privilege. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Corti, C. W. 1995. Altın Takı Üretim Teknikleri El Kitabı. İstanbul: World Gold Council-İKO.

- Corti, C. W. ve Faccenda, V. 1999. Polishing: the Basic Principles, World Gold Council, London.  
[http://www.gold.org/assets/file/discover/sci\\_indu/GTech/1999\\_26/Facendat.pdf](http://www.gold.org/assets/file/discover/sci_indu/GTech/1999_26/Facendat.pdf)
- Corti, C. W. 2003a. Technology is Irrelevant to Jewellery Design-or is it?. World Gold Council, London.  
[http://www.gold.org/rs\\_archive/2nd\\_proofSFSpaper.pdf](http://www.gold.org/rs_archive/2nd_proofSFSpaper.pdf)
- Corti, C. W. 2003b. The Shape of the Future, Gold Technology 51-59, World Gold Council, London.  
<http://www.gold.org/assets/file/jewellery/technology/pdf/Shape-of-future-AJM-mag.pdf>
- Corti, C. W. 2005. What is a White Gold?, 103-120, World Gold Council, London.  
[http://www.gold.org/assets/file/rs\\_archive/SFBK\\_WhitegoldChris%20Corti.pdf](http://www.gold.org/assets/file/rs_archive/SFBK_WhitegoldChris%20Corti.pdf)
- Coşkun Orlandi, A. E. 2009. 21.YY.da Türkiye Mücevher Endüstrisinde Katma-Değer Dinamiği Olarak Endüstri Tasarımı ve Küresel Rekabet: 'Made in Italy' Örneği Üzerinden Bir Model Önerisi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Creswell, J. W. 2005. Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Thousand Oaks: Sage.
- Cutolo, G. 2003. Lusso & Design. Milano: Editrice Abitare Segesta.
- Çağman, F. 1984. "Serzgeran Mehmet Usta ve Eserleri", 51-87, Kemal Çığ'a Armağan. İstanbul.
- Çelebi, A. K., Yanıkaya, H., Gökbunar, R., Gülova A. A. ve Pala, M. 2009. Avrupa Birliği Yolunda Esnaf ve Sanatkarlar. Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi & Manisa Esnaf ve Sanatkarları Odaları Birliği.
- Çelebi, E. 2011. Evliya Çelebi Seyahatnâmesi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Çelebi, E. 2014. Günümüz Türkçesiyle Evliya Çelebi Seyahatnamesi. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Demirkent, I. 2005. Bizans Tarihi Yazıları, Makaleler, Bildiriler, İncelemeler. İstanbul: Dünya Aktüel
- Dormer, P. (Ed.) 1997. The Culture of Craft: Status and Future. Editör: UK: Manchester University Press.
- Dubois, B. ve Duquesne, P. 1993. "The Market For Luxury Goods: Income Versus Culture", European Journal of Marketing, 27, 35-44.

- Ekinci, M. 2013. "Türksoy Üyesi Ülkeler SOKÜM Seminerleri", Editörler: Oğuz, Ö.M., Ölçer Özünel, E., Gürçayır Teke, S. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi, Ankara: UNESCO Türkiye Miili Komisyonu.
- Eldem, E., Goffman, D. ve Masters, B. 1999. Doğu ile Batı Arasında Osmanlı Kenti: Halep, İzmir ve İstanbul. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Erdenen, O. 1965. İstanbul Çarşıları ve Kapalıçarşı. İstanbul: Yenilik Basımevi.
- Ergin, O. N. 1995. Mecelle-i Umur-ı Belediye. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı Yayınları.
- Ertimur, B. 2003. Gold and Gold Jewellery: Exploitation of Consumer Practices. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. The Institute of Economics and Social Sciences, Ankara: Bilkent University.
- Faroqhi, S. 2005. Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam: Ortaçağdan Yirminci Yüzyıla. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Faroqhi, S. 2009. Artisans of Empire: Crafts and Craftspeople Under the Ottomans. London: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Faroqhi, S. 2011. Osmanlı Zanaatkarları. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Forsman, M. ve Solitander, N. 2004. Knowledge Transfer and Industrial Change in the Jewellery Industry, Conference Proceedings for the Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities Conference Proceedings, Innsbruck.  
[http://www.ofenhandwerk.com/oklc/pdf\\_files/E-2\\_forsman.pdf](http://www.ofenhandwerk.com/oklc/pdf_files/E-2_forsman.pdf)
- Gaggio, D. 2002. "Negotiating the Gold Standard: The Geographical and Political Construction of Gold Fineness in Twentieth-Century Italy", Technology and Culture, 43 (2), 291-314.
- Genç, M. 2010. Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Ekonomi. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Gibb H. ve Bowen, H. 1950. Islamic Society and the West, I. cilt, Londra, Oxford: University Press.
- Green, T. 2007. The Age of Gold. London: GFMS.

- Greenhalgh, P. 2002. *The Persistence of Craft : the Applied Arts Today*. London, New Brunswick, NJ: A. & C. Black, Rutgers.
- Guerrieri, P. ve Pietrobelli, C. 2004. "Industrial Districts' Evolution and Technological Regimes: Italy and Taiwan", *Technovation*, 24 (11), 899-914.
- Gurria, A. 2007. "Towards an Innovation Strategy", *OECD Observer*, 2007 (4/263), 3.
- Gülersoy, Ç. 1979. *Kapalı Çarşının Romanı*. İstanbul: İstanbul Kitaplığı Ltd. Yayını.
- Gülersoy, Ç. 1994. "Kapalıçarşı", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, Cilt 5. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Hirsch-Kreinsen, H. ve Jacobson, D. 2008. *Innovation in Low-Tech Firms and Industries*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Howlett, R. J. 2010. *Innovation through Knowledge Transfer*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Issawi, C. 1966. *The Economic History of The Middle East, 1800-1914*, Chicago.
- İnalçık, H. 1973. *The Ottoman Empire, The Classical age 1300–1600*, Çev. N. Itzkowitz ve C. Imber, London.
- İrepoğlu, G. 2000. "Bir İmparatorluğun Görkemi: Osmanlı Mücevheri", *P Dergisi*, (17), 100-111.
- İrepoğlu, G. 2002. "Osmanlı'da Mücevher Geleneği", *Antikdekor Dergisi*, (68), 76-84.
- İrepoğlu, G. 2013. *Osmanlı Saray Mücevherleri: Mücevher Üzerinden Tarihi Okumak*. İstanbul: Bilkent Kültür Girişimi Yayınları.
- Janin, R. 1953. *La geographie ecclsiastique de l'Empire byzantin*. Paris.
- Järvinen, J. ve Koskinen, I. 2001. *Industrial Design as a Culturally Reflexive Activity in Manufacturing*. Helsinki: SITRA, Publication series of the University of Art and Design Helsinki UIAH.
- Kal'a, A. 1998. *İstanbul Esnaf Tarihi Tahlilleri : İstanbul Esnaf Birlikleri ve Nizamları*. İstanbul: İstanbul Araştırmaları Merkezi.



- Kala, P. D. M. 2006. "Küçük Perakendecinin Kurtuluşu Kapalı Çarşı Modelinde", Çerçeve Dergisi, 14 (38), 51-55.
- Kaplan, K. 2003. Türkiye'de Kuyumculuk ve Altın. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Karlıkl, S. 2004. Yaşayan Anadolu Takıları: Zaman Geçer, Altın Kalır = The Living Tradition of Anatolian Jewelry: Time Passes Gold Endures. İstanbul: Atasay Kuyumculuk.
- Kasapoğlu Akyol, P. 2013. 83-89. "Türkiye'nin Yaşayan İnsan Hazinesi Programı", Editörler: Oğuz, Ö.M., Ölçer Özünel, E., Gürçayır Teke, S. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi, Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu.
- Kaya, Ç. 2011. Designer as Enabler: A Methodology of Intervention for Designers, Doktora Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Ürünleri Tasarımı Doktora Programı, İstanbul.
- Kayra, C. 1990. İstanbul, Mekanlar ve Zamanlar. İstanbul: Ak Yayınları.
- King, N. ve Horrocks, C. 2010. Interviews in Qualitative Research. Los Angeles: SAGE.
- Koroğlu, G. 2004. Anadolu Uygarlıklarında Takı. İstanbul: Türk Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü Yayınları.
- Kuşoğlu, M. Z. 1994. 568. Kuyumculuk. Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Kuşoğlu, M. Z. 1998. Tılsımdan Takıya. İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Kuşoğlu, M. Z. 2006. Resimli Ansiklopedik Kuyumculuk ve Maden Terimleri Sözlüğü. İstanbul: Ötüken.
- Küçükerman, Ö. 1994a. "Ehl-i Hıref" Topkapı Sarayındaki Ustalar I", Tombak, 16-19.
- Küçükerman, Ö. 1994b. "Ehl-i Hıref" Topkapı Sarayındaki Ustalar II", Tombak, 345.
- Küçükerman, Ö. ve Mortan, K. 2007. Kapalıçarşı. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Küçükerman, Ö. ve Mortan, K. 2009. Kapalıçarşı. İş Bankası Kültür Yayınları için Basıma Hazırlanan Genişletilmiş Baskı.
- Küçükerman, Ö. ve Mortan, K. 2010. Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Kütükoğlu, M. S. 1974. Osmanlı-İngiliz İktisadi Múnasebetleri (1580-1838), Ankara: Türk Kúltürünü Araştırma Enstitüsü.
- Kütükoğlu, M. S. 1986. Osmanlı Esnafında Oto-Kontrol Müessesesi, Ahilik ve Esnaf, Konferanslar ve Seminerler, İstanbul: İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Birliği Yayını.
- Kvale, S. 2007. Doing Interviews. London: SAGE.
- Laperche, B., Sommers, P. ve Uzunidis D. 2010. Innovation Networks and Clusters: The Knowledge Backbone. Bruxelles, New York: Peter Lang.
- Lazzeretti, L. 2006. "Density Dependent Dynamics in the Arezzo Jewellery District (1947-2001): Focus on Foundings", European Planning Studies, 14 (4), 431-458.
- Lazzeretti, L. 2007. "The Birmingham Jewellery Quarter: A Marshallian Industrial District", European Planning Studies, (15), 1295-1325.
- Lippincott, G. 1947. Design for Business. Chicago: P. Theobald.
- Luana Carcano, A. C., Paola Varacca Capello. 2005. Il Gioello Italiano Ad Una Svolta-dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità. Milano.
- Luecke, R. 2003. İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kúltür Yayınları.
- Mack, J. 2002. Ethnic Jewellery. London: The British Museum Press.
- MEGEP. 2004. El Sanatları ve Materyaller Sektörü Tanıtım Modülü. Ankara: MEB.
- Meriçboyu Akyay, Y. 2000. "Anadolu Eski Çağında Takıların Dili", P Dergisi, (17), 16-25.
- Meriçboyu, Y. 2001. Antikçağ'da Anadolu Takıları. İstanbul: Akbank Yayınları.
- Modan, R. 2005. Kuyumculuk Meslek Bilgisi. İstanbul: İstanbul Kuyumcular Odası.
- Mozota, B. B. D. 2006. "The Design of Innovation, Two Challenges for the Design Profession", ELISAVA Escola Superior de Disseny, (23).

Müller, S. & Biagi, B. 1999. Electroforming for Innovative Design, Gold Technology 27, 41-47, London: World Gold Council.

[http://www.gold.org/assets/file/discover/sci\\_indu/GTech/1999\\_27/Electroforming.pdf](http://www.gold.org/assets/file/discover/sci_indu/GTech/1999_27/Electroforming.pdf)

Nişanyan, S. 2007. Sözlereın Soyağacı. İstanbul: Adam Yayınları.

OECD. 2005. Oslo Manual Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data Paris: OECD.

OECD. 2008. "Creative Economy Report 2008". [www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf),

Ogden, J. 1982. Jewellery of the Ancient World. London: Trefoil.

Oğuz, Ö. M., Özay, Y. ve Tacar, P. 2005. " Kültürel Mirasın Koruması Sözleşmesi", Milli Folklor, (65), 163-171.

Oğuz, Ö.M., Ölçer Özünel, E., Gürçayır Teke, S. 2013. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi, Ankara: UNESCO Türkiye Miili Komisyonu.

Orhon, D., İnce, O., Sözen, S., Karahan, O., Yağcı, N. ve Zengin, G. 2006. Eminönü Belediyesi Atık ve Çevresel Risk Yönetimi Projesi Sonuç Raporu, İTU Çevre Mühendisliği Bölümü, İstanbul.

Önsoy, R. 1988. Tanzimat Dönemi Osmanlı Sanayii ve Sanayileşme Politikası, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Özcan, T. 2003. Fetvalar Işığında Osmanlı Esnafı. İstanbul: Kitabevi.

Özdemir, N. 2009. "Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi", Milli Folklor, (84), 73-86.

Özelçi Eceral, T., Armatlı Köroğlu ve B. Uğurlar, A. (2009). Kuyumculuk Kümeleri: İstanbul Kapalıçarşı ile Dünya Örneklerinin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi. Ekonomik Yaklaşım, 20(70), 121-143.

Öztekin, Y., Tağtekin, Ö. ve Güvenç, M. 2002. Tarih Boyunca Türklerde Altın. İstanbul İstanbul Altın Borsası Yayınları.

Pamukciyan, K. 1994. 1968'de Mevcut İstanbul Hanları. Tarih ve Toplum, 20, 69.

Phillips, C. 1996. Jewelry: From Antiquity to the Present. London: Thames and Hudson.

- Pinon-Demirçivi, M. 2009. Le Grand Bazaar d'Istanbul et ses environs: formes, fonctions et transformations des han construits entre la debut du XVIII s. et le milieu du XIX s., These pour obtenir le grade de Docteur de L'universite Paris- Sorbonne.
- Polanyi, M. 1958. Personal Knowledge. London: Routledge & Keagan Paul.
- Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations. New York: The Free Press.
- Press, M., Tomes A. ve Yair, K. 2001. "Crafting Competitive Advantage : Crafts Knowledge as a Strategic Resource", Design Studies, 22 (4), 377-394.
- Quataert, D. 1992. Manufacturing and Technology Transfer in the Ottoman Empire 1800-1914, Istanbul: The Isis Press.
- Quataert, D. 1999. Sanayi Devrimi Çağında Osmanlı İmalat Sektörü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Quataert, D. 2011. Sanayi Devrimi Çağında İmalat Sektörü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Raw, P. 2002. "Hollow Carat Gold Jewellery from Strip and Tube", Gold Technology Magazine, (35), 3-10.
- Richins, M. L. 1998. "Possessions, Materialism and Other Directedness in the Expression of Self' Consumer Value: A Framework for Analysis and Research", 85-104.
- Rincon, P. 2006. Study Reveals 'Oldest Jewellery' [Press release].  
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/5099104.stm>
- Ross, A. 2004. "Made in Italy: The Trouble with Craft Capitalism", Antipode, 36 (2), 209-216.
- Russo-Katz, M. 1989. "Jewelry", Sephardi Jews in the Ottoman Empire-Aspects of Material Culture. Editör: Juhasz, E. Jerusalem: Israel Museum.
- Sakaoğlu, N. ve Akbayar, N. 1999. Osmanlı'da Zenaatten Sanata. İstanbul: Körfezbank/Creative Yayıncılık.
- Savaşçın, M. Y. 1990. "Osmanlı Kuyumculuğu I; Selçuklu ve Bizans Uygarlıklarından Etkilenmiş Bir Sentez", Antikdekor Dergisi, (7), 136-138.

- Savaşçın, M. Y. 1990. "Osmanlı Kuyumculuğu II; Kanuni Döneminde İstanbul Önemli Bir Mücevher Merkeziydi", *Antikdekor Dergisi*, (8), 136-138.
- Schumpeter, J. A. 1961. *The Theory of Economic Development*. New York: Oxford University Press.
- Sennett, R. 2008. *The Craftsmen*. London: Penguin Books.
- Sennett, R. 2008. *Zanaatkar*. Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- Silverman, D. 2011. *Qualitative Research*. London, Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Smith, A. 1775. Editör: Soares, S. M. 2007. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. São Paulo: Metalibri. <http://metalibri.wikidot.com/title:an-inquiry-into-the-nature-and-causes-of-the-wealth-of-nations:smith-a>
- Sombart, W. 1998. *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Sönmez, Ç. B. 1993. "Kapalıçarşı'nın Fonksiyonel Değişimi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sözen M. ve Tanyeli U. 1992. *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Starr, M. ve Tran, K. 2008. "Determinants of the Physical Demand for Gold: Evidence from Panel Data", *World Economy*, 31 (3), 416-436.
- Stoneman, P. 2010. *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Süslü, Ö ve Urfaloğlu, N. 2011. Bir Osmanlı El Yazmasına Göre XVI. Yüzyıl Osmanlı İmparatorluğu'nda Meslekler, Tarih ve Medeniyetler Tarihi, 6.cilt, 38.ICONAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi ve Medeniyetler Tarihi 15 Eylül 2007, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.
- Swann, G. M. P. 2009. *The Economics of Innovation: an Introduction*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Şemseddin Sami, *Kamus-ı Türki*, 2004, İstanbul: Kapı Yayınları.

- Tabakoğlu, A. 2005. "Tasavvuf ve İktisat", Toplu Makaleler II İslam İktisadı, İstanbul, Kitabevi, 45.
- Taeshner, F. 1979. Zunfte und Bruderschaften im Islam: Texte zur Geschichte der futuwwa (Die Bibliothek des Morgenlandes, Zürich/München).
- Tait, H. 1986. 7000 Years of Jewellery. London: British Museum Publications.
- Taner, E. 2009. Osmanlı Esnafı: Ticari ve Sosyal Hayat. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Tavernier, J.B. 2007. 17.Yüzyılda Topkapı Sarayı (1675). Editör: Sakaoğlu, N. Çeviren: Tunçdoğan, T. İstanbul.
- Terzi, A. 2011. Sarayda İktidar Mücadelesi. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tokat, O. 2010. Ermeni Gümüş Ustaları/Armenian Master Silversmiths. İstanbul: Aras.
- Toros, M. 2014. Tiyatro Ömür Boyu. İstanbul: Paros Yayıncılık.
- Trenti, S. 2005. Il Settore Orafo. Milano: Franco Angeli.
- Trenti, S. 2007. "Italy's Gold Districts", Alchemist, (46), 6-8.
- Tresserras, J. 2006. "Industrial Design as a Factor for Innovation and Competitiveness", ELISAVA Escola Superior de Disseny, (22).
- Tungate, M. 2009. Luxury World: The Past, Present and Future of Luxury Brands. London, Philadelphia: Kogan Page Publishers.
- Türe, A. 2005. Dünya Kuyumculuk Tarihi 1: Takının Öyküsü. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Türe, A. ve Savaşçın, M. Y. 2000. Kuyumculuğun Doğuşu. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Türe, A. ve Savaşçın, M. Y. 2002. Anadolu Antik Takıları. İstanbul: Goldaş Kültür Yayınları.
- Türkoğlu, S. 1988. "Topkapı Sarayı Müzesi Arşiv ve Kütüphanesindeki Mücevher Tasarımları", Antikdekor Dergisi, (2), 72-76.
- Utterback, J., Vedin, B.-A., Alvarez, vd. 2008. Tasarıma Dayalı İnovasyon, İstanbul: Ledo Yayıncılık.

- Ülgen, A. 1999. Osmanlı: Kültür ve Sanat. Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- Ülgener, F. S. 2006. İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası. İstanbul: Derin Yayınları.
- V. Walsh, R. v. d. 1992. Winning by Design. Oxford: WileyBlackwell.
- Veblen, T. 1899. The Theory of the Leisure Class. Project Gutenberg Literary Archive Foundation, Salt Lake City. <http://www.gutenberg.org/etext/833><http://www.gutenberg.org/etext/833>
- Verganti, R. 2008. Tasarıma Dayalı İnovasyon ve Tasarım Konuşması. İstanbul: Ledo Yayıncılık.
- Verganti, R. 2009. Design-Driven Innovation : Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean. Boston: Harvard Business Press.
- Vitiello, L. 1995. Modern, Teknik ve Pratik Kuyumculuk. Ankara: MEB.
- Walsh, V., Roy, R., Bruce, M. ve Potter, S. 1992. Winning by Design. Oxford: WileyBlackwell.
- WGC. 1998. Gold Trends 97-98 Türkiye. Editör:BIAGI, B. İstanbul: Ofset Yayınları.
- White, C. 1845. Three Years in Constantinople. London, 3. Vols.
- Wortley Montagu, M. 1998. The Turkish Embassy Letters (1763), London.
- Yağız (Yançatarol), B., Kaya, Ç. 2011. "Tasarım Eğitiminde Zanaatin Yeri Üzerine Bir Önerme", Endüstride Tasarımda Eğitimde 40. yıl Sempozyumu, 81-87, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Yair, K., Pres, M. ve Tomes, A. 2001. "Crafting Competitive Advantage: Crafts Knowledge As A Strategic Resource", Design Studies, 22 (4), 377-394.
- Yaman, B. 2008. Osmanlı Saray Sanatkarları, 18.yy'da Ehl-i Hiref. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Yıldırım, O. 1999/2000. "Osmanlı Esnafında Uyum ve Dönüşüm", Toplum ve Bilim, 83, 146-176.
- Yılmaz, B. 2006. Altın Mücevherat. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.  
[http://www.taj.org.tr/docs/arastirma\\_raporlari/altinvemucevher.pdf](http://www.taj.org.tr/docs/arastirma_raporlari/altinvemucevher.pdf)

## Arşiv Belgeleri

BOA, Tarih :21/Za/1210 (Hicrî) Dosya No :5 Gömlek No :238 Fon Kodu :C..İKTS).

BOA, Tarih :21/S /1275 (Hicrî) Dosya No :265 Gömlek No :6 Fon Kodu :A.}MKT.NZD.

BOA, Tarih :19/Ra /1295 (Hicrî) Dosya No :51 Gömlek No :1 Fon Kodu :Y..EE..

BOA Tarih :24/Ra/1294 (Hicrî) Dosya No :676 Gömlek No :10 Fon Kodu :ŞD.

BOA Tarih : Dosya No : Gömlek No :3063 Fon Kodu :TS.MA.d

BOA Tarih : Dosya No : Gömlek No :3077 Fon Kodu :TS.MA.d

BOA Tarih :29/S /1236 (Hicrî) Dosya No :500 Gömlek No :20320 Fon Kodu :C..ML..

BOA Tarih :24/S /1306 (Hicrî) Dosya No :1559 Gömlek No :62 Fon Kodu :DH.MKT.

BOA Tarih :11/Ni/1322 Dosya No :309 Gömlek No :32 Fon Kodu :ZB.

BOA Tarih :15/R /1279 (Hicrî) Dosya No :849 Gömlek No :64 Fon Kodu :MVL.

## İnternet Kaynakları

URL 001- [http://www.utilisegold.com/jewellery\\_technology/manufacturing/lost\\_wax](http://www.utilisegold.com/jewellery_technology/manufacturing/lost_wax),  
Son erişim tarihi: 25 Haziran 2008.

URL 002- [http://www.utilisegold.com/jewellery\\_technology/manufacturing/chain\\_making](http://www.utilisegold.com/jewellery_technology/manufacturing/chain_making),  
Son erişim tarihi: 25 Haziran 2008.

URL 003- [www.focusinnovation.net/Innovation.aspx](http://www.focusinnovation.net/Innovation.aspx), Son erişim tarihi: 27 Nisan 2009.

URL 004- <http://www.science.gold.org>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.

URL 005- <http://www.botecchiivo.it>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.

URL 006- <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=5655172&p=2>  
Son erişim tarihi: 10 Ocak 2008.

URL 007- <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/986317-dunya-altin-konseyi-turkiye-ofisini-kapatti>, Son erişim tarihi: 11 Mayıs 2015.

URL 008- [www.gvdb.gov.tr/upload/kuyumcularsemnernotlari.doc](http://www.gvdb.gov.tr/upload/kuyumcularsemnernotlari.doc),  
Son erişim tarihi: 25 Ekim 2008.

URL 009- [http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somut\\_olmayan\\_km/UNESCOYIH.pdf](http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/somut_olmayan_km/UNESCOYIH.pdf),  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.



- URL 010- <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazinelere-ulusal-envanteri.html>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 011- "Valetta İlkeleri".  
[http://www.international.icomos.org/Paris2011/GA2011\\_CIVVIH\\_text\\_EN\\_FR\\_final\\_20120110.pdf](http://www.international.icomos.org/Paris2011/GA2011_CIVVIH_text_EN_FR_final_20120110.pdf), Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015.
- URL 012- "GFMS Değerli Madenler Araştırma ve Danışmanlık". <http://www.gfms.co.uk>,  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 013- "GİLAN Resmi Web Sitesi". <http://www.gilan.com>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 014- "Hassas Döküm Teknolojisi". <http://www.turkcadcam.net/rapor/otoinsa/hassas-dokum.html>, Son erişim tarihi: 10 Ocak 2009.
- URL 015- "Hstern Resmi Web Sitesi". <http://www.hstern.net>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 016- "İAB Resmi Web Sitesi". <http://www.iab.gov.tr/borsa.asp>,  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 017- "İKO Resmi Web Sitesi". <http://www.iko.org.tr>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 018- "İKOPATENT". <http://www.ikopatent.com/patent/index.asp>  
Son erişim tarihi: 10 Aralık 2006.
- URL 019- "İMMİB Resmi Web Sitesi ". <http://www.immib.org.tr/mucevher/stat.asp>  
Son erişim tarihi: 14 Mayıs 2015.
- URL 020- "İstanbul Altın Rafinerisi Web Sitesi". <http://www.iar.com.tr/gesmis.htm>  
Son erişim tarihi: Aralık 2006.
- URL 021- "Kuyumcukent Resmi Web Sitesi". <http://www.kuyumcukent.com.tr/>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 022- "Quebec Deklerasyonu".  
[http://www.google.com.tr/search?client=safari&rls=en&q=icomos+quebec+declaration&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe\\_rd=cr&ei=ZBRrVc-EKeuk8weC94DIDg](http://www.google.com.tr/search?client=safari&rls=en&q=icomos+quebec+declaration&ie=UTF-8&oe=UTF-8&gfe_rd=cr&ei=ZBRrVc-EKeuk8weC94DIDg),  
Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015
- URL 023- "OECD Innovation Strategy". [http://www.oecd.org/document/19/0,3343,en\\_41462537\\_41454856\\_41476947\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/document/19/0,3343,en_41462537_41454856_41476947_1_1_1_1,00.html), Son erişim tarihi: 27 Nisan 2009.
- URL 024- "Online Etymology Dictionary". [www.etymonline.com](http://www.etymonline.com), Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 025- "Rotaforte Resmi Web Sitesi". <http://www.ubmrotaforte.com/>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 026- "Sevan Bıçakçı Resmi Web Sitesi". <http://www.sevanbicakci.com>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 027- "Tanishq Resmi Web Sitesi". <http://www.tanishq.co.in>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.

- URL 028- "Türk Dil Kurumu Resmi Web Sitesi". <http://tdkterim.gov.tr>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 029- "Türk Mücevhercileri Birliği Resmi Web Sitesi ". <http://www.jtr.org.tr>  
Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 030- "WGC Resmi Web Sitesi". <http://www.gold.org/> Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 031- "The Global Competitiveness Report 2008–2009".  
<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>, Son erişim tarihi: 21 Mayıs 2015.
- URL 032- "Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu".  
<http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sinai/cografi.html>  
Son erişim tarihi: 20 Mayıs 2015
- URL 033- "Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri".  
<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazinesi-ulusal-envanteri.html>, Son erişim tarihi: 18 Mart 2014.
- URL 034- "Ticaret Yıllıkları". <http://www.obarsiv.com/koleksiyon1.html>).  
Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015.
- URL 035- "Kapalıçarşı Yenileniyor"  
<http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2015/01/17/kapalicarsi-yenileniyor>  
Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015.
- URL 036- YIPRANAN TARİHİ VE KÜLTÜREL TAŞINMAZ VARLIKLARIN YENİLENEREK KORUNMASI VE YAŞATILARAK KULLANILMASI HAKKINDA KANUN  
<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5366.pdf>  
Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015.
- URL 037- "Kapalıçarşıya 'darbe' hazırlığı".  
[http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/182909/Kapalicarsiya\\_darbe\\_hazirligi.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/182909/Kapalicarsiya_darbe_hazirligi.html)  
Son erişim tarihi: 31 Mayıs 2015.

## **EKLER**

**EK.01\_FORM 01 ATÖLYE-USTA YAŞAYAN İNSAN HAZİNELERİ  
SINIFLANDIRMASI**

**Atölye-Usta Yaşayan İnsan Hazinesi Sınıflandırması** (ref: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/>)**Tarih:**

<b>Atölye:</b>	
<b>Usta :</b>	
<b>Konum:</b>	

- Ustalığını 10 yıldır icra ediyor
- Sanatını usta-çırak ilişkisi ile öğrenmiş
- Bilgi ve becerisini uygulamadaki üstünlük: Form 02-03
- Konusunda ender bulunan bilgiye sahip olmas: Form 02-03
- Kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmışlığı
- Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneği (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi)
- Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini çırağa aktarma becerisi (bir çırak yetiştirmiş olması)
  - o Kaç çırak yetiştirmiş?.....

Notlar: |

**EK02\_FORM 02 ÜRÜN A**

**Ürüne ait A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:**

*Birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyeti vb. fiziksel özelliklerinin (finiş) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere, ürün analizleri vasat ve mükemmel değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilecektir.*

**Tarih:**

<b>Atölye:</b>	
<b>Usta :</b>	
<b>Konum:</b>	
<b>Ürün Grupları: <sup>1</sup></b>	

**\*ekle Form06\*****yüzey özellikleri****vasat****mükemmel**

--	--	--	--	--

**biçimsel hassasiyeti****vasat****mükemmel**

--	--	--	--	--

<sup>1</sup> üretim akış şemasına göre

**EK03\_FORM 03 ÜRÜN B**



**Ürüne ait B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi:**

Birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyi ölçmek üzere, ürün analizleri standart ve eşsiz değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçülebilir değerlendirilecektir.

**Tarih:**

<b>Atölye:</b>	
<b>Usta :</b>	
<b>Konum:</b>	
<b>Ürün Grupları: <sup>1</sup></b>	

**\*ekle Form06\*****ürün-üretim karmaşıklık düzeyi****standart****eşsiz**

--	--	--	--	--

<sup>1</sup> üretim akış şemasına göre

**EK04\_FORM 04 ÜRETİM-TECHİZAT V.01\_08112013**

**Atölyede üretimde kullanılan teknik donanım:**

Üretimde kullanılan teknik donanımın özelleşmişlik derecesinin kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmesi.

**Tarih:**

<b>Atölye:</b>	
<b>Usta :</b>	
<b>Konum:</b>	
<b>Ürün Grupları:<sup>1</sup></b>	

**\*ekle Form06\*****Tezgâh-teçhizat**

standart

özel

--	--	--	--	--

**Bilgisayar destekli üretim yapıyor mu?**

- evet  
 hayır

<sup>1</sup> üretim akış şemasına göre

**EK05\_FORM 05 MEKÂN-ÜRETİM AĞ**

**Üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumu:**

*Atölye konumunun atölyeden çıkan ürünün genel üretim akış şemasındaki sırasıyla karşılaştırmalı olarak, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla üretim davranış haritalarının oluşturulması.*

**Tarih:**

<b>Atölye:</b>	
<b>Usta :</b>	
<b>Konum:</b>	
<b>Ürün Grupları: <sup>1</sup></b>	

\*ekle Form06\*

**Üretim Ağı:**

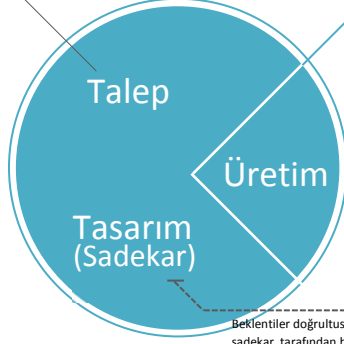
<b>Önce</b>	Atölye	İşlem
<b>Sonra</b>	Atölye	İşlem

<sup>1</sup> üretim akış şemasına göre

**EK06\_FORM 06 ÜRETİM AKIŞ V.01\_08112013**

**Atölyenin ürettiği ürünün atölye ölçeği üretim akışı içindeki konumunun belirlenmesi: Form 05 ile birlikte değerlendirilecektir.**

Doğrudan tüketicinin talebi veya aracı  
Mağaza talebi ya da sadekarın kendi  
İsteği doğrultusunda ürün tanımı.



Beklentiler doğrultusunda ürünün  
sadekar tarafından biçim-üretim  
ilişkisiyle tasarlanması, eskizlenmesi.

- a) Maden Temini** ◀ **Mabiyeci:** Saf madenin temin edildiği kişi
- b) Madenin ürüne göre hazırlanması** ◀ **Ocakçı:** Üretilecek ürüne uygun astar Formatta istenen ayarda ve tel levha vb. Üretime uygun madenin biçimlendirilmesi.  
Atölye üretim sürecinde parçalar kalıplama vb. Seri üretim Teknikleri kullanılmadan, her ürün tek olarak üretilmektedir.
- c) Modifikasyon** ◀ Tasarım sürecine bağlı olarak sadekar insiyatifinde Biçimde değişiklikler uygulanabiliyor.
- d) Kaynak** ◀ Ürün karakteristiğine bağlı olarak hazırlanan Parçaların birleştirilmesi
- e) Tesviye**
- f) Sade cila: ponza** ◀ Cilacı ⇄
- g) Mıhlama** ◀ Mıhlamacı ⇄
- h) Soğuk Mine** ◀ Mineci ⇄  
**Kalem işi** ◀ Kalemkar ⇄
- i) Cila** ◀ Cilacı ⇄

Değerli taş; pırlanta, yakut vb. ▶

Dağıtım

Ürün Teslimi

**Seri üretime yatkınlık?**

- yüksek
- orta
- düşük
- 

⇄ : Atölye Dışı

yüksek 50+

orta 20+

düşük 3+

Notlar:

**EK07\_FORM 07 YARI YAPILANDIRILMIŞ SORULAR**



### USTALIK/ÇIRAK

- Ustanız kimdir? Ne kadar süre birlikte çalıştınız?
- Kaç yıldır kendi atölyenizi işletiyorsunuz?
- En iyi olduğunuz uygulama yöntemi nedir?
- Kendi tarafınızdan geliştirdiğiniz bir uygulama yöntemi ya da kendiniz için geliştirdiğiniz bir aletiniz var mı?
- Değeri yüksek ancak zaman aldığı için uygulanmayan yöntemleriniz var mı? Siz bunları uyguluyor ve öğretiyor musunuz?
- Mesleğinizle ilgili kendinizi nasıl geliştiriyorsunuz veya yeniliyorsunuz?
- Yeni ürün çıkartmak için geçmişe bakıyor musunuz? Yeni ürün çıkartmak için piyasaya bakıyor musunuz?

### MEKÂN

- Bu işi Kapalıçarşı ve hanlar bölgesinde yapıyor olmanın avantajları sizce nedir?

### KÖKEN

- İşe başlama hikayeniz nedir?
- Nerelisiniz? Bu işi ailenizde icra eden var mı?
- Memleketinizde kuyumculuk sanatı var mı?

**EK08\_AREGEM YIH-TESPİT-FORMU**



KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI  
Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü

**YAŞAYAN İNSAN HAZİNESİ TESPİT FORMU**

TESPİT KURULU TOPLANTI TARİHİ:

TESPİT KURULU ÜYELERİ:

**1. Teklif Edilen Kişinin Kimlik Bilgileri**

Adı Soyadı : .....

Doğum Yeri : .....

Doğum Tarihi : .....

Eğitim Durumu : .....

Medeni Hali : .....

Çocuk Sayısı : .....

Mesleği : .....

İletişim Bilgileri : .....

.....

.....

Kısaca Özgeçmişi : .....

.....

.....

**2. Taşıdığı SOKÜM (Somut Olmayan Kültürel Miras) Unsuru İle İlgili Bilgiler**

Konunun Adı : .....

SOKÜM Alanı : .....

Konunun Kısa Tanımı : .....

.....

Konunun Yok Olma Riski : .....

Bu Bilgiye Ne Zamandır Sahip Olduğu : .....

Kimden Öğrendiği (Ustasının Adı) : .....

Yetiştirdiği Çıraklar : .....

**3. Konusunda Diğerlerinden Ayırıcı Özelliği**

.....

.....

**4. Koruma/Destekleme Önerileri:**

.....

.....

**5. Ek Belgeler:**

- a. Beyan Belgesi (Kişinin YİH olarak belirlenmesine ilişkin rızasını içeren)
- b. Destekleyici Materyal (görsel, sesli, yazılı)
- c. Görsellerin Kullanım Haklarının Devrine Dair Belge

**EK09\_VERİ DEĞERLENDİRME FORMU**

**İnovasyon potansiyeli değerlendirme kriterleri**

		Vasat					Mükemmel				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
<b>I.</b>	Ürüne ait A-B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi (Form2-3)	i. Tek ve eşsiz parça									
		ii. Ürün karmaşıklık seviyesi									
		iii. İşçilik kalitesi									
<b>II.</b>	Ürün dili / ustanın Ar-Ge yapmaya yatkınlığı	iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma									
		v. Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma									
		vi. Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme									
		vii. Dışarıdan gelen girdilerle kendi yaratıcılığını ifade edebilme									
<b>III.</b>		viii. Çağdaş ürün dili taşıma									

**Tezgâh-teçhizat**

standart

özel

--	--	--	--	--

**Bilgisayar destekli üretim yapıyor mu?**

- evet  
 hayır

**Seri üretime yatkınlık?**

- yüksek  
 orta  
 düşük

yüksek 50+      orta 20+      düşük 3+

YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME DEĞERLENDİRMESİ

1 USTALIK/ÇIRAK

1.1 Ustanız kimdir?

**0** Birden fazla ustası olmuş

- Ustaların isimleri, en son çıraklık yaptığı atölye
- .....
- .....
- .....

**1** Tek usta

- Ustası hayatta değil( Ölüm yılı-yaklaşık-):
- Ustası hayatta , emekli olmuş
- Ustası hayatta , çalışıyor
- Ustası göç etmiş
- Göç ettiği ülke biliniyor: .....
- Göç sebebi: .....
- Göç ettiği ülke de çalışıyor
- Göç ettiği ülke de mesleğini icra etmiş, emekli
- Göç ettiği ülke de mesleğini icra etmiş, hayatta değil

**Genealogy**  
**Ustalık Silsilenmesi**

Ustası

İsim: .....  
Hikayesi: .....

U0....

Çırak01

İsim: .....  
Güncel durum: .....

Çırak02

İsim: .....  
Güncel durum: .....

Çırak03

İsim: .....  
Güncel durum: .....



**1.2 Ne kadar süre birlikte çalıştınız?**

1.2.1 Çıraklık ..... Yıl.

1.2.2 Kalfalık ..... Yıl.



➤ Askerlik Öncesi

➤ Askerlik Sonrası

**1.3 Kaç yıldır kendi atölyenizi işletiyorsunuz?**

1.3.1 ..... Yıl

1.3.2 Ustanın yaşıyla yıl oranı .... /....

1.3.3 Lokasyon Bilgisi 01: ..... yıldır şu anki atölyesinde

1.3.4 Lokasyon Bilgisi 02: ..... yıl ..... Han'da üretim yapmış

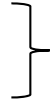
1.3.5 Lokasyon Bilgisi 03: ..... yıl ..... Han'da üretim yapmış

**1.4 En iyi olduğunuz uygulama yöntemi nedir?**

1.4.1 .....

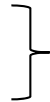
**1.5 Kendi tarafınızdan geliştirdiğiniz bir uygulama yöntemi ya da kendiniz için geliştirdiğiniz bir aletiniz var mı?**

0



Yok

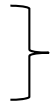
1



Var: .....

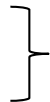
**1.6 Değeri yüksek ancak zaman aldığı için uygulanmayan yöntemleriniz var mı? Siz bunları uyguluyor ve öğretiyor musunuz? (3.soruyla birlikte değerlendirilebilir)**

0



Yok

1



Var: .....

**1.7 Mesleğinizle ilgili kendinizi nasıl geliştiriyorsunuz veya yeniliyorsunuz?**

AÇIK UÇLU

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**1.8 Yeni ürün geliştirirken nerelerden besleniyorsunuz? (Yeni ürün çıkartmak için geçmişe bakıyor musunuz? Yeni ürün çıkartmak için piyasaya bakıyor musunuz?...)**

- A. Hiçbir yerden.
- B. .... Dönemi mücevherler beni çok etkiliyor, o döneme ait ürünlerin olduğu kitaplara bakıyorum
- C. Fuar kataloglarına bakıyorum
- D. Fuarlara gidiyorum, oralardaki modellere bakıyorum
- E. Ustamın modelleri vardı onların yapıyorum
- F. Kendi modellerim var onlardan yola çıkarak yeni ürünler yapıyorum
- G. Diğer.....

**1.9 Sizce kuyumculukta İstanbul ekolü var mı? Varsa düşündüğünüz teknikler, malzemeler, modeller var mı?**

0 } Yok

X } Özel bir teknik yoktur, İstanbul ekolü eklektiktir

1 } Var: .....

## 2 MEKÂN

### 2.1 Bu işi Kapalıçarşı ve hanlar bölgesinde yapıyor olmanın avantajları sizce nedir?

- A. Diğer üreticilere yakın olmak
- B. Perakendecilere, mağazacılara yakın olmak
- C. "Bu işin geleneği burada..."
- D. "Ben bu işi burada öğrendim, bu işin üniversitesi burası. Başka yerde olmasını düşünemiyorum."
- E. "Bence hiçbir avantajı yok, alışkanlık."
- F. Diğer.....

## 3 KÖKEN

### 3.1 İşe başlama hikâyeniz nedir?

AÇIK UÇLU

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 3.2 Bu işi ailenizde icra eden var mı?

0 } Ailede kuyumcu yok

1 } Var: .....

**3.3 Etnik Köken**

- A. Etnik kökenini belirtmeyi özellikle tercih etti
- B. İstanbul Ermenisi
- C. Türk Müslüman
- D. İstanbul Ermenisi, ustası da ermeniymiş
- E. Türk Müslüman, ustası Ermeniymiş
- F. Diğer.....

**EK10. PROJE SÜRECİNDE ÜRETİLEN MAKALE1\_ULUSAL**

# ZANAATIN İNOVASYONLA SINAVI: KAPALIÇARŞI KUYUMCULUĞUNUN İNOVASYON POTANSİYELİNİN TESPİTİNE YÖNELİK BİR TASARIM ARAŞTIRMASI

Ayşe Coşkun Orlandi, Kadir Has Üniversitesi  
Yonca Kösebay Erkan, Kadir Has Üniversitesi

Türkiye, mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci konumdaki İtalya’nın ardından gelerek önemli bir liderlik yakalamış, düşük işçilik, düşük fiyat avantajıyla rekabet eder konuma gelmiştir. Ancak küresel pazarlarda tedarikçi olarak konum alabilmiştir. Lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikli, farklılaşma avantajı sağlayabilen, rekabetçi bir tasarım kimliği ortaya koyamamıştır. Türkiye kuyumculuk sektörünün yakaladığı başarının sürekliliği için tasarıma dayalı inovasyon yapma becerisinin artırılması önemlidir. Zanaat kökenli bir endüstri örneği olan mücevher endüstrisi tasarımın zanaatle olan zor ilişkisini analiz etmek üzere önemli bir vaka olarak karşımıza çıkar. Türkiye’de mücevher üretiminin tamamına yakını İstanbul’da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın değişmeyen merkezi olmuştur. Tarihsel geçmişi en az Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü, üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır. Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamının ürün odaklı rekabet stratejilerini besleyebilmesi için geleneksel yöntemler kullanılarak el işçiliğiyle elde edilen katma değer in inovasyon yapabilme potansiyelinin ölçülmesi birinci derecede önem taşımaktadır. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için nitel bir saha araştırması tasarlanmıştır. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanan araştırma projesinin amacı, Kapalıçarşı’nın geleneksel yapısı içinde yer alan iş hanlarındaki üretim modellerinin, üretim tekniklerinin inovasyon potansiyelinin ortaya çıkartılmasıdır. Bildiri, bahsedilen araştırma projesinin kapsamını, sürecini ve ön bulgularını paylaşmayı hedeflemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mücevher tasarımı, zanaat, inovasyon, Kapalıçarşı, lüks tüketimi

## **Giriş**

### *Araştırma Projesinin Çerçevesi ve Özgün Değeri [1]*

Türkiye, 2000’li yıllardan itibaren dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci sıradaki İtalya’nın ardından gelmektedir. Türkiye’nin yakalamış olduğu uluslararası başarının ardındaki en önemli kaynak bugün Türkiye’nin ev sahipliği yaptığı çok katmanlı kültür mirasının uzantısı olan değerli maden işleme becerisidir ki Türkiye toprakları üzerinde yaşamış her uygarlık kuyumculuk mirası bırakmıştır. Son yirmi yıl içinde izlenen uluslararası başarının arkasındaki üretimin tamamına yakını İstanbul’da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın değişmeyen merkezi olmuştur çeşitli yörelerden gelen ustalar Kapalıçarşı ve etrafındaki hanlarda tezgâh kurmuş, bu durum tarihi gelişim sürecinde Kapalıçarşı kimliğinin oluşmasında belirleyici rol oynamıştır (Küçükerman ve Mortan 2010).

Genel kapsamıyla mücevher tasarımı çoğunlukla sanat tarihi alanının çalışma konusu olmuş ve geleneksel el sanatları sınırında aynı literatürde yer almıştır. Kapalıçarşı özelindeki 550 yıllık geleneksel mücevher üretim teknikleri ise Osmanlı İmparatorluğu maddesel kültürünün bir parçası olarak tarihsel bağlamda stil ve biçim okuma sınırında değerlendirilmiştir (Ülgen 1999; Savaşçın 1990; İrepoğlu 2000; İrepoğlu 2002; Türkoğlu 1988). 21. yüzyıla gelindiğinde, bu zanaat kökenli geleneksel üretim sektörleşmeye başlamış, bu süreç önemli bir ihracat alanı olarak uluslararası tanınırlık ve rekabet gücü kazanmıştır (Coşkun Orlandi 2009; Armatlı Köroğlu vd. 2010). Çoğunlukla geleneksel el işçiliğine dayanan üretim teknikleri gelişen bilgisayar teknolojileriyle birlikte artık tamamının el değmeden makine üretimiyle yapılabildiği bir sürece doğru evrilmektedir. Türkiye mücevher endüstrisinin ihracatçı konumda yirmi yıllık süreçte elde ettiği rekabet üstünlüğünün sistematik bir sürekliliğe kavuşması için, sektörün rekabet avantajı kaynaklarının saptanması ihtiyacı önem kazanmıştır. Dönüşüm süreci içinde olan sektörün yapısal analizlerine odaklı yürütülen çalışmaların vardıkları ortak sonuç, sektörün inovatif (yenilikçi) tasarım stratejileri ve tasarımla özgünleşen rekabetçi bir konuma erişmesi için, geleneğini oluşturan özgün üretim tekniklerinin ve kültürel birikiminin stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmesi yönünde olmuştur (Coşkun Orlandi 2009; Armatlı Köroğlu vd. 2010). Bu çerçeveden değerlendirildiğinde, 550 yıllık geleneksel üretim tarihi sürecinde sosyal, ekonomik, politik bağlamda toplumsal demografik değişimlerden doğrudan etkilenmiştir ve geleneksel özgün üretim becerilerinde kayıplar, kopukluklar yaşanmıştır ve yaşanmaktadır. Kapalıçarşı merkezli mücevher üretiminin de işçilik kalitesi ve özgün üretim biçimlerinden kaynaklanan tasarımla değer kazandığı bilinmekte ancak bu becerinin de değişen demografik yapıyla kaybolmaya yüz tuttuğu eski ustalar, atölye sahipleri tarafından vurgulanmaktadır.

### Araştırma Projesinde Kullanılan Yöntem

Mücevher endüstrisi, hammaddesinin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Girişimcilik-ustalık-tasarım sacayağı bir üretim ağı içinde faaliyet göstermektedir. Üretim ağının merkezinde, ürüne biçimini veren, tüm üretim aşamalarının planlamasını yapan “sadekâr” adı verilen ve kuyumculuğu temsil eden usta bulunur. Bir ürünün ortaya çıkması için en az üç, dört tezgâhtan, usta elinden geçmesi gerekir. Her biri kendi alanında usta üreticiler arası kurulan üretim örgüsü, bu özellikli ortamın standartlaşamayacağını en büyük göstergesidir. Bu üretim geleneğinde bilgi aktarımı deneyim yoluyla işlerlik kazanan sözsüz bilgi (*tacit knowledge*) aktarımı metodu olarak karşımıza çıkar (Forsman ve Solitander 2004). Çarşı ve çevresindeki hanlar, bu ağ üretim yapılarıyla bir kümelenme modelidir ve kuruluş tarihi olarak kabul edilen 1461 yılından beri işlerliğini sürdürmektedir. Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevre hanlar, şehir bölge planlama, mimarlık tarihi, sanat tarihi ve çevre mühendisliği gibi çeşitli bilim alanlarının kendi uzmanlıkları dâhilinde çalışlagelmiş, ancak bölgenin üretim potansiyelini yaratıcılık, özgünlük ve inovasyon bağlamında değerlendiren akademik ya da sektörel sivil toplum örgütleri tarafından yapılmış güncel bir araştırma, belgeleme veya arşiv çalışması yürütülmemiştir.

Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için nitel bir saha araştırması tasarlanmıştır. İki yıl olarak tasarlanan projede nitel araştırma yöntemleri kullanarak, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmakta, yapılan görüşmelerde (i) ürüne, (ii) mekâna, (iii) tezgâh-teçhizata, (iv) insan faktörüne ait veri toplanmaktadır. Mayıs 2013’te aktif olarak yürürlüğe giren ve Mayıs 2015’te tamamlanmış olması planlanan araştırmada toplanmakta olan verinin kaynağı, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo1’de gösterilen, ürüne ait A Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının, yüzey özellikleri, biçimsel hassasiyeti vb. fiziksel özelliklerinin (bitiş) ürün-işçilik kalitesi algısına etkilerini ölçmek üzere, ürün analizleri “vasat ve mükemmel” değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçekle değerlendirilmektedir. Ürüne ait B Grubu parametreler, birim atölyenin ürettiği ürün-ara ürün-parça-işçilik gibi veri kaynaklarının karmaşıklık düzeyini ölçmek üzere, ürün analizleri “standart ve eşsiz” değerleri arasında kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilmektedir. Diğer taraftan üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametreler, birim atölyedeki üreticinin ustalık derecesi kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden sürekli ölçekle değerlendirilirken, insan faktörüne ilişkin B Grubu parametreler, ustanın geleneği sürdürme konusundaki hassasiyetinin, ustalığının seviyesini geliştirmeye yönelik eğilimlerinin, ustalık seviyesine erişmek için geçtiği eğitim sürecinin yarı yapılandırılmış sözlü görüşme tekniğiyle elde edilmesi sürecini kapsamaktadır.



Sahada toplanacak veri kaynağı	Veri toplama yöntemi	Veri değerlendirme yöntemi
Ürün (birim atölyede üretilen ürün-ara ürün-parça-işçilik)	Gözlem Fotoğraf Video	1. Ürüne ait A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi 2. Ürüne ait B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi
Mekân (üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumu)	Gözlem Fotoğraf Video Davranış haritaları	Atölye konumunun atölyeden çıkan ürünün genel üretim akış şemasındaki sırasıyla karşılaştırmalı olarak, coğrafi bilgi sistemleri yardımıyla üretim davranış haritalarının oluşturulması
Tezgâh-teçhizat (birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanım)	Gözlem Fotoğraf Video	Üretimde kullanılan teknik donanımın <u>özelleşmişlik derecesinin</u> kutupsal gösterge çizelgesi üzerinden, sürekli ölçükle değerlendirilmesi
İnsan faktörü (üretimi gerçekleştiren usta-çırak)	Gözlem Yarı yapılandırılmış görüşmeler: ses kaydı	1. Üretimde insan faktörüne ilişkin A Grubu parametrelerin değerlendirilmesi 2. Üretimde insan faktörüne ilişkin B Grubu parametrelerin değerlendirilmesi

**Tablo 1.** Araştırma projesinde kullanılan veri kaynakları, veri toplama ve değerlendirme yöntemleri

## Türkiye Mücevher Endüstrisinin Gelişimi ve Kapalıçarşı Geleneği

### Tarihsel Gelişim ve Sektörleşme Süreci

Türkiye mücevher ve altın takı sektörünün yirmi yıllık süreçte yakaladığı başarının ardındaki dinamiklere bakıldığında, bu başarının kaynağında iki temel yol göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki, 1980’li yıllarda ekonominin liberalleşmesi süreciyle birlikte bir dizi ekonomik karar ve değişimler olmuştur. 1989 yılında Merkez Bankası’nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla Türkiye’de altın kaçakçılığına son verilmiş ve altın ithal ve ihracı yasal yollardan yapılmaya başlanmıştır (İstanbul Altın 2003). İhracattaki başarının yakalanması süreciyse 1990’ların ortasından itibaren başlar. 1995 yılında faaliyete geçen İstanbul Altın Borsası, altın fiyatlarının dünya fiyatları ile paralel hale gelmesini, ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olmasını ve yurt dışından yapılan gayri resmi altın ithalatının engellenerek altın ticaretinin kayıt altına alınmasına olanak sağlamıştır (İstanbul Altın 2003). Daha da önemlisi, altın borsasının kurulmasıyla sektörün dünya piyasalarıyla aynı fiyata hammadde temin edebilmesi, sektörü uluslararası pazarlarda ucuz fiyatla rekabet edebilir hale getirmiş, üretimi artırmıştır. Resmi kaynaklarda yer almayan ancak sektör yetkilileriyle yapılan yüz yüze görüşmeler

aracılığıyla deşifre edilebilen sektör başarısını tetikleyen itici faktörler ve sektörleşme süreci aşağıdaki akışla açıklanabilmektedir (Coşkun Orlandi 2009):

- Altın ithalatı serbest bırakılıyor,
- Üretim makineleri İtalya'dan satın alınıyor,
- Kataloglar uluslararası fuarlardan, özellikle İtalya'dan toplanıyor,
- İtalya'nın yaptığı ürünler daha ucuz işçilik fiyatıyla üretilerek küresel pazarlarda hâkimiyet sağlanıyor.

### *Mücevher Üretim Bölgeleri, Üretim Ağı ve Hanlar*

Türkiye'de Anadolu'da her şehirde mücevher ve altın takı üretimi yapılmaktadır. Kimi bölgeler diğerlerine göre yöresel zanaat kültürünün parçası olan özel üretim teknikleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır. Başlıca mücevher üretimi, İstanbul Tarihi Yarımada'da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, mikro ölçekli işletmeleriyle geleneksel bir zanaat üretim kümesi modelini temsil etmektedir ve Türkiye'de "mücevher kümesi" olarak nitelenebilecek tek yapıdır. Kapalıçarşı ve çevresi, Sanayi Devrimi öncesi kişisel el hünere ve en hassas üretimin değişmeyen merkezi olmuş, Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan değişimlere uyum sağlamıştır. Çünkü burası, Ehl-i Hıref kurumunun desteğindeki mesleklerin bir tür "kümelenme modeli" olarak biçimlenir (Küçükerman ve Mortan 2009, 90). Kapalıçarşı Esnaf Derneği'nden alınan bilgilere göre, sadece Kapalıçarşı'da halen 1,800 civarında kuyumcu ve atölye faaliyette bulunmaktadır. Mücevher üretiminde, işletme ölçekleri, üretim ilişkileri açısından, beraberinde farklı üretim dokuları da ortaya koymaktadır. Yapısı gereği seri olmaya uygun olmayan, kişiye özel, eşsiz (ünik) üretim geleneksel yöntemlerle yeni teknolojiyi harmanlayarak kullanan sınırlı sayıdaki kuyumcu ustaları tarafından yapılmaktadır. Geleneksel üretim ağının merkezinde sadekâr bulunmasına rağmen madenin şekillenmesinde etkin rol oynayan mikro ölçek üretim birimleriyle de bağlantılı bir üretim dokusu sunar. Geleneğinden günümüze uzanan mikro ölçekte uzmanlaşmış atölyelerdeki işbirliği güvene dayalı bir küme yapısı sergiler (Coşkun Orlandi 2009). Atölyeler arası ilişki insani ilişkileri boyutlandırmakta, yaratıcılık kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Bilgi aktarımı usta-çırak ilişkisiyle sürdürülür ancak proje kapsamında ziyaret edilen toplam 42 atölyenin sadece 12'sinde çırak bulunmaktadır. Geleneğin son ustalarıyla yapılan görüşmeler sonucunda karşımıza çıkan sonuç, mesleğin geleneksel normdaki uzantısının önümüzdeki on yıl içinde tükenmiş olacağı yönündedir.

### **Mücevher Tasarımında İnovasyon Kaynakları ve Geleneksel Üretim**

Yenilik, kelime anlamının ötesinde, rekabet koşullarında önemli bir ekonomik girdi olarak önem taşımaktadır. İktisatçılar, teknolojik yeniliğin iktisadi gelişme için taşıdığı hayati önemin en geniş anlamıyla her zaman farkında olmuşlardır (Freeman ve Soete 2003). OECD dört tip inovasyon tanımlar: ürün inovasyonu,

süreç inovasyonu, pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyon. Bu sınıflandırma için araştırmaya referans alınacak inovasyon türleri, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonudur. Ürün inovasyonu, belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni ürün ve hizmetlerdir. Teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemede iyileşme, ürünün yazılımı, kullanıcı dostu olup olmadığı ve diğer işlevsel özelliklerini kapsar. Süreç inovasyonu, belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni üretim ve dağıtım yöntemidir. Teknik, gereç ve/veya yazılımda belirgin değişiklikleri kapsar. İnovasyon ve tasarım ilişkisi, inovasyona duyulan ihtiyaç vurgusunun artmasıyla birlikte 2000’li yıllarla birlikte stratejik bir kaynak olarak literatürde yerini almaya başlamıştır (Verganti 2009; Richie vd. 2006; Moalosi vd. 2006; Hirsch-Kreinsen vd. 2008; Howlett 2010; Gurria 2007; Mozota 2006; Pres vd. 2001; Utterback vd. 2008; Tresserras 2006; Stoneman 2010). Bugün, teknoloji ve işlevsellik bir ürüne sürdürülebilir rekabet gücü katmada yeterli olamamaktadır. 1980’lere kadar teknik inovasyon ve stil, teorik ve uygulamalı alanlarda birbirlerinden uzak tutulmuştur. İnovasyon kavramı bu makale çerçevesinde ürün tasarımını da kapsayacak şekilde ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu türlerine referans vermektedir. Ürün odaklı inovasyon, mücevher endüstrisinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği için en önemli faktörlerden biri olarak sıralanmaktadır. Mücevher endüstrisinin inovasyon kaynakları, ürün (özellikle malzeme), üretim süreçleri ve dağıtım olarak sıralanmaktadır (Carcano vd. 2005, 44). İnovasyon bilgidен ve özellikle mücevher sektörü için farklı, çoğul kültürel girdilerden gelir: teknolojik gelişim, uygulamalı araştırma, zevk ve bezeme kültürünün evriminden kaynaklanır (Coşkun Orlandi 2009). Mücevher sektörü için ürün odaklı inovasyon şu başlıklar altında toplanabilmektedir:

- i. Tek ve eşsiz parça
- ii. Ürün karmaşıklık seviyesi (teknik olarak)
- iii. İşçilik kalitesi
- iv. Yüksek sembolik ve duygusal değer taşıma
- v. Ürün kimliği: kendi kişisel çizgisiyle biçim yaratma (Stil ve eğilimler önerme)
- vi. Geleneksel üretim teknikleriyle çağdaş ürün dilleri oluşturma amaçlı araştırma ve geliştirme yapabilme
- vii. Dışarıdan gelen girdilerle (pazar bilgisi, tüketici grubu gibi) kendi yaratıcılığını ifade edebilme

Çağdaş ürün dili taşıma (geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisi)

Proje kapsamında kayıt altına alınan ustaların inovasyon potansiyelleri bu bileşenler üzerinden değerlendirilmekte, ön bulgular aşağıda aktarılmaktadır.

## Lüks Tüketim Meta Olarak Mücevher

Temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama lüks olarak tanımlanır (Sombart 1998, 88). Kavram olarak lüks nitel ve nicel olarak iki biçimde tanımlanır. Nicel anlamda lüks, malların ziyan edilmesiyle eşanlamlıdır: bir uşak yettiği halde yüz uşak tutmak ya da puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak gibi. Nitelik anlamında lüks, mallara ilişkin bir değer olarak tanımlanır. Ürünler farklı amaçlar, hedefler doğrultusunda lüks sınıfında yer alabilmektedirler. Lüks tarihi, zenginlik, varlık tarihiyle paralellik gösterir çünkü lüks, doğrudan gelirle, ekonomik güçle ilintilidir. Lüks ürünleri çoğunlukla saat, mücevher-takı, giyim, otomobil, parfüm, gastronomi vb. birinci dereceden bireysel kullanım ürünleridir. Bir gösterişçi tüketim (*conspicuous consumption*) biçimi olarak lüks, bireyin özü, kimliği, imgesi ve diğerleri tarafından algılanan değerlerin tümünün eşyalar-mallar aracılığıyla gösterilmesi olarak tanımlanır. Bu tanım için en klasik örnek, tüketicilerin yüksek sosyal statülerinin diğerleri tarafından kabul edilmesi ve diğerlerini etkileme amaçlı yüksek fiyatlı, statü odaklı eşyalara sahip olmaları olarak gösterilir (Richins 1998, 88). Lüks ürünleri göreceli ve mutlak olarak pahalı olduğundan gelir, talebin ölçülmesindeki en belirleyici etkidir. Lüks tüketimin gelirle olan doğrudan ilişkisi, lüks tüketimini tek başına açıklamaya yetmez. Veblen'e göre tüketiciler ürün fiyatını varlık ve zenginlik göstergesi olarak kullanmaktadırlar (Veblen 1899, 25). Veblen'in hipotezi üzerinden lüks tüketimde, sosyo-ekonomik statünün, dolayısıyla kültürün etkisi önemlidir (Dubois ve Duquesne 1993, 37). Bir lüks meta olan mücevher, günümüzde ve tüm zamanlarda kadına ilişkin bir tüketim nesnesi olmuştur. Günümüzde dünya lüks pazarının %30'una hâkim İtalyan kaynaklarına göre lüks, birinci derecede kültür, tarz ve zevkle, ikinci derecede cazibe ve beğeniyle ilişkilidir. *Farklılaşma*yla ilişkili olarak *kimlik*, *yenilik*le ilişkili olarak özgünlük, *kalite*yle ilişkili olarak *otantiklik* lüks ürünlerin yaratılmasındaki temel kavramlardır (Cappellieri vd. 2005, 9-10). Bu çerçeveden bakıldığında çağdaş Batılı mücevherin lüks kavramıyla sıkı bir bağ içinde olduğunu görmekteyiz. Bu saptamalar göstermektedir ki, mücevher üretiminde "sıramalı" tabir edilebilecek seri üretim ürünler tasarım bileşeni olmadan rekabet üstünlüğü elde edemezken, geleneksel üretim dokusunda ustalığın ötesine geçerek, çağdaş tasarım dili taşıyabilen ürünlerin rekabet gücü daha yüksektir.

## Mücevher Tasarımında İstanbul Ekolü ve Kapalıçarşı'nın "Yaşayan İnsan Hazinesi"

### *Kapalıçarşı'nın "Yaşayan İnsan Hazinesi"*

UNESCO geçtiğimiz on yıl içinde kültürel miras tanımını genişletmiş, geleneksel zanaat ürünlerini üreten işçiliği ve üretim bilgisini "somut olmayan miras" (*intangible heritage*) olarak sınıflandırmıştır. Yürütülen araştırma projesi sonucunda elde edilecek veriler ışığında UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras sınıfına girebilecek üretim-işçilik süreçleri var ise bunların sınıflandırılarak saptaması yapılabilecektir. UNESCO bünyesindeki "Living Human Treasures" (LHT)

programı “Türkiye’de Yaşayan İnsan Hazinesi” ulusal sistemi ile kurulmuştur. Programın amacı “somut olmayan kültürel miras unsurlarının, yüksek bir tarihsel, sanatsal ve kültürel değer dâhilinde; icra edilmesi, canlandırılması veya yeniden yaratılması konusunda gerekli bilgi ve becerilerin korunması” olarak belirtilmiştir (Kasapoğlu Akyol 2013). “Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması” iki koldan yürütülmektedir. Yaşayan İnsan Hazinesi’nin seçilme kriterleri ilgili yönetmelikte belirlenmiştir (Araştırma ve Eğitim 2014). Buna göre; (i) ustalığını on yıldır icra ediyor olması, (ii) sanatını usta-çırak ilişkisi ile öğrenmiş olması, (iii) bilgi ve becerisini uygulamadaki üstünlüğü, (iv) konusunda ender bulunan bilgiye sahip olması, (v) kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmışlığı, (vi) kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneği (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi), (vii) kişi veya grubun bilgi ve becerilerini çırağa aktarma becerisi (bir çırak yetiştirmiş olması) sahibi olması beklenmektedir. Zanaat olarak kuyumculuk, kültürün yansıtıldığı en zengin somut olmayan unsurlar arasında yer alır. Zanaatın yaşatılmasında geleneksel üretim biçimleri ve gelenek taşıyıcıları olan ustaların rolü büyüktür. Endüstriyel tasarım ve kültürel miras arakesitinde kurgulanan saha çalışmasının bir diğer hedefi de İstanbul kuyumculuğu için değerli kabul edilen geleneksel yöntemleri kullanarak üretim yapan kuyumcu ustalarının ne oranda canlılığını koruduğunun tespit edilmesi, gelecek için potansiyellerinin belirlenmesi ve UNESCO somut olmayan kültürel mirası envanterinde yer almalarını sağlayarak yöresel özellik taşıyan bir üretim biçimi, teknik ve/veya tasarımın coğrafi işaret olarak tescil edilmesi için gerekli zemini oluşturmaktır.

### Saha Veri İstatistikleri

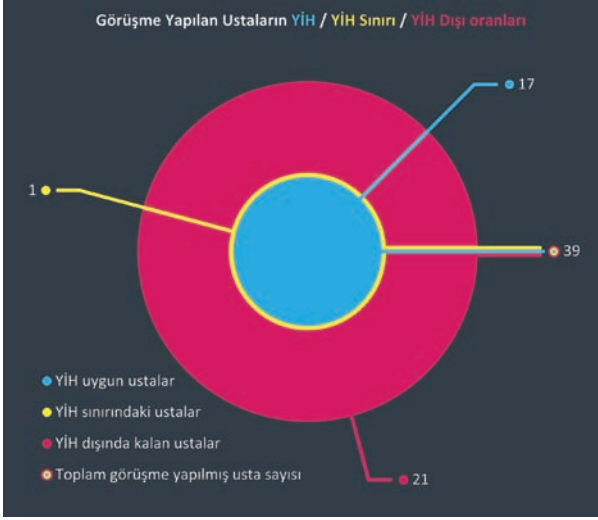
Yürütülen projenin içinde bulunduğumuz üçüncü döneminde 42 atölye ziyaret edilmiş, toplam 39 kuyumcu ustası tüm veri toplama yöntemleri kullanılarak kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımı Tablo 2’de gösterilmektedir.

Sadekâr	18
Mihlayıcı	10
Kalemkâr	2
Kuyum döküm ustası	1

**Tablo 2.** Kayıt altına alınan ustaların uzmanlık alanlarına göre dağılımı

Proje sürecinde kayıt altına alınan toplam 39 ustanın, 17’sinin UNESCO Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) kriterlerine uygun olduğu saptanmıştır.

Yukarıda aktarılan mücevher üretiminde mücevher sektörü için sıralanan inovasyon bileşenleri üzerinden bir değerlendirme yapıldığında YİH envanterine girme olasılığı taşıyan ustaların aynı zamanda inovasyon yapma konusunda da yüksek potansiyel taşıdıkları izlenmektedir. Geleneksel ürün olarak sınıflanan ve biçimsel



Resim 1. Kayıt altına alınan ustaların YİH kriterlerine uygunluk oranları



Resim 2. YİH kriterlerini karşılayan kayıt altına alınmış ustaların inovasyon kriterlerine uygunlukları



**Resim 3.** YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre yüksek inovasyon potansiyeli ve çağdaş tasarım dili taşıyan ürün örneği (Tasarım: Sadekâr Kader Yıldız)

**Resim 4.** YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre yüksek inovasyon potansiyeli ve geleneksel ürün dili taşıyan ürün örneği (Tasarım: Sadekâr Sürmak Susmak)

öğelerin hiçbir yoruma uğramadan doğrudan geleneğin taşıyıcısı olarak karşımıza çıkan ürünler geleneksel ürün dili taşıyıcısı olarak açıklanırken, geleneksel üretim tekniğinin doğrudan biçime yansıtılmadığı, ürün odaklı farklılaşmaya olanak tanıyan biçim-malzeme-kullanım ilişkisinin izlendiği örnekler çağdaş ürün dili taşıyıcısı olarak sınıflandırılmıştır. Kayıt altına alınan ustaların inovasyon bileşenleri üzerinden değerlendirmesi Resim 2’de izlenebilmektedir.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda YİH kriterlerine uyan ustalar arasında yapılan sıralamaya göre geleneksel ürün dili taşıyan ürün örneği ve çağdaş tasarım dili taşıyan ürün örnekleri Resim 3 ve 4’te gösterilmektedir.

### **Bulgular ve Değerlendirmeler**

Türkiye mücevher endüstrisi 2000’li yıllarla birlikte küresel pazarlarda fiyat avantajıyla tedarikçi olarak rekabet üstünlüğü sağlamış ancak lüks tüketim dinamiklerini karşılar nitelikli, farklılaşma avantajı sağlayabilen bir tasarım kimliği ortaya koymamıştır. Dünya kuyumculuğunun en eski ve en önemli mirası bugünkü Türkiye coğrafyası içinde yer almaktadır ve üretimin tamamına yakını İstanbul’da 500 yıllık kuyumculuk mirasının geleneğini taşıyan Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda yapılmaktadır. Bu geleneksel üretim yapısının yeniliğe olan yatkınlığı yürütülen proje aracılığıyla doğrulanmıştır. Yapılan görüşmelerde bu işin tarihi konumunda yapılıyor olmasının özellikle işbirliği ve esnek üretimi destekler niteliği, tarihi yarımadanın yaratıcı üretim ortamı olarak vazgeçilmezliğine vurgu yapılmaktadır. Projede elde edilen bulgular aracılığıyla, yenilik için önemli bir kümelene model olarak izlenen Kapalıçarşı üretim modelindeki üretim ağlarının fiziksel organizasyonu, üretim ritüelinin işleyiş biçimi ortaya konmuş olacaktır.

Böylelikle, Kapalıçarşı ve çevresinin yeniden yapılandırılması ve işlevlendirilmesi sürecine katkıda bulunarak önemli bir stratejik kaynak olması beklenir.

Bu yaratıcı endüstrinin geleneksel bağları kültür mirası değeri taşıma potansiyeli de taşımaktadır. Merkezinde ustanın bulunduğu zanaat kültürünün somut olmayan miras kapsamında tescil edilebilmesi, zanaat üretiminin güncel tasarım diline aktarılması sürecine önemli katkılar sağlayacağından proje aracılığıyla tespiti yapılan üretim süreçleri, ürünler ve ustaların belli bir oranda tasarım tesciliyle koruma altına alınması hedeflenmektedir. Bu süreç, sektöre, fiyat avantajının ötesinde tasarımla farklılaşma yakalayabilmek adına önemli bir stratejik kaynak olacaktır. Bu bağlamda toplanan görsel verinin yerin ruhunu taşıyan ve ayırt edici özellik taşıyan yerel tasarım kimliğinin izlerini sürmek adına önemli bir girdi olması beklenir. Proje ön bulguları göstermektedir ki, UNESCO YİH envanterine girme olasılığı taşıyan ustalar aynı zamanda inovasyon yapma konusunda da yüksek potansiyel taşımaktadırlar.

Türkiye’deki endüstrileşme süreci Cumhuriyet öncesi ve sonrası zanaat geleneğinin takipçisi olmamış, özellikle zanaat kökenli bir endüstri olan kuyumculuk-mücevher endüstrisinin endüstrileşme süreci zanaat geleneklerinden kopuk olarak gelişme göstermiştir. Bu çerçeveden bakıldığında, zanaat-tasarım-inovasyon arasındaki ilişkilerin tasarım modellerine, ürün geliştirme süreçlerine ne şekilde yansıdığı endüstriyel tasarım literatürü için yeni bir araştırma alanı ve tartışma platformu sunar. Proje bulgularının bu bağlamda ileride yürütülecek çalışmalara kaynaklık etmesi beklenir.

### Notlar

[1] TÜBİTAK SOBAG tarafından desteklenen, makalenin yazarları tarafından yürütülen 112K221 no’lu “Yaratıcı Ekonomi Kaynağı Olarak Somut Olmayan Kültür Varlığı Kapsamında Zanaat-Tasarım-İnovasyon İlişkileri: Kapalıçarşı’nın ‘Yaşayan İnsan Hazinesi’” başlıklı bilimsel araştırma projesi.

### Teşekkürler

Yazarlar proje araştırma görevlileri Melda Yanmaz ve Burak Akbıyık’a katkıları için teşekkür ederler.

### Kaynaklar

Akyol, Pınar Kasapoğlu. 2013. “Türkiye’nin Yaşayan İnsan Hazinesi Programı.” İçinde *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi*, 83-91.

Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. 2014. “Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri.” Erişim Mart 18, 2014. <<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazinesi-ulusal-envanteri.html>>



- Armatlı Köroğlu, Bilge, Tanyel Özelçi Eceral, Çiğdem Varol ve Nihan Özdemir Sönmez. 2010. *Metropoliten Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul'da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları*. Proje Raporu, TÜBİTAK.
- Cappellieri, Alba, Alessandra Vasile ve Flaviano Celaschi. 2005. *Lusso versus Design*. Milano: Poli.Design Franco Angeli.
- Carcano, Luana, Antonio Catalani ve Paola Varacca Capello. 2005. *Il Gioiello Italiano Ad Una Svolta*. Derleyen, Franco Angeli. Milano.
- Coşkun Orlandi, Ayşe Elif. 2009. "21.yy.da Türkiye Mücevher Endüstrisinde Katma-Değer Dinamiği Olarak Endüstri Tasarımı ve Küresel Rekabet: 'Made in Italy' Örneği Üzerinden Bir Model Önerisi." Yayımlanmamış doktora tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Dubois, Bernard ve Patrick Duquesne. 1993. "The Market for Luxury Goods: Income versus Culture." *European Journal of Marketing* 27:35-44.
- Forsman, Maria ve Nikodemus Solitander. 2004. "Knowledge Transfer and Industrial Change in the Jewellery Industry." *Conference Proceedings for the Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities Conference Proceedings*. Innsbruck.
- Freeman, Chriss ve Luc Soete. 2003. *Yenilik İktisadi*. Çeviri Ergun Türkcan. Ankara: Tübitak Yayınları.
- Gurria, Angel. 2007. "Towards an Innovation Strategy." *OECD*.
- Howlett, Robert James. 2010. *Innovation through Knowledge Transfer*. Berlin-Heidelberg.
- İrepoğlu, Gül. 2000. "Osmanlı Mücevheri." *P Dergisi*: 100-112.
- İrepoğlu, Gül. 2002. "Osmanlı'da Mücevher Geleneği." *Antikor Dergisi*: 76-84.
- İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü. 2003. İstanbul Altın Borsası Yayınları. Erişim 19 Aralık, 2006. <[http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat\\_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf](http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf)>
- Moalosi, Richie, Vesna Popovicve Anne R. Hickling-Hudson. 2006. "Culture Driven Product Innovation." İçinde *Proceedings 9th International Design Conference*, Dubrovnik, 573-578.
- Hirsch-Kreinsen, Hartmut ve David Jacobson. 2008. *Innovation in Low-Tech Firms and Industries*. Northampton: Cheltenham.
- Küçükerman, Önder ve Kenan Mortan. 2010 *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.

- Küçükerman, Önder ve Kenan Mortan. 2009. *Kapalıçarşı*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Mozota, Brigitte Borja De. 2006. *The Design of Innovation, Two Challenges for the Design Profession*. Erişim 10 Ağustos, 2014. <[http://tdd.elisava.net/coleccion/23/borja-de-mozota--en/view?set\\_language=en](http://tdd.elisava.net/coleccion/23/borja-de-mozota--en/view?set_language=en)>
- Pres, Mike, Karen Yair ve Anne Tomes. 2001. "Crafting Competitive Advantage: Crafts Knowledge as a Strategic Resource." *Design Studies* 22:377-394.
- Richins, Marsha L. 1998. "Possessions, Materialism and Other-Directedness in the Expression of Self." İçinde *Consumer Value: A Framework for Analysis and Research*, 85-104. Londra: Routledge.
- Savaşçın, Mehmet Yılmaz. 1990. "Osmanlı Kuyumculuğu." *Antikor Dergisi*: 136-138.
- Stoneman, Paul. 2010. *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*. New York: Oxford University Press.
- Tressarras, Josep. 2006. "Industrial Design as a Factor for Innovation and Competitiveness." *Economy and Design*.
- Türkoğlu, Sabahattin. 1988. "Topkapı Sarayı Müzesi Arşiv ve Kütüphanesindeki Mücevher Tasarımları." *Antikor Dergisi*: 72-76.
- Utterback, James, vd. 2008. *Tasarıma Dayalı İnovasyon / Design-inspired Innovation*. Çeviri Yıldırım Özdemir. İstanbul: Ledo Yayıncılık.
- Ülgen, Aygün. 1999. "Osmanlı Kuyumculuğu." *Osmanlı: Kültür ve Sanat*.
- Verganti, Roberto. 2009. *Design-Driven Innovation : Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*. Boston: Harvard Business.
- Veblen, T. 1899[2009]. *The Theory of the Leisure Class*. Project Gutenberg Literary Archive Foundation, Salt Lake City. Erişim 10 Ağustos, 2014. <http://www.gutenberg.org/etext/833>

**EK11. PROJE SÜRECİNDE ÜRETİLEN MAKALE2\_ ULUSAL**

No. 3 | 2014 ISSN 2147-2068

İSTANBUL  
ARAŞTIRMALARI  
YILLIĞI  
ANNUAL OF İSTANBUL STUDIES



İSTANBUL  
ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ

## İSTANBUL KUYUMCULUĞUNUN İZİNDE ZANAAT-TASARIM-İNOVASYON İLİŞKİLERİ: KAPALIÇARŞI'NIN “YAŞAYAN İNSAN HAZİNELERİ”

AYŞE COŞKUN ORLANDI\* - YONCA ERKAN\*\*

### GİRİŞ

Türkiye, 2000’li yıllardan itibaren dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında, birinci sıradaki İtalya’nın ardından gelmektedir. Türkiye’nin yakalamış olduğu uluslararası başarının ardındaki en önemli kaynak, bugün Türkiye’nin ev sahipliği yaptığı çok katmanlı kültür mirasının uzantısı olan değerli maden işleme becerisidir. Türkiye toprakları üzerinde yaşamış her uygarlık kuyumculuğu miras bırakmıştır. Son yirmi yıl içinde izlenen uluslararası başarının arkasındaki üretimin tamamına yakını İstanbul’da Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın değişmeyen merkezi olmuştur. Çeşitli yörelerden gelen ustalar Kapalıçarşı ve etrafındaki hanlarda tezgâh kurmuş, bu durum tarihi gelişim sürecinde Kapalıçarşı kimliğinin oluşmasında belirleyici rol oynamıştır.<sup>1</sup> Bu ustalık kaynağının başta Fransa, İngiltere ve A.B.D.ye usta ihraç ettiği, bu ülkelerdeki bazı ünlü kuyumcuların İstanbullu Rum ve Ermeni ustalar olduğu bilinmektedir.

Genel kapsamıyla mücevher tasarımı çoğunlukla sanat tarihi alanının çalışma konusu olmuş ve geleneksel el sanatları sınırında aynı literatürde yer almıştır. Kapalıçarşı özelindeki 550 yıllık geleneksel mücevher üretim teknikleri ise Osmanlı imparatorluğu maddi kültürünün bir parçası olarak tarihi bağlamda

stil ve biçim okuma sınırında değerlendirilmiştir.<sup>2</sup> Mücevher üretimi, geleneksel ve zanaat kökenli yaratıcı bir üretimdir. 21. yüzyıla gelindiğinde, bu zanaat kökenli geleneksel üretim sektörleşmeye başlamış, bu süreç önemli bir ihracat alanı olarak uluslararası tanınırlık ve rekabet gücü kazanmıştır.<sup>3</sup> Çoğunlukla geleneksel el işçiliğine dayanan üretim teknikleri, gelişen bilgisayar teknolojileriyle birlikte artık tamamının el değmeden, makine üretimiyle yapılabildiği bir sürece doğru evrilmektedir. Türkiye mücevher endüstrisinin ihracatçı ülke olarak son yirmi yılda elde ettiği uluslararası rekabet üstünlüğünün sistematik bir sürekliliğe kavuşması için, sektörün rekabet avantajı kaynaklarının saptanması ihtiyacı önem kazanmıştır. Dönüşüm süreci içinde olan sektörün yapısal analizlerine odaklı yürütülen çalışmaların vardıkları ortak sonuç; sektörün inovatif (yenilikçi) tasarım stratejileri ve tasarımla özgünleşen rekabetçi bir konuma erişmesi için, geleneğini oluşturan özgün üretim tekniklerine, kültürel mirasına önem verilmesi ve stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmesi yönünde olmuştur.<sup>4</sup> Bu çerçeveden değerlendirildiğinde, 550 yıllık geleneksel üretim tarihi sürecinde sosyal, ekonomik, politik bağlamda toplumsal demografik değişimlerden doğrudan etkilenmiş, geleneksel özgün üretim becerilerinde kayıplar, kopukluklar yaşanmıştır ve yaşanmaktadır. Kapalıçarşı, dünya örnekleri arasında dünyanın en eski ve en köklü “kuyumcu kümesi” olarak tanım-

\* Yrd. Doç. Dr.; Kadir Has Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü.

\*\* Doç. Dr.; Kadir Has Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü.

<sup>1</sup> Önder Küçükerman ve Kenan Mortan, *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2010.

<sup>2</sup> Aygün Ülgen, *Osmanlı Kuyumculuğu, Osmanlı: Kültür ve Sanat*, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, 1999, s. 681-693; Mehmet Yılmaz Savaşçın, “Osmanlı Kuyumculuğu I: Selçuklu ve Bizans Uyguruluklarından Etkilenmiş Bir Sentez”, *Antikdekor Dergisi*, 7, 1990, s. 136-138; “Osmanlı Kuyumculuğu II: Kanuni Döneminde İstanbul Önemli Bir Mücevher Merkeziydi”, *Antikdekor Dergisi*, 8, 1990, s. 136-138; Gül İrepoğlu, “Osmanlı Mücevheri”, *P Dünya Sanatı Dergisi*, 17, 2000, s. 100-112; Gül İrepoğlu, “Osmanlı’da Mücevher Geleneği”, *Antikdekor Dergisi*, 68, 2002, s. 76-84; Sabahattin Türkoğlu, “Topkapı Sarayı Müzesi Arşiv ve Kütüphanesindeki Mücevher Tasarımları”, *Antikdekor Dergisi*, 2, 1988, s. 72-76.

<sup>3</sup> Ayşe Elif Coşkun Orlandi, “21. yy.da Türkiye Mücevher Endüstrisinde Katma-Değer Dinamiği Olarak Endüstri Tasarımı ve Küresel Rekabet: ‘Made in Italy’ Örneği Üzerinden Bir Model Önerisi”, doktora tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009; Bilge Armath Koroğlu, Tanyel Öznelci Ecerel, Çiğdem Varol ve Nihan Özdemir Sönmez, “Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul’da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları”, TÜBİTAK Destekli Proje Raporu, Proje No:107K424, 2010: [http://uvf.ulakbim.gov.tr/uvf/index.php?cwid=9&vtadi=TPRJ%2CTSOS&ano=122326\\_70a0f8a18da48cff1a8747a8548cd4ce](http://uvf.ulakbim.gov.tr/uvf/index.php?cwid=9&vtadi=TPRJ%2CTSOS&ano=122326_70a0f8a18da48cff1a8747a8548cd4ce) (erişim tarihi: 1 Mayıs 2012).

<sup>4</sup> *A.g.e.*

lanmaktadır. Özgün tasarım, kuyumculuk kümelerinin başarısında ve küresel ağlardaki konumunun belirlenmesinde önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir. Kapalıçarşı merkezli mücevher üretiminin de işçilik kalitesi ve özgün üretim biçimlerinden kaynaklanan tasarımla değer kazandığı bilinmekte ancak bu becerinin de değişen demografik yapıyla kaybolmaya yüz tuttuğu eski ustalar ve atölye sahipleri tarafından vurgulanmaktadır.

Diğer taraftan, mücevher endüstrisi, ham maddenin sermayesi olması özelliğiyle kendine özel üretim sürecine ve ortamına sahiptir. Girişimcilik-ustalık-tasarım sacayağı bir üretim ağı içinde faaliyet göstermektedir. Üretim ağının merkezinde, ürüne biçimini veren, tüm üretim aşamalarının planlamasını yapan "sadekâr" adı verilen ve kuyumculuğu temsil eden usta bulunur. Bir ürünün ortaya çıkması için en az üç, dört tezgâhtan, usta elinden geçmesi gerekir. Her biri kendi alanında usta üreticiler arası kurulan üretim örgüsü, bu özellikli ortamın standartlaşamayacağına en büyük göstergesidir. Bu üretim geleneğinde bilgi aktarımı deneyim yoluyla işlerlik kazanan *tacit knowledge* (sözsüz bilgi aktarımı) metodu olarak karşımıza çıkar.<sup>5</sup> Bu da "Somut Olmayan Kültürel Miras" kapsamında ele alınan "Yaşayan İnsan Hazinesi Envanteri" için değerli veriler sunmaktadır. Çarşı ve çevresindeki hanlar, bu ağın üretim yapılarıyla bir kümelenme modelidir ve kuruluş tarihi olarak kabul edilen 1461 yılından beri işlerliğini sürdürmektedir. Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevredeki hanlar, şehir bölge planlama, mimarlık tarihi, sanat tarihi ve çevre mühendisliği gibi çeşitli bilim alanlarının kendi uzmanlıkları dahilinde çalışılmış, ancak bölgenin üretim potansiyelini yaratıcılık, özgünlük ve inovasyon bağlamında değerlendiren akademik ya da sektörel sivil toplum örgütleri tarafından yapılmış güncel bir araştırma, belgeleme veya arşiv çalışması yürütülmemiştir. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için kalitatif bir saha araştırması tasarlanmıştır.<sup>6</sup> Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanan araştırma projesinin amacı; Kapalıçarşı'nın geleneksel

yapısı içinde yer alan iş hanlarında kullanılmakta olan kuyumculuk üretim modellerinin, üretim tekniklerinin saptanması ve özellikle seri üretim teknikleriyle elde edilmesi mümkün olmayan biçim ve tekniklerin inovasyon potansiyelinin ortaya çıkarılmasıdır. İki yıl olarak tasarlanan projede nitel araştırma yöntemleri kullanarak, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmakta;

1. Ürüne (birim atölyede üretilen ürün-ara ürün-parça-işçilik),
2. Mekâna (üretimin yapıldığı mekânın özellikleri ve konumu),
3. Tezgâh-teçhizata (birim atölyede üretimde kullanılan teknik donanım),
4. İnsan faktörüne (üretimi gerçekleştiren usta-çırak) ait veri toplanmaktadır.

Makale, proje konusunun teorik altyapısını aktarmayı, proje sürecinde elde edilen bulguları paylaşmayı ve projenin endüstri ürünleri tasarımı ve kültürel miras disiplinleri için katkılarını tartışmaya açmayı hedeflemektedir.

## TÜRKİYE MÜCEVHER ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİ VE İSTANBUL'UN ÖNEMİ

### Tarihsel Gelişim ve Sektörleşme Süreci

Türkiye mücevher ve altın takı sektörü, 2000'li yıllarla birlikte altın işleyip satan ülkeler arasında, İtalya'nın öncülüğünü koruduğu yarışta, İtalya'nın hemen arkasında yer almaya başlamıştır. Sektörün bu başarısını son yirmi yıllık ivmede izlemek mümkündür. Bu başarının ardındaki dinamiklere baktığımızda, bu başarının kaynağında iki temel yol izlenmektedir. Bunlardan ilki, 1980'li yıllarda ekonominin liberalleşmesi süreciyle birlikte bir dizi ekonomik karar ve değişimler olmuştur. 1989 yılında Merkez Bankası'nın altın ithalatını serbest bırakmasıyla Türkiye'de altın kaçakçılığına son verilmiş ve altın ithal ve ihracı yasal yollardan yapılmaya başlanmıştır.<sup>7</sup> İhracattaki başarının yakalanması süreciyse 1990'ların ortasından itibaren başlar. 1995

<sup>5</sup> Maria Forsman ve Nikodemus Solitander, "Knowledge Transfer and Industrial Change in the Jewellery Industry", *Conference Proceedings for the Fifth European Conference on Organizational Knowledge, Learning and Capabilities*, 2-3 April 2004 (Innsbruck):

[http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olke/archive/oklc5/papers/c-2\\_forsman.pdf](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/wbs/conf/olke/archive/oklc5/papers/c-2_forsman.pdf) (erişim tarihi: 5 Aralık 2008).

<sup>6</sup> TÜBİTAK Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Destek Grubu (SOBAG) tarafından desteklenen 112K221 no.lu "Yaratıcı Ekonomi Kaynağı Olarak Somut Olmayan Kültür Varlığı Kapsamında Zanaat-Tasarım-Inovasyon İlişkileri: Kapalıçarşı'nın 'Yaşayan İnsan Hazinesi'" başlıklı bilimsel araştırma projesi.

<sup>7</sup> *İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü*, İstanbul Altın Borsası Yayınları, İstanbul, 2003, s. 4:

[http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat\\_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf](http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf) (erişim tarihi: 19 Aralık 2006).

yılında faaliyete geçen İstanbul Altın Borsası, altın fiyatlarının dünya fiyatları ile paralel hale gelmesine, ithal edilen altınların genel kabul gören saflık ve standartta olmasına ve yurt dışından yapılan gayri-resmi altın ithalatının engellenerek altın ticaretinin kayıt altına alınmasına olanak sağlamıştır.<sup>8</sup> Daha da önemlisi, altın borsasının kurulmasıyla sektörün dünya piyasalarıyla aynı fiyata hammadde temin edebilmesi, sektörü uluslararası pazarlarda ucuz fiyatla rekabet edebilir hale getirmiş, üretimi artırmıştır. Resmi kaynaklarda yer almayan ancak sektör yetkilileriyle yapılan yüz yüze görüşmeler aracılığıyla<sup>9</sup> deşifre edilebilen sektör başarısını tetikleyen itici faktörler ve sektörleşme süreci şu basit akışla açıklanabilmektedir:

- Altın -ithalatı- serbest bırakılıyor,
- Üretim makineleri İtalya'dan satın alınıyor,
- Kataloglar uluslararası fuarlardan, özellikle İtalya'dan toplanıyor,
- İtalya'nın yaptığı ürünler daha ucuz işçilik fiyatıyla üretilerek küresel pazarlarda hâkimiyet sağlanıyor.

Ekonomik şartların değişim süreciyle birlikte aktif hale gelen mücevher sektörünün bugün yakalamış olduğu uluslararası başarımın ardındaki diğer başlık ise, kültürel ve coğrafi olarak Türkiye topraklarındaki altın üretim becerisidir. Türk toplumunun sosyal bir kod olarak altın takıya olan merakı ve yerel altın tüketimi, Türkiye topraklarındaki tarihi bir gelenek olarak nitelenebilecek ustalığa ek olarak, bugünkü başarımın kaynağı olarak yorumlanmaktadır.

Dünya pazarlarında tedarikçi konumunda geniş hâkimiyet göstermeyi başaran sektörün arkasındaki tarihi kaynaklar çeşitlilik göstermektedir. Bunlar sırasıyla; Anadolu topraklarında antik çağlardaki kuyumculuk ve mücevher üretimi, Türk kavimlerindeki altın eşya ve takı üretimi, Osmanlı İmparatorluğu kuyumculuğu olarak sıralanabilir. Anadolu topraklarında, insanlık tarihinin önemli dönüm noktalarından kabul edilen Neolitik (Cıvalı Taş) döneme ait önemli bulguları izlemek mümkündür. Diyarbakır yöresindeki Çayönü Tepesi; Konya ili Çumra ilçesi civarında

Çatalhöyük; Aksaray ili sınırları içindeki Aşıklar Höyük ve Niğde civarındaki Köşkhöyük yerleşimlerinde yapılan kazılarda M.Ö. 7000-5000 yılları arasında çeşitli taşlardan, bakırdan, kemik, diş ve boynuzdan, kırmızı akikten ve deniz kabuklarından gerdanlıklar, boncuk dizileri, bilezikler ve yüzükler bulunmuştur.<sup>10</sup> Kuyumculuğun da doğuş tarihi olarak bilinen Erken Bronz Çağı, metal işlemeciliğinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Metal işlemeciliğinin başladığı tarihlerden itibaren Anadolu'da varlık gösteren tüm uygarlıklar değerli madenleri takı ve süs eşyası yapımında kullanmıştır. Türkiye topraklarında maden, değerli maden işliğı ve takı kültürü mirası bırakan uygarlıklardan başlıcaları şöyledir: Erken Tunç Çağı (M.Ö. 3000-2000) Hitit Uygarlığı, Orta Tunç Çağı (M.Ö. 2000-1000) Hitit Uygarlığı, Demir Çağı (M.Ö. 1000) Geç Hitit Krallığı, Urartu Krallığı, Frigya, Lidya, İyonya, Anadolu Pers Egemenlikleri, Helenistik dönem (M.Ö. 330-30), Roma İmparatorluğu ve Doğu Roma/Bizans İmparatorluğu.<sup>11</sup> Türkiye mücevher üretiminin en yakın tarihsel diğer kaynakları, Osmanlı İmparatorluğu'na kadar varlık gösteren Türk etnik kökenli uygarlıklar olmuştur. Hunlar, Göktürkler, Avarlar, Peçenekler, Bulgarlar, Kırgızlar ve Selçuklularda altın ve altından yapılmış eşyaların yüksek statü sembolü olduğu, ekonomik değer taşıdığı ve gündelik hayata yansıdığı bilinmektedir.<sup>12</sup> Kuyumculuk, Osmanlı İmparatorluğu'nda gelişimini, sarayda ve saray dışında olmak üzere iki yönde sürdürmüştür. Bu dönemde usta-çırak üretim sistemi, Ehl-i Hıref zanaat ustaları grupları aracılığıyla gerçekleşmekte; Ehl-i Hıref sistemi içinde, acemilikten ustalığa, eğitim sürecine bağlı olarak meslek ustası yetişmekteydi. Ehl-i Hıref organizasyonunda, kuyumculuğun farklı dallarıyla uğraşan çeşitli bölükler bulunmaktadır. Bunlardan altın işiyle uğraşan, "Zergerân" bölüğüdür. Yeşim, nefes ve maden eserler üzerine altın kakmacılığı yapanlara "zernişâni", taş yontucu ve işlemecilere "hakkâkân", taş foya yapanlara ise "foyager" denilmektedir.<sup>13</sup> Saray kuyumculuğunu idare eden "kuyumcu başı"dır. Kuyumcu başı, sarayda üretilen her türlü mücevher, takı ve eşyayı üretmek üzere, maden ve değerli

8 *İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü*, İstanbul Altın Borsası Yayınları, İstanbul, 2003, s. 8:

[http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat\\_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf](http://www.tbb.org.tr/turkce/duyurular/iktisat_kongresi/Ek%2012%20Altin%20Borsasi.pdf) (erişim tarihi: 19 Aralık 2006).

9 Coşkun Orlandi, *21. yy.da*, s. 141.

10 Yıldız Akyay Meriçboyu, *Antikçağ'da Anadolu Takıları*, Akbank Yayınları, İstanbul, 2001, s. 12.

11 Altan Türe ve Mehmet Yılmaz Savaşçın, *Anadolu Antik Takıları*, Goldaş Kültür Yayınları, İstanbul, 2002.

12 Yeşim Öztekin, Özlem Tağtekin ve Murat Güvenç, *Tarih Boyunca Türklerde Altın*, İstanbul Altın Borsası Yayınları, İstanbul, 2002.

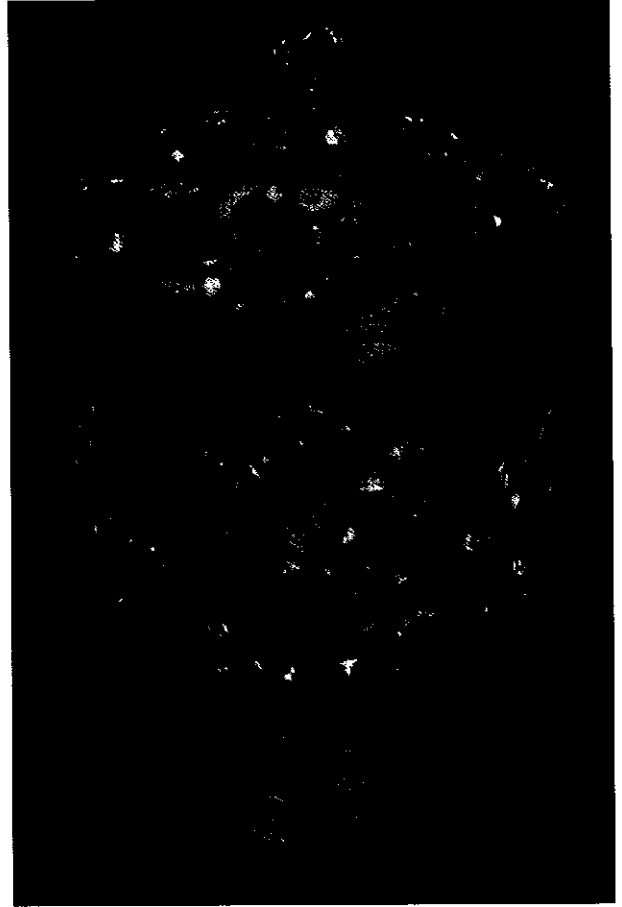
13 *A.g.e.*, s. 235.

taşları temin eden ustadır.<sup>14</sup> Osmanlı İmparatorluğu'nda kuyumculuğa verilen önem, kuyumcu başına yapılan ödemelerden okunabilmektedir. Ehl-i Hıref ustaları arasında kuyumcu başına yapılan ödeme en yüksek seviyededir.<sup>15</sup> Hükümdarlık olgusunun ayrılmaz parçası olan mücevherin tasarımına ve üretimine ortam sağlayan, yön veren, sarayın beğenisi ve desteğidir.<sup>16</sup> Osmanlı döneminde kuyumculuk, padişahlar tarafından da sevilmiş ve desteklenmiştir. Yavuz Sultan Selim ve Kanuni Sultan Süleyman'ın şahsen kuyumculuk öğrendikleri ve kuyumculuk yaptıkları bilinmektedir. Osmanlı toplumunun multi-etnik yapısı mücevher üretimine de yansımıştır. Kanuni döneminde, Ehl-i Hıref topluluğunda Tebrizli, Bosnalı, Horasanlı, Arnavut, Rus, Gürcü, Üsküplü, Akkermanlı, Çerkes, Hersekli, Rum usta ve çırakların bulunduğu aktarılmaktadır. Geç Osmanlı döneminde ise, saray dışında Türk ustaların yanı sıra çok sayıda Ermeni kuyumcu ustasının bulunduğu, tüccarların ise Yahudi olduğu aktarılır. Osmanlı döneminde takı ve mücevherler hem saray içi hem de saray dışı atölyelerde üretilmiştir. Osmanlı döneminde mücevher üretimi takıyla sınırlı kalmamış, padişahların kullanımında olan eşyaların çoğu mücevher olarak işlenmiştir (Şek. 1-2).<sup>17</sup>

"İstanbul işi" olarak özelleşen saray kuyumculuğunun yanı sıra, bölgesel üretim, becerileriyle kendi çizgisini de yaratmıştır: "Trabzon işi", "Halep işi" gibi. İmparatorluk döneminde saray dışındaki ustalığın merkezi Kapalıçarşı olmuştur. Çeşitli yörelerden gelen ustalar Kapalıçarşı ve etrafındaki hanlarda tezgâh kurmuş, İstanbul kuyumculuğunun merkezi olmuşlardır. Türklerin dışında Rumlar, Ermeniler, Acemler, Süryaniler, Dağistanlılar, Azeriler, Kırmılılar, Kazaklar İstanbul'da Osmanlı zeykine uygun ürünler vermişlerdir.<sup>18</sup>

### Mücevher Üretim Bölgeleri, Üretim Ağı ve Hanlar

Anadolu'da, her şehirde mücevher ve altın takı üretimi yapılmaktadır. Kimi bölgeler diğerlerine göre yöresel zanaat kültürünün parçası olan özel üretim teknikleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır. Başlıca mücevher üretimi, İstanbul Tarihi Yarımada'da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki



Şek. 1: Topkapı Sarayı'ndan murassa örneği (Gül İrepoğlu, *Osmanlı Saray Mücevheri*, BKG, İstanbul, 2012, s. 134).

iş hanlarında yapılmaktadır. Ancak, 2006 yılında İstanbul Yenibosna'da hizmete giren Kuyumcukent, Kapalıçarşı merkezli üretim ağına alternatif olarak konumlandırılmaya çalışılmış, işlevi "Kapalıçarşı ve çeşitli hanlarda sağlıksız koşullarda üretim yapan küçük ve orta dereceli işletmeleri temiz ve teknolojik bir çatı altında toplayarak onları ihracata hazırlamak" olarak tanımlanmıştır.<sup>19</sup> Günümüzde, Kapalıçarşı'da replika (kopya) ürüne karşı verilen mücadeleye Kuyumcukent'e göç mücadelesi de eklenmektedir.

Türkiye'de "mücevher kümesi" olarak nitelebilecek tek yapı Kapalıçarşı, mikro ölçekli işletmeleriyle geleneksel bir zanaat üretim kümesi mo-

<sup>14</sup> Mehmet Zeki Kuşoğlu, "Kuyumculuk", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 5, Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, 1994, s. 144.

<sup>15</sup> Önder Küçükerman ve Kenan Mortan, *Kapalıçarşı*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2007, s. 151.

<sup>16</sup> Gül İrepoğlu, *Osmanlı Saray Mücevheri*, BKG, İstanbul, 2012, s. 37.

<sup>17</sup> Cengiz Köseoğlu, *Topkapı Sarayı İmparatorluk Hazinesi*, Ak Yayınları Kültür ve Sanat Kitapları, İstanbul, 1980.

<sup>18</sup> Kuşoğlu, "Kuyumculuk", s. 144.

<sup>19</sup> <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=5655172&p=2> (erişim tarihi: 10 Ocak 2008).





**Şek. 2:** Güncel Kapalıçarşı kuyumculuğuna örnek, murassa vazo. YİH kriterlerine uygunluk gösteren sadekâr Hraç Aslanyan işi; 112K221 no.lu TÜBİTAK Projesi Fotoğraf Arşivi.

delini temsil etmektedir. Kapalıçarşı ve çevresi, Sanayi Devrimi öncesi kişisel el hünerinin ve en hassas üretimin değişmeyen merkezi olmuş, Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan değişimlere uyum sağlamıştır. Çünkü burası, Ehl-i Hıref kurumunun desteğindeki mesleklerin bir tür "kümelenme modeli" olarak biçimlenir.<sup>20</sup> Kapalıçarşı Esnaf Derneği'nden alınan bilgilere göre, sadece Kapalıçarşı'da halen 1.800 civarında kuyumcu ve atölye faaliyette bulunmaktadır. Kuyumculuk, ana meslek gruplarındandır. Toplam 450 kuyumcu dükkânı 22,5 milyon \$ sermayeye sahiptir.<sup>21</sup> Mücevher üretiminde işletme ölçekleri, üretim ilişkileri açısından, beraberinde farklı üretim dokularını da ortaya koymaktadır. Atölye ölçeğinde mücevher üretim dokusunun en önemli kişisi, hem üretici hem yönetici rollerini üstlenen, müşteriden siparişi alan, modeli tasarlayan,

madeni şekillendiren ve tüm üretim sürecini yürüten "sadekâr"dır. Geleneği gereği seri olmaya uymayan, kişiye özel eşsiz üretim, geleneksel yöntemlerle yeni teknolojiyi harmanlayarak kullanan sınırlı sayıdaki kuyumcu ustaları tarafından yapılmaktadır. Geleneksel üretim ağının merkezinde sadekâr bulunur ancak madenin şekillenmesinde etkin mikro ölçekli üretim birimleriyle bağlantılı bir üretim dokusu sunar. Geleneğinden günümüze uzanan mikro ölçekte uzmanlaşmış atölyelerdeki işbirliği, güvene dayalı bir küme yapısıdır. Sadekâr, hem usta hem tasarımcı hem de üreticidir. Katma değer üreticinin ustalığında, ürünlerin tek eşsiz olmasındadır. Atölyeler arası ilişki insani ilişkileri boyutlandırmakta, yaratıcılık kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Kuyumcu ustalarının çoğu, seri üretim kuyumculuk olmayacağı görüşünü savunmaktadır. Bilgi aktarımı usta-çırak

<sup>20</sup> Önder Küçükerman ve Kenan Mortan, *Kapalıçarşı*, İş Bankası Kültür Yayınları, 2007, s. 90.

<sup>21</sup> *A.g.e.*, s. 288.

ilişkisiyle sürdürülür ancak proje kapsamında ziyaret edilen toplam otuz dört atölyenin sadece sekizinde çırak bulunmaktadır. Geleneğin son ustalarıyla yapılan görüşmeler sonucunda karşımıza çıkan sonuç, mesleğin geleneksel normdaki uzantısının önümüzdeki on yıl içinde tükenmiş olacağı yönündedir.

Kapalıçarşı, iki bedesten ve çevresinde zamanla oluşarak üzeri kapatılmış altmış yedi sokak ve bir dizi hanla çevrelenmiş canlı bir ticaret merkezidir. Kapalıçarşı'nın etrafını çevreleyen hanlarda, çarşı için gerekli ürünlerin üretildiği atölyeler bulunur. 1894 depreminden önce çarşının bir parçası olan bu hanların büyük bir bölümü daha sonra dışarıda bırakılmıştır. Bunların başlıcaları; Bodrum Hanı, Kaşıkçılar Hanı, Kalcı Hanı, Paçavracı Hanı, Sarnıçlı Han, Ali Paşa Hanı, Camili Han, Çuhacı Hanı, İç ve Dış Cebeci hanları, Yağcı Hanı, Baltacı Hanı, Sorguçlu Han, Sepetçi Hanı, Pastırmacı Hanı, Mercan Ağa Hanı, Tarakçılar Hanı, Perdahçılar Hanı, Kızlarağası Hanı, İmameli Han, Büyük ve Küçük Cebeci hanları, Sarraf Hanı, Yarım Taş Hanı idi. Bugün çarşı içinde kalan ya da sadece çarşı içinden girilebilen hanlar ise: Astarıcı Hanı, Büyük ve Küçük Safran hanları, Çukur Han, Evliya Hanı, Kebapçı Hanı, Kuyumcular Hanı, Mercan Ağa Hanı, Rabia Hanı, Sarraf Hanı, Varakçı Hanı, Yarım Taş Hanı, Yolgeçen Hanı, Zincirli Han'dır.<sup>22</sup> Proje kapsamında yapılan ziyaretlere göre Kapalıçarşı kuyumculuğunun kaynağı olarak nitelendirilen hanların kuyumculuk üretimi, yoğunluğuna, önemine ve öncelik sırasına göre gruplandırılmıştır. Buna göre: 1. derece hanlar, Zincirli Han, Vezir Han, Çuhacı Han, Karadeniz Han, Ağaoğlu İş Merkezi; 2. derece hanlar, Yıldızlı Han, Kızlar Ağası Hanı, İmameli Han, Pastırmacı Han, Siraodalar; 3. derece hanlar, Büyük Yeni Han ve Kalcılar Hanıdır. Araştırma projesi hanlardaki güncel üretime yönelik kalitatif veriye odaklanırken, kuyumculuk mesleğinin tarihi dönüşümünün izlenmesi, yine mesleğin gelecek izdüşümünün takibi açısından önemli bulunmuş ve proje sürecine paralel tarihi kaynaklara da ulaşılmıştır. İstanbul'daki kuyumcuların varlığı ve üretim teknikleri hakkında

17. ve 19. yüzyıllara ait belgelere ulaşılmış, belgeler aracılığıyla da karşılaştırmalı analitik bir okuma, analiz yapma olanağı doğmuştur. Evliya Çelebi *Seyahatnamesi* 17. yüzyıl için kapsamlı veri sunarken,<sup>23</sup> 19. yüzyıla ait *Şark Ticaret Yıllıkları*,<sup>24</sup> han bazında üretim yapan kuyumcuları listelemektedir. Bu sayede iki yüzer yıllık aralıklarla mesleğin faaliyet alanının dönüşümü izlenebilecektir. Örnek olması açısından, kuyumculuğun üniversitesi olarak atıfta bulunulan Çuhacı Han'daki 1881-1909 yılları arasındaki *Şark Ticaret Yıllıkları* kayıtlarına göre, kuyumculuk ve destekleyici mesleklere ait faaliyet gösteren esnafın dükkân sayıları ve yıllıklarda geçen meslek dallarının güncel Türkçe karşılıkları Şekil 3'te izlenebilmektedir.

### MÜCEVHER TASARIMINDA İNOVASYON (YENİLİK) KAYNAKLARI VE GELENEKSEL ÜRETİM

Yenilik, kelime anlamının ötesinde, rekabet koşullarında önemli bir ekonomik girdi olarak önem taşımaktadır. İktisatçılar, teknolojik yeniliğin iktisadi gelişme için taşıdığı hayati önemin en geniş anlamıyla her zaman farkında olmuşlardır.<sup>25</sup> OECD<sup>26</sup> dört tip inovasyon (yenilik) tanımlar: "Ürün inovasyonu", "süreç inovasyonu", "pazarlama inovasyonu" ve "organizasyonel inovasyon." Bu sınıflandırma için araştırmaya referans alınacak inovasyon türleri, ürün inovasyonu ve süreç inovasyonudur. Ürün inovasyonu; belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni ürün ve hizmetlerdir. Teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemede iyileşme, ürünün yazılımı, kullanıcı dostu olup olmadığı ve diğer işlevsel özelliklerini kapsar. Süreç inovasyonu; belirgin bir biçimde gelişmiş ya da yeni üretim ve dağıtım yöntemidir. Teknik, gereç ve/veya yazılımda belirgin değişiklikleri kapsar. İnovasyon ve tasarım ilişkisi, inovasyona duyulan ihtiyaç vurgusunun artmasıyla birlikte, 2000'li yıllarda, stratejik bir kaynak olarak literatürde yerini almaya başlamıştır.<sup>27</sup> Bugün, teknoloji ve işlevsellik bir ürüne sürdürülebilir rekabet gücü katmada yeterli olamamaktadır. 1980'lere kadar teknik inovasyon

<sup>22</sup> Çelik Gülersoy, "Kapalıçarşı", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 4, Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul, 1994, s. 422-430

<sup>23</sup> Evliya Çelebi *Seyahatnamesi*, haz. Seyit Ali Kahraman, Yücel Dağlı ve Robert Dankoff, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2011.

<sup>24</sup> *Ticaretten Toplumsal Topografyaya Uzanan Bir Kaynak: Şark Ticaret Yıllıkları, 1868-1945*, Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi: <http://www.obarsiv.com/koleksiyon1.html> (erişim tarihi: 12 Mart 2014).

<sup>25</sup> Chriss Freeman ve Luc Soete, *Yenilik İktisadi / The Economics of Industrial Innovation*, çev. Ergun Türkcan, Tübitak Yayınları, Ankara, 2003.

<sup>26</sup> Organisation for Economic Cooperation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü).

<sup>27</sup> Roberto Verganti, *Design-Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean*, Harvard Business Press, Boston, 2009; Anne Hickling-Hudson, Richie Moalosi ve Vesna Popovic, "Culturedriven Product Innovation", *Proceedings 9<sup>th</sup> International Design Conference - Design*, 15-18 May (Cavtat), Dubrovnik, 2006,

Şark Ticaret Yıllıkları - Çuhacı Han'daki Kuyumculuk ve Benzeri Mesleklere Ait Dükkân Sayıları

	1881	1883	1885	1889-90	1891	1892-93	1894	1895	1896	1898	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1909
<b>Bijoutier</b>	1	18	18	49	36	36	50	44	42	32	41	63	48	52	52	62	83
<b>Sertisseur</b>	-	-	-	9	8	8	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Polisseur</b>	-	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Graveur</b>	-	-	-	-	-	-	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1
<b>Emailleur</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1
<b>Orfèvre</b>	-	-	-	-	-	1	1	3	1	-	-	-	-	1	1	3	4
<b>Fils d'or</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Fondue</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Argenteries</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Horlogaire</b>	1	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

**Bijoutier:** Kuyumculuk (Taki, mücevher vs.)

**Sertisseur:** Mihlayıcılık

**Polisseur:** Cilacılık

**Graveur:** Kalemkârlık

**Emailleur:** Minecilik

**Orfèvre:** Kuyumculuk (Sikke, sadalyon vs.)

**Fils d'or:** Altın telcilik

**Fondue:** Dökümcülük

**Argenteries:** Gümüş Objecti (Sofra takımı)

**Horlogaire:** Saatçilik

Şek. 3: 1881–1909 yılları arasındaki *Şark Ticaret Yıllıkları* kayıtlarına göre Çuhacı Han'daki kuyumculuk ve benzeri mesleklere ait dükkân sayılarını gösterir tablo.

ve stil, teorik ve uygulamalı alanlarda birbirlerinden uzak tutulmuştur.

Proje çerçevesinde bahsedilen inovasyon, ürün tasarımı da kapsayacak şekilde ürün inovasyonu ve süreç inovasyonu türlerine referans vermektedir. Ürün odaklı inovasyon, mücevher endüstrisinin rekabet gücünün sürdürülebilirliği için en önemli fak-

törlerden biri olarak sıralanmaktadır. Mücevher endüstrisinin inovasyon kaynakları, ürün (özellikle malzeme), üretim süreçleri ve dağıtım olarak sıralanmaktadır.<sup>28</sup> İnovasyon, bilgidan ve özellikle mücevher sektörü için farklı, çoğul kültürel girdilerden gelir; teknolojik gelişim, uygulamalı araştırma, zevk ve bezeme kültürünün evriminden kaynaklanır.<sup>29</sup>

s. 573–578; Hartmut Hirsch-Kreinsen ve David Jacobson, *Innovation in Low-Tech Firms and Industries*, Edward Elgar, Cheltenham [UK]-Northampton [MA, USA], 2008; Robert James Howlett, *Innovation through Knowledge Transfer*, electronic resource, Springer-Verlag, Berlin-Heidelberg, 2010; Angel Gurria, "Towards an Innovation Strategy", *OECD Observer*, 47/263, OECD, Paris, 2007, s. 3; Brigitte Borja De Mozota, "The Design of Innovation, Two Challenges for the Design Profession", *Innovation and Design*, 23, ELISAVA Escola Superior de Disseny, Barcelona, 2006 (<http://td.elisava.net/coleccion/23/borja-de-mozota>—en [erişim tarihi: 8 Ağustos 2014]); Mike Pres, Karen Yair ve Anne Tomes, "Crafting Competitive Advantage: Crafts Knowledge as A Strategic Resource", *Design Studies*, 22, 2001, s. 377–394; James Utterback, Bengt-Arne Vedin, Eduardo Alvares, Bruce Tether, Sten Ekman, Susan Walsh Sanderson ve Roberto Verganti, *Tasarıma Dayalı İnovasyon / Design-inspired Innovation*, çev. Yıldırım Özdemir, Ledo Yayıncılık, İstanbul, 2008; Josep Tresserras, "Industrial Design as A Factor for Innovation and Competitiveness", *Economy and Design*, 22, ELISAVA Escola Superior de Disseny, Barcelona, 2006; Paul Stoneman, *Soft innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*, Oxford University Press, Oxford-New York, 2010.

<sup>28</sup> Luana Carcano, Antonio Catalani ve Paola Varacca Capello, *Il Gioiello Italiano Ad Una Svolta-dalla crisi alla costruzione di nuove opportunità*, ed. Franco Angeli, Milano, 2005, s. 44.

<sup>29</sup> Coşkun Orlandi, *21.yy.da.* s. 128.

Mücevher sektörü için inovasyonu şu başlıklarla özetlemek mümkündür: a. Tek ve eşsiz parça üretimi; b. Küçük ve büyük ölçek seri üretimde ürün tipolojisi, tasarım ve üretim tekniğinin birleşmesi; c. Yüksek katma değer yaratma anahtarı olarak yüksek sembolik ve duygusal değer taşıyan ürünler ve markalar oluşturmak.

### Mücevher Üretim Teknikleri ve Üretimde İş Bölümü

Günümüzde kullanılan klasik kuyumculuk teknikleri kuyumculuğun doğuşundan beri kullanılan tekniklerdir. Mücevher üretiminde makinelerin kullanılmasıyla, mücevher artık her yönüyle atölyede üretilen bir eser olmaktan çıkmış, çoklu üretim birimlerinden çıkan yarı mamullerin bir araya getirilmesi aşamasına ulaşmıştır.<sup>30</sup> Böylelikle mücevher üretiminde farklı uzmanlık alanları doğmuş, üretim ölçeklerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Altın takı yapımında makine kullanımının Birmingham'da başladığı ifade edilmektedir.<sup>31</sup> Endüstri devrimi sonrası, makine kullanımına geçişle birlikte, mücevherin tek üreticisi sadekâr olmaktan çıkmıştır. Kuyumculuk, üretim teknolojileri açısından birden fazla bilim dalını kapsamaktadır. Meslek tanımı doğrultusunda, maden; metal ve metal alaşımlarının eşya yapımında kullanılması, şekillendirilmesi süreci, mesleği metalürji ve kimya ile ilişkilendirir. Takının ötesinde mücevher olarak da adlandırılan ve değerli taşların da kullanıldığı ürün tipolojisinde kullanılan değerli ve yarı değerli taşlar, gemoloji (değerli taş) bilim dalı, uzmanlığını mücevher üretimine dâhil etmektedir. Doğada ham halde bulunan metallerin elde edilmesi, işlenebilir hale getirilmesi süreciyle başlayan üretim sürecinde, çok aşamalı ve el işçiliği ötesinde ileri teknoloji kimyasal ve mekanik işlemler bulunmaktadır. Günümüz seri üretim ortamlarında, ileri teknoloji üretim süreçleri, yoğun mühendislik bilgisiyle desteklenmektedir.<sup>32</sup>

### Günümüzde Kapalıçarşı'da Kullanılan Geleneksel (El İşçiliği) Üretim Teknikleri ve Uzmanlık Alanları

#### Sadekâr

Ham maddeyi mamule çeviren usta olarak tanımlanır. Sadekârın tezgâhında maden, hiçbir ısı işlem görmeden, sadece mekanik işlemlerle biçimlendirilir ve herhangi bir mekanik seri üretim tekniği kullanılmaz. Sadekâr diğer uzmanlık dallarının tamamını bilir, yapılacak işlemleri bu bilgisiyle üretim akışı içinde yönlendirir.

#### Mıhlayıcı

Madenden elde edilen ürünün tasarımını doğrultusunda, değerli veya yarı değerli taşın maden üzerinde ayrılan boşluklara yerleştirilmesi işlemidir. İşlem üç farklı şekilde olabilir; "kasalama", "sıkıştırma" ve "mıhlama". Mücevherin süslenmesi aynı anda iki amaca hizmet etmektedir; taşı sıkıca sabitleyip madenden ayrılmasını önlemek, taşın ışığını, rengini ve canlılığını azami şekilde pekiştirmek.<sup>33</sup> Mıhlama işi taşın biçimi, cinsi, rengi gibi ölçütlerle birlikte mücevherin tasarımına göre farklı yöntemler kullanılarak madene yerleştirilebilir. Evrim geçiren bir işlem türüdür, ustasına göre özelleşebilir. Mıhlama ustasına "mıhlayıcı" denir. Mıhlama türleri, alaturka ve alafranga olmak üzere, değerli taşın türüne göre ikiye ayrılır. Alaturka mıhlama, sadece elmas için kullanılan mıhlama işidir (Şek. 4).

#### Cilacı

Cila bir metal aşındırma yöntemidir. Ürünün kullanıma, satışa, teşhire hazır hale getirilmesi sürecinde, yüzey bitirme işlemlerinden sonuncusudur. Metal biçimlendirme aşamalarının ardından, yüzeydeki çukur ve çiziklerin derinlik seviyesine göre, iri aşındırma yöntemlerinden ince aşındırma yöntemlerine kadar çeşitli aşamalarda yüzey düzeltme, yumuşatma ve parlatma işlemi uygulanır.<sup>34</sup> Mükemmel düzlükte kusursuz bir yüzey, direkt ışığı eşit oranda ve etkin yansıtacaktır. Böylece yüzey çok yansıtıcı olacaktır ki buna parlak cila denmektedir. Günümüzde cila işlemi, fırçalama vb. mekanik aşındırma yön-

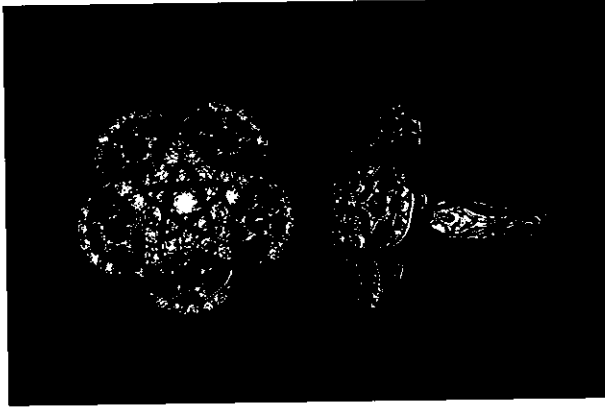
30 Luigi Vitiello, *Modern Teknik ve Pratik Kuyumculuk*, Milli Eğitim Bakanlığı, 1995, s. 134.

31 Christopher W. Corti, *Altın Takı Üretim Teknikleri El Kitabı*, World Gold Council-İKO, İstanbul, 1997, Bölüm 7.1.

32 Dünya Altın Konseyi'nin (WGC) bu konuda araştırma yapan ekipleri ve yayınları çeşitli kaynaklar aracılığıyla izlenebilmektedir: <http://www.science.gold.org>; <http://www.utilisegold.com>.

33 Vitiello, *Modern Teknik*, s. 424.

34 Corti, *Altın Takı*, Bölüm 5.5.



Şek. 4: Güncel Kapalıçarşı kuyumculuğuna örnek, alaturka mihlama yüzük. YİH kriterlerine uygunluk gösteren sadekâr Arno Hilkat işi; 112K221 no.lu TÜBİTAK Projesi Fotoğraf Arşivi.

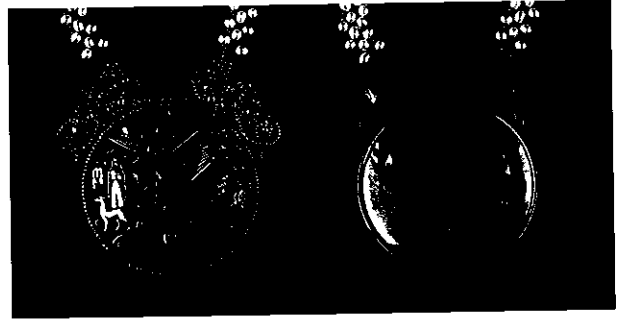
temleriyle yapılabildiği gibi, kimyasal, ultrasonik, elektrolitik yöntemlerle de yapılmaktadır.

#### Kalemkâr

Madeni levha üzerine çelik kalem darbeleriyle hazırlanan her türlü kakma ve çökertme tekniğiyle yapılan işçiliktir.<sup>35</sup> Kakma işçiliği, kalem adı verilen keskin olmayan gereç yardımıyla, çekiç darbeleriyle levha maden üzerinde desenler yapma tekniğidir. Kalem ustasına kalemkâr denir. Levha üzerine önce serbest elle çizim yaparak, daha sonra levhayı kalem yardımıyla kazıyarak üç boyutlu çizim yapmış olunur (Şek. 5).

#### Mineci

Mine, bir maden bezeme tekniğidir. Minecilik veya emayecilik, madeni bir cismin kısmen veya tamamen muhtelif renklerdeki camla kaplanmasıdır. Mine veya emaye, değişik tiplerde ve maden oksitleri tarafından renklendirilmiş camdır. Değişik maden oksitlerinin cam tozlarıyla karıştırılmasından ortaya çıkan bileşim, maden üzerinde istenilen yere doldurulur ve fırınlanır. Camın erime derecesinin, uygulandığı soy metalden daha düşük olmasından yararlanılarak yapılan süsleme tekniğidir.<sup>36</sup> Özgün geleneksel yöntem sıcak mine tekniğidir. Günümüzde,



Şek. 5: Güncel Kapalıçarşı kuyumculuğuna örnek, elışı kalem kolye. YİH kriterlerine uygunluk gösteren kalemkâr Berç Melikyan işi; 112K221 no.lu TÜBİTAK Projesi Fotoğraf Arşivi.

mücevher endüstrisinde çoğunlukla soğuk mine tekniği kullanılmakta ve cam yerine kimyasal boya tercih edilmektedir.

#### Ocakçı

Kuyumculukta kullanılan altın ve gümüş gibi madenlerin, grafit potalar içinde ergime ısıya getirilerek eritildiği ve tel veya levha (astar) haline getirildiği yerdir.<sup>37</sup> Mücevher üretimi, işleyiş sırasında, üretilecek ürünün biçimsel özelliklerine göre hammaddenin üretime hazır hale getirilmesi aşamasıdır. Klasik yöntemde altın ve gümüşü eritmek için yüksek ısı gerektiğinden ocakta taş kömürü kullanılır.<sup>38</sup> Ancak günümüzde makine endüstrisinden faydalanılarak, gaz veya elektrikli fırınlarda bu işlem gerçekleştirilebilmektedir.<sup>39</sup>

#### Mübayaacı

Mübayaacı, değiş tokuş manasına gelen bir kelimedir. Kuyumculukta kişi veya firmaların ellerinde bulundurdukları maddi değeri olan külçeleri, belirli bir ücret karşılığında saf metal ile değiştiren kişilere mübayaacı, bu işe ise mübayaacılık denir. Kuyumculukta yanlış ayarlanmış madenler veya içinde istenmeyen artıklar bulunan alaşımlar mübayaacıya götürülür. Burada saf metal ile değiştirilir. Mübayaacılar ise müşterilerden aldıkları karışık metalleri, ifrazcı adı verilen ve saflaştırma (arıtma, rafineleme) işlemini yapan işletmelere ücret karşılığında temizletirler.<sup>40</sup>

<sup>35</sup> Mehmet Zeki Kuşoğlu, *Resimli Ansiklopedik Kuyumculuk ve Maden Terimleri Sözlüğü*, Ötüken Neşriyat, İstanbul, 2006, s. 120.

<sup>36</sup> Recai Modan, *Kuyumculuk Meslek Bilgisi*, İKO, İstanbul, 2005, s. 70, 126.

<sup>37</sup> *A.g.e.*

<sup>38</sup> Kuşoğlu, *Resimli Ansiklopedik*, s. 171.

<sup>39</sup> Corti, *Altın Takı*, Bölüm 2.3.

<sup>40</sup> Hraç Aslanyan ile 14 Kasım 2013 tarihinde yapılan görüşme.

## Ramatçı

Ramat, gözle görülmeyen altın parçacıklarının yakma ya da elektroliz yoluyla geri kazanılması işlemidir. Kuyumcu atölyelerinde altın işlenirken havaya, suya ya da toza karışan parçacıkların oranının %5'e kadar çıkabildiği belirtilmektedir. Atölyenin sermayesi madenin miktarı olduğundan, değerli maden kaybının aza indirilmesi için yapılan işlemidir. Ramatçıları bu işlemi fason olarak yapar. Atölyelerden sağlanan atıklar önce yüksek ısıda yakılır. Daha sonra bu küllerdeki altın, titan kazanlar içinde kimyasal sistem kullanılarak geri kazanılır. Sonra da dipte kalan çamurdaki tüm metaller, yüksek ısıdaki (potada) gümüş karışımı ile tekrar geri alınır.

### KAPALIÇARŞI'NIN "YAŞAYAN İNSAN HAZİNELERİ"

Zanaat olarak kuyumculuk, kültürün yansıtıldığı en zengin somut olmayan unsurlar arasında yer alır. Zanaatın yaşatılmasında geleneksel üretim biçimleri ve gelenek taşıyıcıları ustaların rolü büyüktür. İstanbul kuyumculuğu için değerli kabul edilen geleneksel üretim yapan kuyumcuların ne oranda canlılığını koruduğu ve gelecek için potansiyalinin belirlenmesi somut olmayan kültürel mirasın belirlenmesi açısından önemlidir. UNESCO'nun<sup>41</sup> ana hedeflerinden biri kültürel mirasın korunmasıdır. Bu amaçla uygulamaya konulan sözleşmelerden biri "Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi"dir (2003). Ülkemiz bu sözleşmeyi 2006 yılında imzalamış olup aynı amaçla UNESCO bünyesindeki "Living Human Treasures" (LHT) programı, "Türkiye'de Yaşayan İnsan Hazinesi" ulusal sistemi ile ülkemizde de kurulmuştur. Bu programın amacı "somut olmayan kültürel miras unsurlarının, yüksek bir tarihsel, sanatsal ve kültürel değer dâhilinde; icra edilmesi, canlandırılması veya yeniden yaratılması konusunda gerekli bilgi ve becerilerin korunması" olarak belirtilmiştir.<sup>42</sup>

Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından üç ana başlık altında incelenmektedir:

1. İnsanın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi (on bir unsur)
2. Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması
  - a. Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri (on kişi)
  - b. Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri (almış unsur)
3. Ustalar-Sanatçılar-Ozanlar Programı
  - a. Geleneksel el sanatları sanatçıları (394 kişi)
  - b. Geleneksel tiyatro sanatçıları
  - c. Aşıklar- halk ozanları- halk şairleri-zâkirler
  - d. Mahalli sanatçılar

Somut Olmayan Kültürel Miras Envanter Çalışması iki koldan yürütülmektedir. Yaşayan İnsan Hazinesi'nin seçilme kriterleri ilgili yönetmelikte belirlenmiştir.<sup>43</sup> Buna göre: 1. Ustalığını on yıldır icra ediyor olması; 2. Sanatını usta-çırak ilişkisi ile öğrenmiş olması; 3. Bilgi ve becerisini uygulamadaki üstünlüğü; 4. Konusunda ender bulunan bilgiye sahip olması; 5. Kişi veya grubun yaptığı işe kendini adanmışlığı; 6. Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini geliştirme yeteneği (sanatının toplumla buluşmasını sağlayacak yenilikler içermesi); 7. Kişi veya grubun bilgi ve becerilerini çırağa aktarma becerisi sahibi (bir çırak yetiştirmiş) olması beklenmektedir. Söz konusu kişilerin tespiti konusunu proje çerçevesinde özetlemek gerekirse; kişiler kendileri bu programa başvurma şansından yoksundurlar. İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri'ndeki folklor araştırmacılarının aday kişileri tespit etmesi gerekmektedir. Tarafımızdan yürütülen bu proje, yok olmaya yüz tutmuş ustaların bağımsız bir şekilde tespitinin uzman kişiler ve kriterler çerçevesinde yapılmasına olanak vermekte ve yoğun bir çalışma olan tespit sürecine destek niteliği taşımaktadır. Sahada, veri toplama sırasında incelenen ustalarda yukarıda belirtilen kriterlerin büyük bir bölümünün mevcut olduğu görülmektedir. Proje döneminde sahada kayıt altına alınan yirmi yedi ustanın on ikisi, Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH) kriterlerine uygunluk göstermektedir. Görüşülen ustaların büyük çoğunluğunun ortaokul çağından beri bu işle uğraştığı izlenmiştir. Hemen hepsi bu alanda

41 Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu.

42 Pınar Kasapoğlu Akyol, "Türkiye'nin Yaşayan İnsan Hazinesi Programı", *Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği: Türkiye Deneyimi*, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 2013, s. 83-91.

43 *Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri*, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü:

<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazinesi-ulusal-envanteri.html> (erişim tarihi: 18 Mart 2014).

çırak olarak çalışmaya başlamış, işi bir ustadan öğrenmişlerdir. Kişilerin konularındaki uzmanlıkları, yaptıkları ürünlerin kalitatif özellikleri üzerinden izlenebilmektedir. Yürütülen çalışmanın en ayırt edici özelliği burada yatmakta olup ustaları birey olarak tescil ederken ürettikleri işler üzerinden bir değerlendirme yapılmaktadır. Bugüne kadar Türkiye'nin "Somut Olmayan Miras"ın korunması alanında yürüttüğü programlarda, kuyumculuk işi ile ilgili ustalık bir tek Ustalar-Sanatçılar-Ozanlar Programı'nda yer bulmuştur.<sup>44</sup>

## BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

Mücevher endüstrisi yaratıcı bir endüstridir. Bu yaratıcı endüstrinin geleneksel bağları, kültür mirası değeri potansiyeli de taşımaktadır. UNESCO, geçtiğimiz on yıl içinde kültürel miras tanımını genişletmiş, geleneksel zanaat ürünlerini üreten işçiliği ve üretim bilgisini "somut olmayan miras / *intangible heritage*" olarak sınıflandırmıştır. Yürütülen araştırma projesi sonucunda elde edilecek veriler ışığında UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras sınıfına girebilecek üretim-işçilik süreçleri varsa, bunların sınıflandırılarak saptaması yapılabilecektir. Araştırma projesi aracılığıyla tespiti yapılan somut olmayan kültür mirası, koruma sürecine alınabilecek üretim süreci ve ürünlerinin, belli bir oranda tasarım tesciliyle koruma altına alınması hedeflenmektedir. Daha geniş bir ölçekte bakıldığında, yöresel özellik taşıyan bir üretim biçimi, teknik ve/veya tasarım saptandığında coğrafi işaret olarak tescil edilmesi için gerekli zemini oluşturacaktır. Coğrafi işaretle tescil edilen, ayırt edici özellik taşıyan ürünlerin önemli bir ekonomik girdi sağlaması beklenmektedir. Türkiye'deki endüstrileşme süreci cumhuriyet öncesi ve sonrası zanaat geleneğinin takipçisi olmamış, özellikle zanaat kökenli bir endüstri olan kuyumculuk-mücevher endüstrisinin endüstrileşme süreci, zanaat geleneklerinden kopuk olarak gelişme göstermiştir. Türkiye tasarım tarihi, endüstri ürünleri tasarımı yazınında da bu bağlamda bir kronoloji izlenmemiş, içerik oluşturulmamıştır. Bu çerçeveden bakıldığında, zanaat-tasarım-inovasyon arasındaki ilişkilerinin tasarım modellerine, ürün geliştirme süreçlerine ne şekilde yansıdığı endüstriyel tasarım literatürü için yeni bir araştırma alanıdır. Yürütülen araştırma projesinin sonuçlarının, sektörün küresel rekabet gücü için zanaat kökenlerinin potansiyelini

konumlandırması beklenmelidir. Merkezinde ustanın bulunduğu zanaat kültürünün somut olamayan miras kapsamında tescil edilebilmesi, zanaat üretiminin güncel tasarım diline aktarılması sürecine önemli katkılar sağlayacaktır. Araştırma projesinin sonuçlarının Türkiye'nin en önemli kültür mirasları arasında yer alan Kapalıçarşı ve çevresinin yeniden yapılandırılması ve işlevlendirilmesi sürecine katkıda bulunması, önemli bir stratejik kaynak olması beklenir.

Saha araştırmasındaki yüz yüze görüşmelerden elde edilen önemli bazı bulgular şu başlıklar altında özetlenebilmektedir:

### "Biz ancak TRT belgesellerinde kalacağız..."

Kuyumculuk mesleği, Kapalıçarşı ve çevresinde, Bizans döneminden beri geleneğini korumuş; üretim, geleneksel yöntemler ve ağ ilişkileri korunarak yapılagelmiştir. Ancak günümüzde bu geleneksel üretim teknikleri yerini büyük oranda seri üretime bırakmış, geleneğin temsilcisi ustalık, sözsüz bilgi ve deneyim aktarım sistemi olan usta-çırak ilişkisi yerini teknisyenlere bırakmıştır. Kimi ustalar beş ile on yıl arasında mesleklerinin tamamen yok olacağını düşünmektedirler. Yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerde, ustaların kendilerine mal ettikleri özel tekniklerin mevcut olduğu ve yıllar içinde kendilerini aşma gayreti içinde oldukları gözlenmektedir. Bu kişilerin büyük bir bölümü kendilerini "sanatçı" olarak addetmektedirler.

### "Usta var, çırak yok; usta var, ustalığı tanınmıyor..."

Tarihsel kaynaklardan mücevher üretiminde kullanılan teknikler ve bu alanda uzmanlaşmış ustalar hakkında oldukça geniş bir bilgiye sahibiz. Ancak sahada yapılan çalışmalarda geçmişte mevcut olan çok sayıda uzmanlaşmanın giderek ana işlemlere odaklanarak (sadekâr, mihlayıcı, mineci vs.) sayısının azalmakta olduğu ve birçok işlemin makineler aracılığı ile yapılmakta olduğunu göstermiştir. Saha ziyaretlerinde yapılan görüşmeler esnasında, örneğin, günümüzde tüm Türkiye'de sadece altı sıcak mine ustası kaldığı ifade edilmiştir. İKO'nun<sup>45</sup> ustalık sınıfında yer almıyor olmasının, ustalık belgesi verilmemesinin faaliyet ile ilgili sıkıntılar doğurduğu ifade edilmiştir.

<sup>44</sup> Bkz., [http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR\\_13027/ustalar-sanatcilar-ozanlar.html](http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR_13027/ustalar-sanatcilar-ozanlar.html).

<sup>45</sup> İstanbul Kuyumcular Odası.

**“Kuyumculukta aile bağları: Baba sadekâr, oğul mihlayıcı...”**

Yapılan görüşmeler sonucunda, yeni eleman yetiştirilmesinin, geçmişten bugüne çoğunlukla aile/akrabalık veya arkadaşlık bağları ile gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Sayısal olarak ifade edilmemekle birlikte, altmış yaş üstü sadekâr olarak uzmanlaşmış ustaların oğullarını mihlayıcı olarak yetiştirmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Bunun sebebi, mihlayıcılık mesleğinin sadekârlık gibi sermayeye gereksinim duymadan yapılabilmesi ve tamamen el işçiliğine dayalı olarak yapılan mihlama işinin, üretimin yoğun olarak makine teknolojilerine bağımlı hale geldiği bir dönemde, garantisi olan bir meslek olmasıyla açıklanmaktadır.

**“Avrupa (İtalya) ile aynı, hatta işçiliği daha yüksek ürünler çıkarıyoruz ama değeri bilinmiyor...”**

Yapılan görüşmelerde ustalar, Kapalıçarşı ve çevresindeki atölyelerin işçilik kabiliyetinin ve kültürünün değerinin bilinmemesinden bahsetmektedir. Yurt dışındaki çalışmaları inceleme fırsatı bulabilen ustaların karşılaştırmasına göre yurt dışındaki işlerde, işçiliğin daha az olduğu ürünlerde bile, buradaki işçiliği fazla ürünlere oranla çok daha yüksek fiyatlara satıldığından bahsedilmektedir. Kapalıçarşı’da imal edilen bir ürünün gramı 2,52 liraya satılırken İtalya’da gramının 20 liraya kadar çıkabildiğinden ve ürünler karşılaştırıldığında, aralarında kalite olarak farkının bulunmadığından bahsedilmektedir. Reklam yapma konusunda eksik olduklarını ve uluslararası alanda Kapalıçarşı kültürünün iyi bilinmemesinden ve tanıtılmamasından bahsetmektedirler.



**İSTANBUL ARAŞTIRMALARI YILLIĞI**  
**ANNUAL OF İSTANBUL STUDIES**

**Yayın Kurulu**  
Ekrem Işın  
M. Baha Tanman  
Gülrü Tanman

**Danışma Kurulu**  
Cemal Kafadar  
Nevra Necipoğlu  
Ayla Ödekan  
Brigitte Pitarakis  
Uğur Tanyeli  
Uşun Tükel  
Thierry Zarccone

İstanbul Araştırmaları Yıllığı

**Sayı:** 3 / 2014

Suna ve İnan Kıraç Vakfı İstanbul Araştırmaları Enstitüsü  
tarafından yılda bir kez Ekim ayında yayımlanır.

İstanbul Araştırmaları Enstitüsü Yayınları 27  
Süreli Yayınlar 3

İstanbul, Ekim 2014

ISSN 2147-2068

**İmtiyaz Sahibi:** Suna ve İnan Kıraç Vakfı adına Necmettin Tosun

**Yazı İşleri Müdürü:** Gülrü Tanman

**Editör:** Erkan Bora

**İngilizce Düzelti:** Alanur Ataç

**Kapak Tasarım:** TUT Ajans, [www.tutajans.com](http://www.tutajans.com)

**Grafik Tasarım:** AS&64 Ltd. Şti., [www.asbook.org](http://www.asbook.org)

**Renk Ayrımı ve Baskı:** Mega Basım Yayın San. ve Tic. A.Ş. (Sertifika No: 12026)  
Cihangir Mah., Baha İş Merkezi, A Blok, Haramidere-İstanbul  
Tel: 0212 412 17 00

© Suna ve İnan Kıraç Vakfı İstanbul Araştırmaları Enstitüsü  
Meşrutiyet Caddesi No. 47, 34443, Tepebaşı - Beyoğlu / İstanbul  
[www.iae.org.tr](http://www.iae.org.tr)

Sertifika No: 12482

*Dergideki makalelerde yer alan düşünce ve görüşlerin tamamı yazarların sorumluluğunda olup bu düşünce ve görüşlerden İstanbul Araştırmaları Enstitüsü sorumlu tutulamaz.*

*Dergide yer alan yazıların tüm yayın hakları saklıdır. Bilimsel araştırmalar ve tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında, yayımcının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.*

Ekrem Işın <b>Tanzimat Melankolisi:</b> <b>Sultan Abdülmecid Döneminde Gündelik Hayat</b> .....	151-153
Emre Aracı <b>1890-1891 Sezonunda Pera Müzik Hayatına Bakış</b> .....	155-162
Thierry Zarcone <b>Danimarkalı Carl Vett 20. Yüzyılın Başında İstanbul'da</b> .....	163-173
Namık Erkal <b>Osmanlı İstanbulu'nda İpeğin Mizanı Hoca Hanı</b> .....	175-193
Hakan Kaynar <b>Muhabbet Baki Mahbubân Kayıp:</b> <b>Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Meyhaneler</b> .....	195-215
Büke Uras <b>Abraham Paşa'dan Mimar Edoardo De Nari'ye,</b> <b>İstanbul'un Unutulmuş Eğlence Merkezi:</b> <b>"Büyük Beykoz Parkı"</b> .....	217-225
M. Dila Gümüş <b>Unutulmuş Bir Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarı:</b> <b>Semih Rüstem Temel</b> .....	227-234
Ayşe Coşkun Orlandi - Yonca Erkan <b>İstanbul Kuyumculuğunun İzinde Zanaat-Tasarım-İnovasyon İlişkileri:</b> <b>Kapalıçarşı'nın "Yaşayan İnsan Hazinesi"</b> .....	235-246
<b>ÖZETLER / ABSTRACTS</b> .....	247-253
<b>İSTANBUL BİBLİYOGRAFYASI (haz. Erkan Bora)</b> .....	255-258

**EK12. PROJE SÜRECİNDE ÜRETİLEN MAKALE3\_ ULUSLARARASI**

# MULTI-DISCIPLINARY RESEARCH IN DESIGN

## Tracking down the Innovation potential of a 500 Year Old Creative Cluster: The Case of the Grand Bazaar (of Istanbul) and its Jewelers

Ayşe COŞKUN ORLANDI<sup>1</sup>, Yonca KÖSEBAY ERKAN<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kadir Has University, İstanbul, Turkey

<sup>2</sup> Kadir Has University, İstanbul, Turkey

### ABSTRACT

*In the past two decades the Turkish jewelry sector has developed globally and has gained power as the second global supplier after Italy. Yet, the industry has not been able to develop any unique identity in terms of product differentiation. Contrarily, Turkish manufacturers internationally have a notoriety regarding copyright issues. The major jewelry production takes place in Istanbul, within the district of the Grand Bazaar and in the cluster of workshops around the complex known as 'Hans'. The Grand Bazaar and the Hans around it, with a network based model of clustering have endured since 1461. The Grand Bazaar has been the center of original and cutting edge hand crafting since the Ottoman Empire, and it owes its identity historically to the metalsmithing masters from different parts of Anatolia who gathered in and around the complex and established their own workshops. The jewelry production in the Grand Bazaar also relies on high quality craftsmanship and original methods of production. This juxtaposed situation of the Turkish jewelry industry; having a 500 year old heritage for authenticity but not utilizing the heritage for a competitive advantage sustained by genuine design, forms the background for the research theme. The inter-disciplinary research project conducted by the authors of this paper approaches to the Grand Bazaar both from the perspective of the preservation of the tradition and the cultural heritage of craftsmanship, and the evaluation of the products in terms of their capacities for creativity and originality as a source for innovative design in global competition. The project aims at revealing foresights on issues such as; How will this 500 years old traditional creative cluster withstand the changes emerging due to the technological shift in fabrication?... How can this tacit knowledge nurture the research for new languages in contemporary design? The paper will draw the outline of the research carried out since May 2013 and funded by the Scientific and Technological Research Council of Turkey, and open up discussions on the interrelations of crafts and design driven innovation.*

[Ayşe] [Coşkun Orlandi], [acoskunorlandi@khas.edu.tr]

### KEYWORDS

Jewelry design; innovation; crafts; Grand Bazaar of Istanbul; intangible cultural heritage

### PREAMBLE

Since the 2000s, the jewelry industry in Turkey has taken on a leading position in the world, second only to Italy. The most significant driving force behind this success is know-how about working precious metals, and this is the product of the multi-layered cultural heritage of Turkey which has been built upon and passed on by the many civilizations that have existed in the area. The success of the last twenty years is based on jewelry production in the Grand Bazaar and in khans around Nuruosmaniye. The Grand Bazaar has remained the center of precious metal work outside the palace since imperial times. Jewelers coming from different parts of the empire had stalls in the Grand Bazaar and in adjacent khans, and this played a major role in the historic development of the Grand Bazaar's identity<sup>[1]</sup>. The historical roots of jewelry fabrication in the Ottoman milieu were augmented with the involvement of several sultans who were jewelers themselves. The head

jewelry masters employed at the palace were generally Armenian or Greek, which was also reflected in the ethnic composition of jewelers in the Grand Bazaar. In the 18th century, jewelry masters from Constantinople were in the same league with their British and French counterparts.

In Istanbul, the 500 year-old traditional jewelry production techniques, particularly those of the Grand Bazaar, have been treated in the historical context on the outskirts of style and as part of the material culture of the Ottoman Empire [2], [3], [4], [5], [6], [7]. Overlooking the literature, we don't acquire enough data to come to a conclusion on the status of the design premises of the post imperial period. In the 21st century, this craft-based traditional form of production has become an evolving sector and taken on an important commercial character, and it has acquired international recognition and competitive advantage [8], [9]. With the progress of computer technologies, traditional hand production techniques are shifting towards machine-based production bereft of human touch. In order for Turkey to maintain the competitive capacity that it has acquired over the last 20 years as an exporter of jewelry, there is a need to identify its advantages in terms of competitiveness. Recent research based on a structural analysis of this sector which is in the process of transformation, show that in order to be competitive with innovative design strategies and authentic design, authentic production techniques and the cultural accumulation that forms the tradition, all of these need to be treated as a strategic resource [8], [9]. From this perspective, it can be seen that the historical trajectory of the 550 year-old tradition of production has been directly affected by social economic and political change and that there have been discontinuities and ruptures in traditional authentic production skills in the past as well as today. It is well-known that this multi-ethnic milieu of production has exported some of its mastery to various countries like France, the UK and the USA, and that some well-known artisanal masters in these countries are Greek and Armenian goldsmiths from Istanbul. At the same time, it is known that Grand Bazaar-based jewelry production has gained importance due to its quality of workmanship and authentic production forms, but it is also known that this skill is also vulnerable because of changing demographics, as has been emphasized by workshop owners. The Bazaar and the khans around it have endured since the fifteenth century with this network-based model of clustering. The Bazaar has been a topic of research in many disciplines such as art history, the history of architecture, and environmental engineering. Yet there has been no comprehensive research that evaluates the potentials of the complex in terms of creativity, authenticity, and innovation in jewelry design. The inter-disciplinary research project conducted by the authors of this paper approaches the Grand Bazaar from the perspective of the preservation of tradition and the cultural heritage of craftsmanship, as well as the evaluation of products in terms of their creativity and potential for innovation in the discipline of industrial design.

## **OVERVIEW OF THE TURKISH JEWELRY INDUSTRY**

As reported by the World Gold Council, Turkey is second only to Italy in the global export of gold jewelry. This international success of the jewelry sector, which developed especially after the liberalization of the Turkish economy in the 1980s, is undoubtedly indebted to the strong metalsmithing traditions of past civilizations that existed in the area. The jewelry sector, with its history established through the Grand Bazaar, represents an original structure of production that is rooted in this tradition. Based on micro-scale firms, the structure of production in the Grand Bazaar represents the traditional model of a craft cluster. Indeed, the Grand Bazaar is the only center of jewelry production in Turkey which relies on a structure that could be characterized as a 'cluster' [8], [9].

Two distinct paths can be observed regarding the dynamics behind the success that Turkey has achieved in jewelry fabrication and in the gold sector in the last twenty years. The first is a series of economic decisions and transformations that occurred together with the liberalization of the economy in the 1980s. In that process, the black market for gold was eliminated, and the import and export of gold was legalized by the Central Bank of Turkey in 1989 [10]. Success in gold exports gained pace starting in the middle of the 1990s following the inauguration of the Istanbul Gold Market. The unofficial import of gold was banned and the gold exchange is now registered, and the purity of imported gold is now guaranteed and standardized [10]. Moreover, because it is now possible to purchase gold at prices like those on the world market, jewelry production has become

competitive and production capacities have increased. In parallel to numerous attempts to foster the export of precious metals, in particular gold, a series of institutions played a substantial role; the Istanbul Gold Exchange (est. 1993), The Istanbul Mineral and Metals Exporters' Association (est. 2003), The Istanbul Chamber of Jewelry (est. 1994) and, the World Gold Council, Turkey Office (est. 1991, closed down in 2011). Among these the role of the World Gold Council Turkey Office has been significant for to raise awareness on the concept of jewelry design [11]. Interviews with the authorities on how the jewelry sector has been established have revealed the motivation behind this success [9], and these are as follows: *i) Liberalization of the import/export of gold, ii) obtaining machinery from Italy, iii) obtaining product catalogues from international fairs, iv) providing low cost production in the global market.* This flow chart of consequences addresses the path that led the sector to develop into a hybrid structure: neither industrial in terms of machinery investment and R&D, nor a corporate structure nurturing new product development regarding competitiveness. The industry features a crafts based industry. The structure of the jewelry sector is largely based on micro firms which employ less than 10 employees. Corporate SME's have grown through this period of industrialization. Only by looking at the Turkish Association of Jewelers annual reports we get a clear picture of the incremental growth in exports. Annual export recorded in 1992 is only \$12.7 million, when we arrive at 2008 it reaches \$1.5 billion [12]. Today, recent research (2013) carried out by the Turkish Exporters Assembly indicated that there are 20 corporate jewelry firms listed among the top thousand exporters [13].

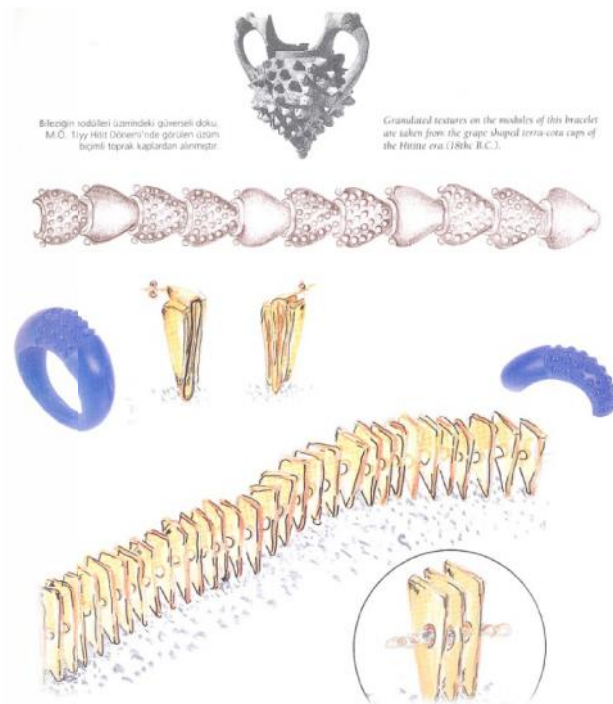


Figure 1: Inspirational product design examples from the very first trend books launched by WGC Trend Book Türkiye, 1997-1998

#### THE MISSING LINK: *DESIGN*

Almost every civilization that existed in the geographical area of Turkey left behind an important heritage of goldsmithing. All the civilizations that existed in mainland Anatolia since the early Bronze Age were known for their use of precious metals in the production of jewelry. The cultural heritage of metalsmithing (gold, silver, bronze) in the area can be dated back 5,000 years. A more recent significant heritage in jewelry fabrication was the imperial goldsmithing of the Ottoman

period. The global success of jewelry fabrication in Turkey today can be traced through the historical transformations of the Grand Bazaar, which inherited the heritage of the Ottoman guild system in which taste and style were driven by the imperial palace. In addition to that geographical multicultural tradition, Turkish jewelry consumption hasn't demonstrated any significance in terms of product identity driven by any particular traditional design.

The industrialization period of the sector echoes as a transition period for the understanding of design in a broader sense and design focusing on the product. The impact of the initiative of the WGC beginning of 1990s has been influential for the development of the role of design both for the manufacturers and retailers. Up until then the sector hadn't recognized *the jewelry designer*. The period was driven by the council's mission to increase the demand for gold through a design driven dynamic market. An analytical outlook over the period proves that strong historical reference dating back to antiquity as a source of inspiration was launched for an innovative approach <sup>[11]</sup>. This guidance for new product language was reinforced by technical details for production in series. In other words, this attitude per se disfavored the 500 traditional crafts heritage (Figure 1). In parallel with the period of industrialization, copyright problems have arisen, both at the national and international levels. In turn, this inadequacy has brought about design sensitivity issues. Since the industry achieved a breakthrough as a global supplier, the increasingly competitive market has created a demand for branding and product differentiation. Design has long been deemed a powerful tool for making significant contributions to resolving some of the issues the industry faces. Among more than a thousand jewelry companies, only a decennium can be considered to have achieved recognition for good design.

#### 500 YEAR OLD CREATIVE CLUSTER: THE GRAND BAZAAR OF ISTANBUL

##### HISTORICAL BACKGROUND

The Grand Bazaar and its surroundings remained an unchanging center of the most refined hand production of jewelry prior to the industrial revolution and it adapted to the changes that emerged following the industrial revolution through a model of clustered professionals under the patronage of the *Ehl-i Hiref* <sup>[1]</sup>. Prior research on the site handles the evolution over four historical stages: *i) Ottoman Empire period, from establishment to the beginning of the 20th century, ii) modernization period up to 1980s, iii) deterioration period, comes up to 2000s, iv) the fourth phase is defined as a continuing transformation period* <sup>[14]</sup>.



Figure 2: The Grand Bazaar of Istanbul: Kapalıçarşı.

The oldest parts of the Grand Bazaar - namely the two masonry *bedestans* - were endowed by Fatih Sultan Mehmed the Conqueror in the 15th century in order to provide a source of income for the newly converted Hagia Sofia Mosque. In due time, the open markets surrounding these structures were roofed over, eventually forming the Grand Bazaar. It is believed that the same market replaced an open market of Byzantine origin. Following a devastating fire in the 17th century, the wooden roofs were replaced with masonry vaults. The Grand Bazaar is surrounded by khans, some of which have entrances only accessible from the Grand Bazaar, while others have independent entrances. Currently the Grand Bazaar covers 30.7 hectares and has 61 alleys <sup>[15]</sup>. The traditional allocation of the specialized use of alleys for different guilds was abandoned after the 1894 earthquake. Existing street names highlight some of the varieties of specialization within the jewelry sector. The guild system, which is believed to have started in the 15th century, was abolished in 1914, and it evolved into labor associations which still operate under the patronage of the Chamber of Commerce <sup>[15]</sup>. In this period, the production of goldsmiths and jewelers developed after the immigrant Armenians arrival that Fatih Sultan Mehmet has brought to settle in Istanbul after the conquest. The Armenians were famous in these crafts at that period <sup>[14]</sup>. The jewelry district of the Grand Bazaar was not only for display but at the same time it was the very heart of production. However, present-day observations reveal that the production of jewelry has moved out of the Grand Bazaar, which now has a primary role in retail sales. This shift has changed the spatial use and ownership status of the shops. The shops originally belonged to a waqf, and in time they became private property. By the beginning of the 20th century many non-Muslim masters had left the country. The organizational structure, which has its roots in the guild system, led to the present-day network based on a model of clustering which has endured since the fifteenth century. In the seventeenth century, Evliya Celebi observed that there were 3,000 shops where 5,000 craftsmen worked in goldsmithing <sup>[16]</sup>. The continuity of the craft was guaranteed through a model in which there was a master, foreman and apprentice. Due to the structural and financial transformation which took place after the 1980s the handcraftsmanship and the effect of local culture in the production process decreased dramatically causing the deterioration of the uniqueness of the cluster. The production and trade in the Bazaar shifted from handmade craftsmanship that represented the traditional structure, to manufactured goods. Hence, the traditional artisanal production processes were dramatically abandoned, and the names of streets do no longer reflect the production clusters within the Bazaar, but are remained as the names inherited from their history <sup>[14]</sup>. Currently, there are not enough apprentices and hence the knowledge transfer is shrinking, threatening this 500 year-old tradition and giving way to serial manufacturing.

#### FABRICATION NETWORK: A CREATIVE CLUSTER

Based on information obtained from the Grand Bazaar Labor Association, currently there are around 1,800 jewelers and workshops in operation. These workshops have different production patterns because of their scale and production networks. Since it depends on the raw material as a trade asset, the jewelry industry has a particular character of production process and a particular milieu of production. While it functions within a network of entrepreneurship-mastership-design, it relies, as a whole on the existence of one master, known as *sadekâr*<sup>ii</sup>. This production network, which is based on the mastership of different producers, cannot be standardized. The transmission of knowledge in this system is based on a model of the transmission of tacit knowledge gained through experience, and it presents a valuable source in terms of the Inventory of "Living Human Treasures" in the framework of Intangible Cultural Heritage. Customized unique products that are not slotted for serial production are produced by a limited number of jewelers using traditional techniques bolstered by new technologies. Although the *sadekâr* exists at the center of the production network, micro-production units also play a role in shaping the production of jewelry from precious metals. From traditional times up until today, collaboration among specialized micro-production units have displayed a clustering structure which is based on trust <sup>[9]</sup>. While the



dynamics among workshops shape and define human relationships, it also emerges as a source of innovation.

## **RESEARCH FOR DESIGN: CRAFTS VS. INNOVATION**

### METHODOLOGY AND DATA

To date, the Grand Bazaar and khans where jewelry production is carried out have been studied within the fields of urban planning, architectural history, art history and civil engineering, but no research studies have been done through documentation or archival work either by academics or sectoral NGOs from the perspectives of authenticity and the innovation context. To fill this void, we are carrying out qualitative field research to determine the extent to which craft-based jewelry tradition demands innovation skills. The research project has a term of two years, during which time data is being collected on *i) products, ii) spaces, and iii) table-equipment* utilizing qualitative research methods. The research officially commenced in May of 2013 and the anticipated date of completion is May of 2015.

The valorization of the parameters on products include the material qualitative features of a product such as surface finish and the precision of the shape to measure the excellence in workmanship, as well as complexity in workmanship. For the assessment of the human factors, a three-part semi-structured questionnaire was developed along with field visits and those contain a mixture of closed quantitative and open-ended qualitative questions. The questionnaire was designed to gather information about the history of the know-how of the master, his craftsmanship, the importance of the locality (the Grand Bazaar), the design and fabrication techniques used and research for novelty (both unintentional and intentional). The raw material itself being the capital of the business, the jewelers' community tends to be closed which demands extra work in ethnographic data mining. To overcome this issue, a snowball sampling technique was used. Data verification with reference to the methodology mentioned above was evaluated via a set of criteria set up for the project. Within the scope of our field research on craftsmanship at the Grand Bazaar, we established a series of measurable criteria for innovation in contemporary jewelry fabrication to evaluate the data retrieved.

Data collection was actively carried out between October of 2013 and September of 2014. 50 workshops were visited, and data was collected from 47 master jewelry makers in 49 workshops utilizing all of the data collecting methods; interviews, photographs and video recordings. In total, 14,255 (raw and compressed) images were captured to record the products, the production process, the space and the masters' portraits. The total time of the interviews came to 35 hrs 43 min, in parallel with 12 hrs 7 min. of video recordings of interviews and the production process.

### RESEARCH FOR DESIGN: DECIPHERING JEWELRY

The consumption value of jewelry varies according to the given culture and time, and concepts of fashion and trends parallel this variability. With reference to the diverse functions that a jewel complies, there is a massive ambiguity in understanding the real dynamics which embody value brought to the contemporary world. Questions such as; *is jewelry art, fashion or design? Which skills, disciplines and knowledge does it contain? One-of-a-kind or in series? Industry or handcrafts?* remain unanswered in both lexical and semantic terms <sup>[17]</sup>. Cappellieri <sup>[17]</sup> states that the conventional understanding of a piece of jewelry has been universally identified by the value of the material used to make it, its expensiveness seen as a declaration of its belonging to the realm of luxury, the highly skilled craftsmanship that went into making it, whether it was one-off item, or part of a limited series, a timeless aesthetic conceived to endure, up until mid-20th century. Yet, still today a jewelry item is intensely characterized by contents of tangible values based on product qualifications as to

afford intangible contents such as style and brand. Therefore the evaluation process of data obtained on the products includes qualitative features of a product such as surface finish and the precision of the shape to measure the excellence in workmanship, as well as complexity in workmanship reflected in the perception of value. To be able to evaluate the potentials of the traditional system we have established a series of measurable criteria for innovation. Among these, criteria such as; *i) being unique, one-of-a-kind, ii) having high product complexity in terms of technical skills and iii) high quality of workmanship* are the ones which focus directly on the product. Some examples determined to have high innovation potentials are shown in Figure 3-4-5.



Figure 3: Ring designed by Master Kader Yıldız, *metalsmith*.



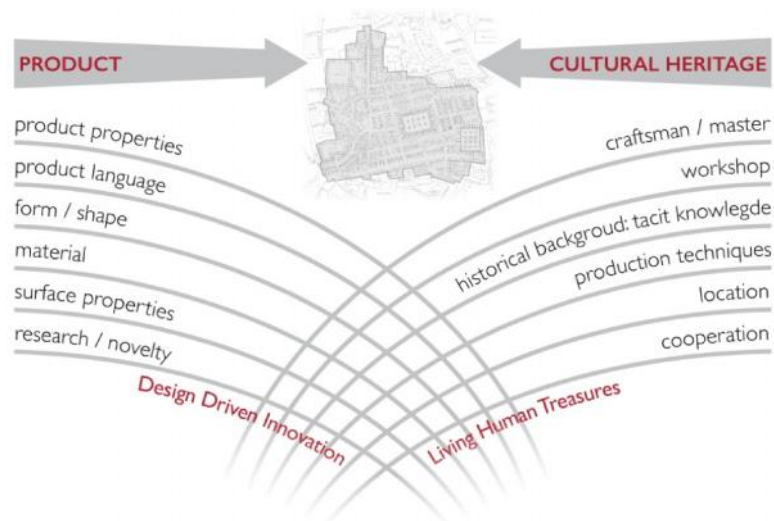
Figure 4: Earring designed by Master Agop Kuyumcu ulu, *stone setter*.



Figure 5: Bracelet designed by Master Kür at Bilmi, *metalsmith*.

#### INTERDISCIPLINARY STRUCTURE OF THE FIELD RESEARCH

Jewelry as a craft is among one of the richest intangible components of a society. The role of masters as educators is significant in keeping this tradition alive, as they are the carriers of traditional forms of production. One other objective of this project, which straddles up the interface between industrial design and cultural heritage, was to identify master jewelers who use traditional production techniques and nominate them for the UNESCO Intangible Cultural Heritage Inventory. Doing so makes it possible to document the characteristics of local production and provides the grounds for the registration of a technique/design as a geographic indication. In this way, the research project sought to document those remaining master jewelers who use traditional techniques so that they can be identified as nonrenewable human resource. Additionally, it is rewarding to map the qualitative capacity of traditional jewelry production versus innovation capacity, as the authors believe that innovation capacity is the only way to ensure the livelihood of traditional production in the Grand Bazaar and its vicinity in the face of serial production. The interdisciplinary structure of the research is synthesized in Figure 6.



interviews - photographs - videos - interviews - photographs - videos - interviews - photographs - videos



Figure 6: Graphic displaying the interdisciplinary structure of the qualitative research.

In the past decade, UNESCO has expanded the definition of cultural heritage and embraced the intangible heritage that is inclusive of traditional craft knowledge as stated in Article 2.2 of the Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage in 2003. In addition to public recognition, the system includes measures for the provision of, for example, special grants/subsidies to designated Living Human Treasures so that they can assume their responsibilities for the safeguarding of intangible cultural heritage. The criteria for being placed in the Living Human Treasures program have been defined with a state regulation. Based on the requirements, such a person or group of people should have the following qualities <sup>[18]</sup>: *i) Display excellence in the application of particular knowledge and skills, ii) display great dedication, iii) be able to further develop his/her knowledge and skills and, iv) be able to pass on his/her knowledge and skills to trainees.*

Among the 47 jewelers recorded, 23 meet the criteria of Living Human Treasures of UNESCO. Having set a series of measurable criteria for innovation we had the chance to reveal that the masters who have the potential to be identified as Living Human Treasures (LHT) also have potential in terms of innovation capacity.

## CONCLUSIONS

Jewelry industry is a crafts based industry. Even though the industry benefits technological novelties, crafts roots cannot be discarded. Further to that it should be appraised as an essential input of tangible values, mainly *design*. To date, the Grand Bazaar and khans where jewelry production is carried out have been studied within the fields of urban planning, architectural history, art history and civil engineering, but no research studies have been done through documentation or archival work either by academics or sectoral NGOs from the perspectives of authenticity and innovation context. Not having acquired any data on the contemporary qualifications of the traditional fabrication of the Grand Bazaar and khans the qualitative design research project helps to decipher the hidden tangible values of an intangible heritage of 500 years. Preliminary outcomes of the project carried demonstrated that knowledge transfer from master to apprentice is only occurring in 16 workshops out of 49. Interviews made with the remaining jewelry masters, it is anticipated that traditional jewelry production will cease in a decade. The traditional roots of this creative cluster carry the potential for the perpetuation of cultural heritage. At the center is the master jeweler, and identifying him as an intangible source of cultural heritage and merging traditional craft production with contemporary design concepts represent significant contributions to the field of product design.

The manufacturing layout of the Grand Bazaar demonstrates a creative cluster pattern. The traditional structure of production has shown a capacity for innovation which was verified with the data gathered in the field research. The interviews testify to the indispensable character of the Grand Bazaar and the historic peninsula as a production center and a well-established locale for innovative production that is bolstered by collaboration and its structure, which is based on flexible production. With reference to the Italian model as a success model for high quality in design, authenticity and innovation, we can assume that the similarities in the clustering structure should be re-evaluated as to give emphasis for maintaining the traditional production pattern. The outcomes of the design research is expected to be a significant strategic resource for differentiating masters through the power of design and less so in terms of price advantage. The data collected thus far is a testament to the ideal location of the Grand Bazaar and can serve as a differential for local design identity.

## REFERENCES

- [1] KÜÇÜKERMEN, Ö. & MORTAN, K. 2010. Çar ı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçar ı, stanbul, Türkiye Bankası Kültür Yayınları.
- [2] REPO LU, G. 2000. Bir mparatorlu un Görkemi: Osmanlı Mücevheri. P Dergisi, 100-111.
- [3] REPO LU, G. 2002. Osmanlı'da Mücevher Gelene i. Antikdekor Dergisi, 76-84.
- [4] SAVA ÇIN, M. Y. 1990a. Osmanlı Kuyumculu u I ; Selçuklu ve Bizans Uygurluklarından Etkilenmi Bir Sentez. Antikdekor Dergisi, 136-138.
- [5] SAVA ÇIN, M. Y. 1990b. Osmanlı Kuyumculu u II ; Kanuni Döneminde stanbul Önemli Bir Mücevher Merkeziydi. Antikdekor Dergisi, 136-138.

- [6] TÜRKO LU, S. 1988. Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi ve Kütüphanesindeki Mücevher Tasarımları. Antikdekor Dergisi, 72-76.
- [7] ÜLGEN, A. 1999. Osmanlı: Kültür ve Sanat. Osmanlı Kuyumculuğu. Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.
- [8] ARMATLI KÖRO LU, B., ECERAL ÖZELÇİ, T., VAROL, Ç. & SÖNMEZ ÖZDEMİR, N. 2009. Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul'da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü Ve Dayanım Alanları. TÜBİTAK.
- [9] COŞKUN ORLANDI, A. E. 2009. 21.YY.da Türkiye Mücevher Endüstrisinde Katma-Değer Dinamiği Olarak Endüstri Tasarımı ve Küresel Rekabet: 'Made in Italy' Örneği Üzerinden Bir Model Önerisi. Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- [10] ANONYMOUS 2003. İstanbul Altın Borsası ve Kıymetli Maden Sektörü, İstanbul, İstanbul Altın Borsası Yayınları.
- [11] WGC 1998. Gold Trends 97-98 Türkiye. In: BIAGI, B. (ed.).
- [12] JTR. Jewellery Exporters' Association. Available: <http://www.jtr.org.tr> [Accessed 01.11.2011].
- [13] TİM 2013. 1000 Firma: 2013 Türkiye'nin En Büyük İlk 1000 İhracatçı Firması. In: AÇAN, H. (ed.) 1000 Firma. İstanbul.
- [14] ARMATLI KÖRO LU, B., ECERAL ÖZELÇİ, T. & ÜRÜMLER, A. 2009. The Story of a Jewelry Cluster in Istanbul Metropolitan Area: Grand Bazaar (Kapalıçarşı). Gazi University Journal of Science, 22, 383-394.
- [15] GÜLERSOY, Ç. 1994. Kapalıçarşı. In: AKBAYAR, N., İLİN, E., SAKAO LU, N., BAYDAR, O., TANMAN, B., KOZ, S. M., BATUR, A. & YUSUFO LU, Y. (eds.) Düünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi. 1 ed. İstanbul: Kültür Bakanlığı / Tarih Vakfı.
- [16] ÇELEBİ, E. 2011. Evliya Çelebi Seyahatnâmesi, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- [17] CAPPELLIERI, A. 2010. Il Gioiello Oggi Arte, Moda, Design, Mondadori Electa.
- [18] ARGEM. Yaşayan İnsan Hazinesi Ulusal Envanteri [Online]. Available: <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,12929/yasayan-insan-hazinesi-ulusal-envanteri.html> [Accessed 18 Mar 2014].

## ACKNOWLEDGEMENTS

The writers would like to thank to project assistants Burak AKBIYIK and Melda YANMAZ for their support and dedication.

---

<sup>i</sup> Name given to the craftsmen association during the Ottoman period.

<sup>ii</sup> Translates as *metalsmith* in English.

**EK13. PROJE SÜRECİNDE SUNUM İÇİN KABUL ALAN MAKALE ÖZETİ 1\_  
ULUSLARARASI**

# THE VALUE OF DESIGN RESEARCH

11TH EUROPEAN ACADEMY OF  
DESIGN CONFERENCE

APRIL 22-24 2015

PARIS DESCARTES UNIVERSITY  
INSTITUTE OF PSYCHOLOGY

BOULOGNE BILLANCOURT  
FRANCE

CONFERENCE ORGANIZERS:

PARIS DESCARTES UNIVERSITY  
PARIS SORBONNE UNIVERSITY  
PARIS COLLEGE OF ART  
ISTEC PARIS

## VALUE CREATION IN JEWELLERY FABRICATION TODAY: EXPLORING THE INTERRELATIONS OF CRAFTS AND INNOVATION THROUGH THE CASE OF THE GRAND BAZAAR OF ISTANBUL

**Ayşe Coşkun Orlandi**

Kadir Has University, İstanbul, Turkey

[acoskunorlandi@khas.edu.tr](mailto:acoskunorlandi@khas.edu.tr)

**Yonca Kösebay Erkan**

Kadir Has University, İstanbul, Turkey

[yonca.erkan@khas.edu.tr](mailto:yonca.erkan@khas.edu.tr)

### ABSTRACT

*The Turkish jewelry sector has developed globally within the past two decades and has gained power as a global supplier, ranking second after Italy. The majority of jewelry production takes place in İstanbul within the district of the Grand Bazaar and in the clusters of workshops around the complex known as khans. The Grand Bazaar and the khans around it operate on a network-based model of clustering that has endured since the fifteenth century. Based on micro-scale firms, the Grand Bazaar reflects a unique contemporary center of jewelry production which relies on a structure that can be characterized as a creative cluster. Jewelry production revolves around high quality craftsmanship and the transmission of knowledge in this system is based on the passing down of tacit knowledge gained through experience. This cross-disciplinary research project approaches the Grand Bazaar from the perspective of the preservation of traditions and the cultural heritage of craftsmanship, and offers an evaluation of products in terms of their creativity and innovation potential for the discipline of industrial design. As such, the aim is to reveal the potential of innovation within traditional models and techniques for the jewelry sector as part of the luxury consumption phenomenon. This article also offers projections as regards the following issues: How will this 500 year-old traditional creative cluster model endure the technological shifts in fabrication? And, how can this tacit knowledge nurture research for new modes in contemporary design? The paper aims to introduce the process, methods and findings of this qualitative research project that was funded by the Scientific and Technological Research Council of Turkey, and open up discussions on the possible contributions of related discourses.*

*Keywords: jewelry design, innovation, intangible heritage, crafts, Grand Bazaar of İstanbul*

**EK14. PROJE SÜRECİNDE SUNUM İÇİN KABUL ALAN MAKALE ÖZETİ 2\_  
ULUSLARARASI**





### Tracking down Jewelry craftsmanship of Istanbul in Historical Sources

*Assist.Prof.Ayşe Coşkun Orlandi, Assoc.Prof.Dr. Yonca Erkan, Kadir Has University*

Istanbul is one of the leading centers of jewelry production in the world. In history, the capital of three Empires, Istanbul has been a prominent center of excellence in jewelry making. The traditional production techniques still survive, albeit modern technology is overwhelming. In a current research the authors have identified traditional techniques that are still in use in Covered Bazaar and surrounding khans in Istanbul. However the question is to determine how old these existing production techniques are and what others were utilized throughout the history.

Jewelry making is a practice handed down from a master to apprentice. We know from historical sources that Sultan Suleyman II was a prominent jeweler and his master was a Greek craftsman. As in other craftsmanship, jewelry making is a collaborative work where a piece of jewelry is completed with the efforts of expertise embodied in other specialized craftsmen (**hakkâk, sadekâr, lü'lüciyân, mihlayıcı, kalemkâr, etc**). This study seeks to identify production techniques utilized in the Ottoman Empire and whether they are still in use. In terms of historical sources among others, Evliya Celebi of the 17<sup>th</sup> century provides an extensive account of jewelers. It is noteworthy to mention that Evliya was quite familiar with this craftsmanship due to his father being a court jeweler.

When we come to the 19<sup>th</sup> century, Annuaire Oriental, provide lists of professionals and their addresses in Istanbul. This valuable document not only provides us the specialized crafts, masters and their locations in the city, but also an overall survey of jewelers (including their population, ethnic divisions based on certain crafts, the buildings they are located etc). This information is particularly important to create a map of production network within the city and enables a comparative study with the current situation.

As inheritors of a cultural practice, traditional jewelry masters are considered as "Living Human Treasures" by UNESCO terminology. Through this paper we will be able to track down the ancestors of each specialized technique/craftsmanship essential to jewelry making and re-evaluate their current role in the jewelry sector. Our aim is to able to demonstrate the transformation of traditional jewelry making and its challenges competing with contemporary technological development. We will especially scrutinize the role of the traditional techniques and mastery as a source for innovative design in a global competition.

**EK15. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN KORUNMASI SÖZLEŞMESİ**

## Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi

Paris, 17 Ekim 2003

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Aşağıda kısaca UNESCO olarak anılacak olan, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatının Paris'te Yirmi dokuz Eylül-On yedi Ekim İki bin üç tarihleri arasında toplanan 32.Genel Konferansı, İnsan hakları alanında mevcut uluslararası belgelere, özellikle 1948 İnsan Hakları Evrensel Bildirgesine, 1966 Ekonomik, Sosyal, Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesine, 1966 Medeni ve Siyasal Haklar Uluslararası Sözleşmesine atıfta bulunarak, 1989 UNESCO Geleneksel Kültür ve Folklorun Korunması Tavsiye Kararında, 2001 UNESCO Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesinde ve Kültür Bakanları Üçüncü Yuvarlak Masa Toplantısında kabul olunan 2002 İstanbul Bildirgesinde vurgulandığı gibi, somut olmayan kültürel mirasın, kültürel çeşitliliğin potası ve sürdürülebilir kalkınmanın güvencesi olarak önemini göz önünde tutarak, Somut olmayan kültürel miras ile somut kültürel ve doğal miras arasındaki köklü karşılıklı bağılılığı göz önünde bulundurarak, Küreselleşme ve sosyal değişim süreçlerinin, topluluklar arasında diyalogu yenileme koşullarını oluşturmakla birlikte, hoşgörüsüzlük olgusunun yaptığı gibi, özellikle korumaya yönelik kaynakların yetersizliğinden dolayı, somut olmayan kültürel mirasla ilgili bozulma, yok olma veya yıkılma gibi ciddi tehditleri arttırdığını kabul ederek, İnsanlığın somut olmayan kültürel mirasının korunması konusunda evrensel istenç ile bir ortak kaygının varlığını arkında olarak, Toplulukların, özellikle yerli toplulukların, grupların ve bazı durumlarda bireylerin somut olmayan kültürel mirasın üretimi, korunması, bakımı ve yeniden yaratılması konusunda önemli rol oynadıklarını, böylece kültürel çeşitliliği ve insan yaratıcılığını zenginleştirdiklerini kabul ederek, UNESCO'nun, başta 1972 tarihli Dünya Kültürel ve Doğal Mirası Koruma Sözleşmesi olmak üzere kültürel mirasın korunması konusunda norm oluşturucu belgeler hazırlama yolundaki çalışmalarının geniş etkileri bulunduğunu not ederek, Somut olmayan kültürel mirasın korunması konusunda henüz, bağlayıcılığı olan hiçbir çok taraflı metin bulunmadığını ayrıca not ederek, Kültür ve doğa mirasıyla ilgili mevcut uluslararası anlaşmaların, tavsiyelerin ve kararların, somut olmayan kültürel mirasa ilişkin yeni hükümlerle etkili bir şekilde zenginleştirilmesi ve tamamlanması gerektiğini düşünerek, Somut olmayan kültürel mirasın önemi ve korunması konusunda, özellikle yeni kuşakların daha fazla bilinçlendirilmesi gerektiğini göz önünde bulundurarak, Uluslararası topluluğun, Sözleşmeye Taraf Devletlerle birlikte işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma ruhu içinde bu mirasın korunmasına katkıda bulunması gerektiğini göz önünde bulundurarak, UNESCO'nun somut olmayan kültürel mirasla ilgili programlarını, özellikle

İnsanlığın Sözlü ve Somut Olmayan Mirasının Başyapıtları Bildirgesini hatırlayarak, Somut olmayan kültürel mirasın, insanları birbirlerine yakınlaştıracı ve onlar arasında değiş tokuşu ve anlayışı sağlayıcı, paha biçilmez rolünü göz önünde bulundurarak, 2003 Ekim'inin on yedinci gününde işbu Sözleşmeyi kabul etmiştir.

## **I. Genel Hükümler**

### **Madde 1: Sözleşmenin Amaçları**

İşbu Sözleşmenin amaçları şunlardır:

- a) somut olmayan kültürel mirası korumak;
- b) ilgili toplulukların, grupların ve bireylerin somut olmayan kültürel mirasına saygı göstermek;
- c) somut olmayan kültürel mirasın önemi konusunda yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyarlılığı arttırmak ve karşılıklı değerbilirliği sağlamak;
- d) uluslararası işbirliği ve yardımlaşmayı sağlamak.

### **Madde 2: Tanımlar**

Bu Sözleşmenin amaçları bağlamında,

1. "Somut olmayan kültürel miras" toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar- anlamına gelir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. İşbu Sözleşme bağlamında, sadece, uluslararası insan hakları belgeleri esaslarına uyan ve toplulukların, grupların ve bireylerin karşılıklı saygı gereklerine ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerine uygun olan somut olmayan kültürel miras göz önünde tutulacaktır.

2. Yukarıda 1. fıkrada tanımlanan "somut olmayan kültürel miras", özellikle aşağıdaki Alanlarda belirir:

- a) Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar;
- b) Gösteri sanatları;
- c) Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şöenler;
- d) Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar;
- e) El sanatları geleneği.

3. “Koruma” terimi, somut olmayan kültürel mirasın yaşayabilirliğini güvence altına alma anlamına gelir; buna kimlik saptaması, belgeleme, araştırma, muhafaza, koruma, geliştirme, güçlendirme ve özellikle okul içi ya da okul dışı eğitim aracılığıyla kuşaktan kuşağa aktarma olduğu kadar, bu kültürel mirasın değişik yanlarının canlandırılması dahildir.

4. “Taraf Devletler” Sözleşmeyle bağlı olan ve Sözleşmenin yürürlükte bulunduğu Devletlerdir.

5. Sözleşme 33. maddede gönderme yapılan ve işbu Sözleşmeye o maddede belirtilen koşullara uygun biçimde Taraf olan topraklara aynen uygulanır. Bu bağlamda “Taraf Devletler ” terimi mezkur topraklara da atıfta bulunmaktadır.

### **Madde 3:Başka Uluslar Arası Belgelerle İlişki**

Bu Sözleşmenin hiçbir hükmü,

a) 1972 Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına ilişkin Sözleşme gereğince dünya mirasına dahil oldukları ilan olunan ve somut olmayan bir kültürel miras biriminin doğrudan bağlı bulunduğu malların statüsünü değiştirecek veya koruma düzeyini azaltacak biçimde ; ya da

b) Taraf Devletlerin telif haklarına veya ekolojik ve biyolojik kaynaklarının kullanımına ilişkin uluslararası belgelerden doğan haklarını ve yükümlülüklerini etkileyecek şekilde yorumlanamaz.

## **II. Sözleşmenin Organları**

### **Madde 4: Taraf Devletler Genel Kurulu**

1.İşbu Sözleşme ile bir Taraf Devletler Genel Kurulu oluşturulmuştur; buna aşağıda “Genel Kurul”denilecektir. Genel Kurul, işbu Sözleşmenin egemen organıdır.

2.Genel Kurul, iki yılda bir olağan olarak toplanır. Genel Kurulun karar alması veya Hükümetler arası Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Komitesinin veya Taraf Devletlerin üçte birinin çağrısı üzerine olağanüstü toplantı yapılabilir.

3. Genel Kurul, kendi İç Tüzüğünü kabul eder.

### **Madde 5: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Hükümetlerarası Komitesi**

1.UNESCO nezdinde bir somut olmayan kültürel mirasın korunması hükümetler arası Komitesi kurulmuştur; buna aşağıda “Komite” denilecektir . Komite, bu Sözleşme 34. madde uyarınca yürürlüğe girdikten sonra, Taraf Devletler Genel Kurulunca seçilecek 18 Taraf Devletin temsilcilerinden kurulu olacaktır

2.Sözleşmeye Taraf Devlet sayısı 50 olunca Komite üye sayısı 24’e yükseltilecektir.

### **Madde 6: Komite Üyelerinin Seçimi ve Görev Süreleri**

1.Komite üyesi Devletlerin seçimi hakça coğrafi dağılım ve dönüşüm ilkelerine göre yapılır.

2.Komiteye üye Devletler, 4 yıllık bir görev süresi için, Genel Kurul olarak toplanacak Sözleşmeye Taraf Devletler tarafından seçilir.

3.Bununla birlikte, birinci seçim döneminde seçilen Komite üyesi Devletlerin yarısının görev süresi iki yıl ile sınırlıdır. Bu Devletler birinci seçimde kurayla belirlenir.

4. Komiteye üye Devletlerin yarısı, her iki yılda bir Genel Kurul tarafından yenilenir.

5.Genel Kurul, boş üyelikleri doldurmak için gerekli sayıda Devleti üyeliğe seçer.

6.Komite üyesi bir Devlet, art arda iki görev süresi için seçilemez.

7. Komitesi üyesi Devletler, kendilerini temsil etmek için, somut olmayan kültürel mirasın çeşitli alanlarında nitelikli kişileri seçerler.

### **Madde 7: Komitenin Görevleri**

İşbu Sözleşme tarafından verilmiş başka yetkilere zarar vermemek koşuluyla Komitenin görevleri şunlardır:

a) Sözleşmenin amaçlarını desteklemek, bu amaçların uygulamaya geçirilmesini özendirmek ve izlemek;

b) İyi örnek uygulamalar konusunda rehberlik etmek ve somut olmayan kültürel mirasın korunması önlemleri konusunda tavsiyelerde bulunmak;

c) 25. Maddeye uygun olarak Fon kaynaklarının kullanımı konusunda bir taslak hazırlamak ve Genel Kurulun onayına sunmak;

d) 25. Maddeye uygun olarak kaynaklarını artırma yollarını aramak ve bu amaçla gerekli önlemleri almak;

e) Sözleşmenin hayata geçirilmesi için uygulama yönergeleri hazırlamak ve bunları Genel Kurul'un onayına sunmak;

f) 29. Maddeye uygun olarak Taraf Devletler tarafından sunulan raporları incelemek ve Genel Kurul için bunları özetlemek;

g) Taraf Devletlerin sunduğu talepleri incelemek ve Komite tarafından saptanarak Genel Kurul tarafından onaylanacak ölçütlere göre:

i) 16, 17 ve 18. maddelerde kayıtlı listeye yazım ve teklifler hakkında karar vermek; ii) 22. madde uyarınca uluslararası yardım tahsisi konusunda karar vermek.

### **Madde 8: Komitenin Çalışma Yöntemleri**

1. Komite, Genel Kurula karşı sorumludur. Bütün uygulamaları ve kararları hakkında Genel Kurula rapor verir.

2. Komite, kendi iç tüzüğünü üyelerinin üçte iki çoğunluğu ile belirler.

3. Komite, görevlerini yerine getirmek için geçici süre ile uygun gördüğü göreve özel danışma organlarını kurabilir.

4. Komite, belirli konularda danışmak amacıyla, toplantılarına somut olmayan kültürel mirasın çeşitli alanlarında yetkili olan herhangi bir özel ya da resmi kuruluşu veya özel kişiyi davet edebilir.

#### **Madde 9: Danışsal Örgütlerin Akreditasyonu**

1. Komite, somut olmayan kültürel miras alanında yetkileri kabul edilmiş olan hükümet dışı kuruluşların Komiteye akredite edilmesini Genel Kurul'a önerir. Bu örgütlerin danışsal görevleri bulunacaktır.

2. Komite, aynı zamanda bu akreditasyona ilişkin ölçüt ve usulleri de Genel Kurul'a önerir.

#### **Madde 10: Sekreteryaya**

1. UNESCO Sekreteryası Komiteye destek sağlayacaktır.

2. Sekreteryaya, Komite ve Genel Kurul'un belgelerini ve Komite toplantılarının gündem taslağını hazırlar, alınan kararların yürürlüğe koyulmasını sağlar.

### **III. Ulusal Düzeyde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması**

#### **Madde 11: Taraf Devletlerin Rolü**

Her Taraf Devlet,

a. Kendi toprağı üzerinde bulunan somut olmayan kültürel mirasın korunmasını güvence altına almak için gerekli önlemleri alacaktır;

b. 2. maddenin 3. fıkrasında belirtilen koruma önlemleri arasından, kendi toprağı üzerinde bulunan somut olmayan kültürel mirasın çeşitli öğelerini grupların, toplulukların ve ilgili Hükümet dışı kuruluşların katılımıyla, belirleyecek ve tanımlayacaktır.

#### **Madde 12: Envanterler**

1. Her Taraf Devlet, korumak için tesbit amacıyla kendi toprağı üzerindeki somut olmayan kültürel mirasın bir veya daha fazla envanterini, kendi durumuna uygun olacak biçimde hazırlar. Bu envanterler düzenli olarak güncelleştirilir.

2. Her Taraf Devlet 29. Madde gereğince devresel raporunu Komite'ye sunduğunda, bu envanterlerle ilgili bilgileri de verir.

#### **Madde 13: Diğer Koruma Önlemler**

Her Taraf Devlet kendi toprağı üzerindeki somut olmayan kültürel mirasın korunmasını, gelişmesini ve değer kazanmasını güvence altına almak amacıyla aşağıdaki hususları gerçekleştirmeğe gayret eder :

a) Toplum içinde somut olmayan kültürel mirasın işlevinin değer kazanması yönünde bir genel politika benimsemek ve planlama programlarına bu mirasın korunmasını dahil etmek;

b) kendi toprağı üzerindeki somut olmayan kültürel mirasın korunması konusunda bir veya daha fazla yetkili kurum belirlemek ya da kurmak;

c) özellikle tehlike altındaki somut olmayan kültürel miras konusunda, somut olmayan kültürel mirasın etkili bir şekilde korunması için bilimsel, teknik ve sanatsal incelemeleri ve araştırmaya ilişkin yöntembilimini özendirmek;

d) Aşağıdaki hususları amaçlayan uygun yasal, teknik, idari ve mali önlemler almak:

(i) Somut olmayan mirasın eğitimi ve idaresi ile ilgili kurumların oluşturulmasını özendirmek ve bu mirasın sunum ve anlatımına ayrılmış yerlerde geleceğe iletilmesini sağlamak;

(ii) bu mirasa ulaşılmasını düzenleyen, mirasın kendine özgü geleneksel uygulamalarına saygı göstererek, somut olmayan kültürel mirasa ulaşılmasını güvence altına almak;

(iii) somut olmayan kültürel miras konusunda dokümantasyon merkezleri kurmak ve buralara ulaşılmasını kolaylaştırmak.

#### **Madde 14: Eğitim, Duyarlılığın ve Kapasitenin Güçlendirilmesi**

Her Taraf Devlet, uygun tedbirlerle şu hususları gerçekleştirmeye gayret eder:

a) somut olmayan kültürel mirasın tanınmasını, buna saygı duyulmasını ve geliştirilmesini özellikle aşağıda belirtilen önlemlerle sağlamak:

(i) toplumun genelini ve özellikle gençleri hedefleyen eğitici, duyarlılığı arttırıcı ve bilgilendirici programlar düzenlemek;

(ii) ilgili topluluklar ve gruplar içinde belirli eğitim ve yetiştirme programları düzenlemek;

(iii) somut olmayan kültürel mirasın korunması için özellikle yönetim ve bilimsel araştırma gibi alanlarda kapasite güçlendirici etkinlikler düzenlemek;

(iv) bilginin kuşaktan kuşağa geçişini okul dışı olanaklarla sağlamak;

b) kamuoyunu bu mirasa yönelik tehditler ve işbu Sözleşme gereğince yapılan etkinlikler konusunda bilgilendirmek;

c) somut olmayan kültürel mirasın anlatımı için gerekli olan doğal alanların ve belleğe ilişkin mekanların korunması için eğitim verilmesini teşvik etmek.

#### **Madde 15: Topluluk, Grup ve Kişilerin Katılımı**

Her Taraf Devlet, somut olmayan kültürel mirasın korunması etkinlikleri çerçevesine, toplulukların, grupların ve gerekli durumlarda bu mirası yaratan, sürdüren ve nakleden bireylerin, mümkün olan en geniş biçimde katılımlarını sağlamaya ve bunların yönetime etkin olarak iştiraklerini gerçekleştirmeye gayret eder.

#### **IV. Uluslararası Düzeyde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Madde 16: İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi**



1. Komite, somut olmayan kültürel mirası daha gözle görülür kılmak, önemi konusunda bilinçlenmeyi sağlamak ve kültürel çeşitliliğe saygı içinde diyalogu desteklemek için, ilgili Taraf Devletlerin teklifi üzerine, insanlığın somut olmayan kültürel mirasının temsili bir listesini hazırlar, güncelleştirir ve yayımlar.

2. Komite, bu listenin oluşturulması, güncelleştirilmesi ve yayımı ile ilgili ölçütleri hazırlar ve Genel Kurulun onayına sunar.

**Madde 17: Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi** 1.Komite, uygun koruma önlemlerini almak amacıyla, bir Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi hazırlar, güncelleştirir ve yayımlar ve ilgili Taraf Devletin talebi üzerine bu mirası isteye kaydeder.

2.Komite, bu listenin oluşturulması, güncelleştirilmesi ve yayımı ile ilgili ölçütlerini hazırlar ve Genel Kurula sunar.

3.Çok acil durumlara ilişkin nesnel ölçütlerin Komite'nin talebi üzerine Genel Kurul tarafından onaylanması koşuluyla, Komite, ilgili Taraf Devlete danışmak suretiyle bir miras kalemini, 1. fıkrada belirtilen listeye kaydedebilir.

**Madde 18: Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Programları, Projeleri ve Etkinlikleri**

1. Komite, gelişmekte olan ülkelerin özel ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, Taraf Devletlerce sunulan öneriler temelinde, Komite tarafından tanımlanıp Genel Kurul tarafından onaylanan ölçütlere uygun biçimde, periyodik olarak, mirasın korunmasına yönelik ulusal, bölgesel veya yerel karakterli, Sözleşmenin hedef ve ilkelerini en iyi şekilde yansıtan program, proje ve etkinlikleri seçer ve destekler.

2. Komite, bu amaçla, Taraf Devletlerin önerilerin hazırlanması için uluslararası yardım taleplerini alır, inceler ve onaylar.

3. Komite, kendisi tarafından saptanacak yöntemlerle iyi örnek uygulamalarına ilişkin bilgileri yaymak suretiyle anılan projelerin, programların ve etkinliklerin hayata geçirilmesine eşlik eder.

## **V. Uluslar Arası İşbirliği ve Yardım**

### **Madde 19- İşbirliği**

1.İşbu Sözleşme bağlamında, uluslararası işbirliği; diğerleri yanında bilgi ve tecrübe değiş tokuşunu, ortak girişimleri, ve somut olmayan kültürel mirası koruma çabalarında Taraf Devletlere yardımcı olacak bir yardım mekanizmasını kurmayı içerir.

2.Taraf Devletler, kendi ulusal mevzuatlarına, örf ve adet hukukuna ve uygulamalarına halel gelmeden, somut olmayan kültürel mirasın korunmasının insanlığın genel çıkarı olduğunu kabul ederler ve bu amaçla birbirleriyle ikili, alt bölgesel, bölgesel ve uluslararası çerçevede işbirliği yapmayı üstlenirler.

**Madde 20- Uluslar Arası Yardımın Amaçları** Uluslararası yardım şu amaçlarla sağlanabilir:

- (a) Acil koruma gerektiren somut olmayan kültürel miras Listesine kayıtlı mirasın korunması;
- (b) 11 ve 12. Maddeler bağlamında envanterler hazırlanması;
- (c) Somut olmayan kültürel mirasın korunması amacına yönelik, yöresel, bölgesel ve ulusal düzeyde sürdürülen programların, projelerin ve etkinliklerin desteklenmesi;
- (d) Komitenin gerekli görebileceği herhangi bir başka amaç.

**Madde 21-Uluslar Arası Yardımın Biçimleri**

Komite tarafından Taraf Devlete verilen yardım, 7. Maddede öngörülen uygulama yönergelerine ve 24. Maddede sözü edilen anlaşmaya göre yapılır ve şu biçimlerde olabilir:

- (a) korumanın çeşitli yönlerine ilişkin incelemeler;
- (b) uzman ve uygulayıcı sağlanması;
- (c) gerekli tüm personelin eğitimi;
- (d) norm oluşturucu metinlerin ya da başka önlemlerin düzenlenmesi;
- (e) altyapı oluşturulması ve işletilmesi;
- (f) donatım ve beceri sağlanması;
- (g) gerektiğinde, düşük faizli borç ve bağış dahil olmak üzere başka mali ve teknik yardım biçimleri.

**Madde 22- Uluslar Arası Yardımın Koşulları**

1.Komite uluslararası yardım taleplerini inceleme usulünü tespit edecek ve taleplerin, alınması öngörülen önlemler, gereken müdahaleler ve bunların maliyetinin hesaplanması gibi hangi unsurları içermesi gerektiğini belirleyecektir.

2.Acil durumlarda, yardım talepleri Komite tarafından öncelikli olarak incelenecektir.

3. Komite karar verebilmek için gerekli gördüğü inceleme ve danışmaları yapar.

**Madde 23- Uluslar Arası Yardım Talepleri**

1.Her Taraf Devlet topraklarındaki somut olmayan kültürel mirasın korunması için Komiteden uluslar arası yardım talebinde bulunabilir.

2.İki ya da daha fazla Taraf Devlet böyle bir talebi ortaklaşa sunabilir.

3.Talepler 22. Maddenin 1. fıkrasında yazılı bilgileri ve gerekli belgeleri içerir.

**Madde 24- Yardımdan Yararlanan Taraf Devletlerin Rolü**

1. Sözleşmenin hükümleri gereğince, tahsis olunan uluslararası yardım, yardımdan yararlanan Taraf Devlet ile Komite arasında yapılacak bir anlaşmaya göre yürütülür.
2. Genel kural olarak, yardımdan yararlanan Taraf Devlet, kendi kaynaklarının müsaadesi nispetinde, uluslar arası yardım sağlanan koruma önlemlerinin maliyetini paylaşır.
3. Yardımdan yararlanan Taraf Devlet, somut olmayan kültürel mirasın korunması için sağlanan yardımın kullanımını hakkında Komiteye bir rapor sunar.

## **VI. Somut Olmayan Kültürel Miras Fonu**

### **Madde 25- Fonun Niteliği ve Kaynakları**

1. Aşağıda “Fon” olarak adlandırılacak olan bir “Somut Olmayan Kültürel Mirası Koruma Fonu” oluşturulmuştur.
2. “Fon” UNESCO’nun Finans Yönetmeliğine uygun biçimde emanet fonlarından oluşur
3. Fon’un kaynakları şunları içerir:
  - (a) Taraf Devletler tarafından yapılan katkılar;
  - (b) UNESCO Genel Konferansı tarafından bu amaçla tahsis edilen fonlar;
  - (c) aşağıda belirtilenler tarafından yapılabilecek bağışlar, hediyeler, vasiyetler:
    - (i) diğer devletler;
    - (ii) Birleşmiş Milletler sisteminin örgütleri ve programları, özellikle Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve diğer uluslararası örgütler;
    - (iii) Özel ya da kamu kurumları ya da bireyler.
  - (d) Fon kaynaklarına ödenen faizler;
  - (e) Fon için toplanan paralar ve Fon yararına düzenlenen etkinliklerden sağlanan girdiler;
  - (f) Komite tarafından hazırlanacak Fon yönetmeliklerinin müsaade ettiği diğer kaynaklar.
4. Komite bu kaynakları Genel Kurul tarafından belirlenmiş rehber esaslarına uygun olarak harcar.
5. Komite, genel amaçlar için veya kendisi tarafından onaylanmış proje olması koşuluyla belli projelere ilişkin özel amaçlı katkıları veya başka yardımları kabul edebilir.
6. Fon’a yapılan katkılar, işbu Sözleşmenin amaçlarıyla uyuşmayan hiçbir politik, ekonomik veya başka koşulla ilişkilendirilemez.

### **Madde 26- Taraf Devletlerin Fona Katkıları**

1. Sözleşmeye Taraf Devletler, herhangi bir ek gönüllü katkıyı olumsuz yönde etkilememek koşuluyla, Fon’a en az her iki yılda bir ödeme yapmayı üstlenirler. Katkı, tüm Devletlere uygulanabilir eşit oran biçiminde Genel Kurul tarafından belirlenecektir. Genel Kurul’un bu kararı bu maddenin 2. paragrafında sözü edilen beyanı yapmamış olan, toplantıya katılan ve oy

veren Taraf Devletlerin çoğunluğu tarafından alınır. Taraf Devletlerin katkı payı hiçbir şekilde UNESCO'nun normal bütçesine yaptığı katkının %1'ni aşamaz.

2. Bununla birlikte, Sözleşmenin 32. ya da 33. Maddesinde belirtilen her Devlet, onay, kabul, uygun görme ya da katılma belgelerinin tevdi sırasında işbu Maddenin 1. fıkrasının kendisini bağlamayacağını beyan edebilir.

3. Bu Maddenin 2. fıkrasında sözü edilen beyanı yapmış olan Taraf Devlet, anılan beyanı UNESCO Genel Müdürüne yapacağı bir bildirimle geri çekmeye gayret edecektir. Bununla birlikte, beyanın geri çekilmesi, Devletin ödeyeceği katkı payını, Genel Kurulun bir sonraki oturumunun açıldığı tarihe kadar etkilemez.

4. Komitenin çalışmalarını etkili bir biçimde planlayabilmesi için, işbu Maddenin 2. fıkrasında kayıtlı bildirimde bulunmuş olan işbu Sözleşmeye Taraf Devletlerin katkıları en az iki yılda bir düzenli bir biçimde ödenmeli ve bu Maddenin 1. fıkrası ile bağlı bulunmuş olsalar da, ödemeleri gerekecek katkıya mümkün olduğu ölçüde yakın olmalıdır.

5. O yılın ve hemen bir önceki takvim yılının zorunlu ya da gönüllü katkısını vaktinde ödemiş olan Sözleşmeye Taraf her Devlet, Komite üyesi seçilemez; bu koşul birinci seçimde uygulanmaz. O sırada Komite üyesi olan böyle bir Devletin görev süresi Sözleşmenin 6. Maddesinde kayıtlı seçimlerle sona erer.

#### **Madde 27-Fona Ek Gönüllü Katkılar**

26. Maddede öngörülenlere ek olarak Fona gönüllü katkı yapmak isteyen Taraf Devletler, Komitenin çalışmalarını buna göre planlayabilmesi için, en kısa zamanda bu konuda Komiteye bilgi verirler.

#### **Madde 28- Uluslar Arası Bağış Toplama Kampanyaları**

Taraf Devletler UNESCO'nun himayesinde Fon yararına düzenlenen uluslar arası bağış toplama kampanyalarına mümkün olduğu ölçüde destek olmalıdırlar.

### **VII. Raporlar**

#### **Madde 29: Taraf Devletin Raporları**

Taraf Devletler Komite tarafından belirlenen biçimlerde ve zaman dilimlerinde Sözleşmenin etkin bir şekilde uygulanması için gereken yasa, tüzük ve yönetmelik düzenlemelerini içeren raporlarını Komiteye sunarlar.

#### **Madde 30: Komite'nin Raporları**

1. Komite, Taraf Devletlerin 29. maddede sözü edilen etkinliklerini ve raporlarını esas alan bir raporu her oturumunda Genel Kurula sunar.

2. Bu rapor UNESCO Genel Konferansı'nın bilgisine sunulur.

## **VIII. Geçici Hükümler**

**Madde 31:** İnsanlığın Somut Olmayan ve Sözlü Kültürel Mirasının Başyapıtları İlanı ile İlişki

1. Komite, işbu Sözleşme yürürlüğe girmeden ilan edilmiş olan “İnsanlığın Somut Olmayan ve Sözel Kültürel Mirasının Başyapıtları”nı İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne dahil eder.

2. Bu kalemlerin İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Temsili Listesi’ne dahil edilmesi, 16. Maddenin ikinci fıkrası uyarınca karar verilmiş olan, daha sonraki yazılımların ölçütlerini hiçbir şekilde etkilemez.

3. İşbu Sözleşme yürürlüğe girdikten sonra hiçbir İlan yapılamaz.

## **XI. Son Hükümler**

**Madde 32- Onay, Kabul ya da Uygun Görme**

1. Bu Sözleşme, UNESCO’ya Üye Devletlerin kendi anayasal usulleri doğrultusunda onaylanır kabul edilir ya da uygun görülür,

2. Onay, kabul ya da uygun görme belgeleri UNESCO Genel Müdürü nezdine tevdi olunur.

**Madde 33: Katılma**

1. Bu Sözleşme, UNESCO üyesi olmayan, UNESCO Genel Konferansı tarafından katılmaya davet edilmiş olan devletlerin katılımına açıktır.

2. Bu Sözleşme, Birleşmiş Milletler tarafından içişlerinde kendilerini tam olarak yönetebilecekleri tanınmış, ancak Genel Kurul’un 1514 (XV) kararı uyarınca tam bağımsızlığını kazanmamış, işbu Sözleşmenin belirlediği konularda antlaşma yapma dahil, bu konularda yetkisi tanınmış toprakların katılmasına da açıktır.

3. Katılma belgeleri UNESCO Genel Müdürü nezdine tevdi edilir.

**Madde 34: Yürürlük**

Bu Sözleşme, sadece onay, kabul, uygun görme ya da katılım belgelerini o tarihte ya da o tarihten önce tevdi etmiş Devletler bakımından, otuzuncu onay, kabul, uygun görme ya da katılım belgesinin tevdi tarihinden üç ay sonra yürürlüğe girer. Herhangi bir başka Taraf Devlet bakımından onay, kabul, uygun görme ya da katılma belgesinin tevdi tarihinden üç ay sonra yürürlüğe girer.

**Madde 35: Üniter Olmayan ya da Federatif Anayasalı Sistemler**

Aşağıdaki şartlar üniter olmayan ya da federatif anayasa sistemlerine sahip Taraf Devletlere uygulanır:

(a) Bu Sözleşme hükümlerinin federal ya da merkezi yasama gücünün yasal yetki alanının içinde bulunanlar tarafından uygulanması bakımından, federal ya da merkezi hükümetin yükümlülükleri, federal olmayan Taraf Devletlerinki ile aynı olacaktır.

(b) Bu Sözleşme hükümlerini uygulayacak olan, ancak federasyonun anayasal sistemi bakımından yasal önlemler almak zorunda bulunmayan bireysel kurucu Devletler, ülkeler, eyaletler ya da kantonlar bakımından, federal hükümet, bu Devletlerin, ülkelerin, eyaletlerin ya da kantonların yetkili makamlarını anılan hükümlerden haberdar eder ve bunların kabulü yönünde tavsiyede bulunur.

### **Madde 36: Fesih**

1. Her Taraf Devlet, Sözleşmeyi feshettiğini bildirme yetkisine sahiptir.
2. Fesih UNESCO Genel Müdürüne tevdi edilecek yazılı bir bildirimle yapılır.
3. Fesih, fesih belgesinin teslim alınmasından on iki ay sonra yürürlüğe girer. Bu durum ayrılan Taraf Devletin parasal yükümlülüklerini ayrılışının yürürlüğe girdiği tarihe kadar hiçbir şekilde etkilemez.

### **Madde 37: Sözleşmenin Tevdi Edildiği Makamın Görevleri**

UNESCO Genel Müdürü bu Sözleşmenin tevdi edildiği makam olarak, Örgütün Üye Devletlerine, 33. maddede belirtilen Örgüte üye olmayan Devletlere, Birleşmiş Milletlere 32. ve 33. maddelerde sözü edilen her onay, kabul, uygun görme ya da katılma belgesinin ve 36. Maddede değinilen fesih belgesinin tevdiini bildirir.

### **Madde 38: Değişiklikler**

1. Her Taraf Devlet, Genel Müdüre yapacağı yazılı bir bildirim ile Sözleşmenin değiştirilmesini önerebilir. Genel Müdür bu bildirimini bütün Taraf Devletlere duyurur.

(Bu metin, 21.01.2006 tarihli 26056 sayılı Resmi Gazete'den alıntıdır.)

**EK16. SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS TESPİT FORMU**



**KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI**  
**Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü**

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS TESPİT FORMU\***

TESPİT KURULU TOPLANTI TARİHİ:

TESPİT KURULU ÜYELERİ:

**SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS UNSURUNUN AYRINTILARI**

- ◆ Unsurun Adı: .....
- ◆ Unsurun Bilinen Diğer Adları: .....  
.....
- ◆ Somut Olmayan Kültürel Miras Alanı/Alanları:.....  
.....
- ◆ Unsuru Uygulayan Grup, Topluluk ve Kişiler: .....  
.....
- ◆ Unsurun Kısa Tanımı : .....  
.....  
.....  
.....
- ◆ Unsurun İlerdeki Coğrafi Dağılımı (İlçe/Köy): .....  
.....  
.....



◆ **Unsurun Korunmasına Yönelik Olarak Önerilen Koruma Önlemleri:**

.....  
.....  
.....

◆ **Konu İle İlgili İde Bulunan Kurum/Kuruluşlar (Üniversitelerin İlgili Bölümleri, Araştırma Merkezi, Enstitü, Sivil Toplum Kuruluşları)**

.....  
.....  
.....

◆ **Unsur İle İlgili Bugüne Kadar İde Yapılmış Faaliyetler:**

.....  
.....  
.....

◆ **Unsur İle İlgili Elde Bulunan Yayınların Listesi:**

.....  
.....  
.....

◆ **Unsur İle İlgili Ek Dokümanlar (CD Ortamında Fotoğraf ve/veya Video)**

.....  
.....  
.....

## **EK17. SOKÜM GELENEKSEL USTA LİSTESİ**

**09.05.2013 TARİHLİ SOKUM TAŞIYICILARI GELENEKSEL EL SANATLARI KURULUNCA KABUL EDİLEN SANATKÂRLAR**

<b>SIRA NO</b>	<b>ADI SOYADI</b>	<b>İLİ</b>	<b>DEĞERLENDİRME ALANI</b>	<b>İCRA DALI</b>
1.	MERYEM ÖZKOÇ	DIYARBAKIR	GELENEKSEL EL SANATLARI	DERİ İŞLEME
2.	KAZIM YARAR	A.KARAHISAR	GELENEKSEL EL SANATLARI	SARAÇ
3.	TUNAHAN UYSAL	MUĞLA	GELENEKSEL EL SANATLARI	ÇARIK
4.	SEMA KANSU	İZMİR	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKRI TEL İŞLEME
5.	NEVİN IŞIK	KÜTAHYA	GELENEKSEL EL SANATLARI	SADEKARLIK
6.	BEKİR LEKESİZ	KÜTAHYA	GELENEKSEL EL SANATLARI	SADEKARLIK
7.	YUSUF ÖZCAN	MARDİN	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKRI OYAMACILIĞI
8.	ERDAL ATASOY	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	BIÇAKÇILIK
9.	SEVİNÇ NALDÖKEN KÖK	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	KAZAZIYE
10	METİN EZİLMEZ	MARDİN	GELENEKSEL EL SANATLARI	GÜMÜŞ İŞLEME
11	NAYİM KORKMAZ	ERZİNCAN	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKIR İŞLEME
12	NEZİR YALÇIN	DIYARBAKIR	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKIR İŞLEME
13	RUKİYE ÖZTOPRAK	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	TELKARİ, KAZAZIYE
14	AYHAN TORÖZ	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	TELKARİ KAZAZIYE
15	EMİNE ÖZTORUN	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	GÜMÜŞ İŞLEME
16	ÖZBİLİR SONYÜREK	ESKİŞEHİR	GELENEKSEL EL SANATLARI	SAVAT
17	FERHAT ŞİMŞEK	VAN	GELENEKSEL EL SANATLARI	TAŞ İŞLEMECİLİĞİ
18.	HALİ ZİYA YÜCESAN	SAMSUN	GELENEKSEL EL SANATLARI	BIÇAKÇILIK
19.	RAMAZAN KALAY	ESKİŞEHİR	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKIRCILIK
20.	AHMET TÜRKMEN	ORDU	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKIRCILIK
21.	HAKAN BOLAT	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKRICILIK
22.	İSMAİL BÜLBÜL	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	BAKRI OYMA

23.	SÜHEYLA KORKUSUZ	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	GÜMÜŞ İŞLEME
24.	MUSA KESER	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	KALEMKARLIK SAVAT
25.	AHMET TEKİN	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	TELKARİ
26.	SEMRA NERGİZ DÖNMEZ	İSTANBUL	GELENEKSEL EL SANATLARI	GÜMÜŞ İŞLEME
27.	MUSTAFA KOÇAK	ANKARA	GELENEKSEL EL SANATLARI	SEDEFKAR
28.	ADEM KAYIN	EDİRNE	GELENEKSEL EL SANATLARI	KİSPET DİKİMİ
29.	İHSAN TAŞ	AYDIN	GELENEKSEL EL SANATLARI	KÖRÜKLÜ ÇİZME
30.	HÜSEYİN MERTTÜRK	DENİZLİ	GELENEKSEL EL SANATLARI	TIRNAK BIÇAK
31.	AKİF KANCA	TRABZON	GELENEKSEL EL SANATLARI	BIÇAKÇILIK
32.	İBRAHİM CİHAN	MARDİN	GELENEKSEL EL SANATLARI	TELKARİ

**EK.18\_KUYUMCULUK VE MÜCEVHER TASARIMI EĞİTİMİ VEREN KURUMLAR**

## **EK-18 Türkiye’de Kuyumculuk Eğitimi Veren Kuruluşlar, Okullar**

### **Mesleki Örgün Eğitim Kurumları**

KADIKÖY ANADOLU MESLEK LİSESİ, İstanbul

KADIRGA ENDÜSTRİ MESLEK LİSESİ, İstanbul

### **Mesleki Yaygın Eğitim Kurumları**

ANKARA OLGUNLAŞMA ENSTİTÜSÜ, Ankara

BEYOĞLU OLGUNLAŞMA ENSTİTÜSÜ, İstanbul

MUHSİN ERTUĞRUL MESLEKİ EĞİTİM MERKEZİ, İstanbul

### **Ön Lisans Programları**

ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ, OLTU MESLEK YÜKSEKOKULU, Erzurum

AYDIN ÜNİVERSİTESİ, BİL MESLEK YÜKSEKOKULU, İstanbul

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ, İZMİR MESLEK YÜKSEKOKULU, İzmir

KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ, DEĞİMENDERE MESLEK YÜKSEK OKULU, Kocaeli

MARMARA ÜNİVERSİTESİ, TEKNİK BİLİMLER MYO., İstanbul

MUĞLA ÜNİVERSİTESİ, MİLAS SITKI KOÇMAN MESLEK YÜKSEKOKULU, Muğla

### **Yüksek Lisans Programları**

DOKUZEYLÜL ÜNİVERSİTESİ, FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ, DOĞAL YAPI TAŞLARI VE SÜSTAŞLARI BÖLÜMÜ, İzmir

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ, ENDÜSTRİ ÜRÜNÜ TAKI VE AKSESUAR TASARIMI YÜKSEK LİSANS İKİNCİ ÖĞRETİM, İstanbul

### **Özel Eğitim Merkezleri**

PERA GÜZEL SANATLAR LİSESİ, İstanbul

CAFERAĞA MEDRESESİ, İstanbul

JITEK EĞİTİM MERKEZİ, İstanbul

MAHREC SANATEVİ, İstanbul

ALEF MÜCEVHER ATÖLYESİ, İstanbul

**TÜBİTAK**  
**PROJE ÖZET BİLGİ FORMU**

Proje Yürütücüsü:	Yrd. Doç. Dr. AYŞE ELİF COŞKUN ORLANDI
Proje No:	112K221
Proje Başlığı:	Yaratıcı Ekonomi Kaynağı Olarak Somut Olmayan Kültür Varlığı Kapsamında Zanaat-Tasarım-Inovasyon İlişkileri: Kapalıçarşı'nın 'Yaşayan İnsan Hazinesi'
Proje Türü:	3501 - Kariyer
Proje Süresi:	24
Araştırmacılar:	YONCA ERKAN
Danışmanlar:	
Projenin Yürütüldüğü Kuruluş ve Adresi:	KADİR HAS Ü. GÜZEL SANATLAR F. ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI B.
Projenin Başlangıç ve Bitiş Tarihleri:	01/11/2012 - 01/04/2015
Onaylanan Bütçe:	129496.0
Harcanan Bütçe:	95763.36
Öz:	<p>Türkiye mücevher endüstrisi 2000'li yıllarla birlikte dünyada altın işleyip mücevher olarak satan ülkeler arasında birinci konumdaki İtalya'nın ardından gelerek önemli bir liderlik yakalamış, düşük işçilik, düşük fiyat avantajıyla rekabet eder konuma gelmiştir. Küresel pazarlarda tedarikçi olarak konum alabilmiştir. Türkiye kuyumculuk sektörünün yakaladığı başarının sürekliliği için tasarıma dayalı inovasyon yapma becerisinin artırılmasının önemi önceki çalışmalarda da vurgulanmıştır. Zanaat kökenli bir endüstri örneği olan mücevher endüstrisi tasarımın zanaatla olan zor ilişkisini analiz etmek üzere önemli bir vaka olarak karşımıza çıkar. Türkiye'de mücevher üretiminin tamamına yakını İstanbul'da, Kapalıçarşı ve Nuruosmaniye çevresindeki iş hanlarında yapılmaktadır. Kapalıçarşı, imparatorluk döneminden bu yana saray dışındaki ustalığın, değişmeyen merkezi olmuştur. Tarihsel geçmiş en az Kapalıçarşı kadar eski olan kuyumculuk sektörü üretim organizasyonu ve üretim ilişkilerinde kökleri tarihe dayalı özgün bir organizasyon yapısı sunmaktadır. Endüstri ölçeğine erişen, sektörleşme sürecini tamamlamış, zanaat kökenli ama seri üretim yapabilen melez yapıdaki bu yaratıcı üretim ortamının ürün odaklı rekabet stratejilerini besleyebilmesi için geleneksel yöntemler kullanılarak el işçiliğiyle elde edilen katma değerini inovasyon yapabilme potansiyelinin ölçülmesi birinci derecede önem taşımaktadır. Bu çerçevede, zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için kalitatif bir saha araştırması tasarlanmıştır. Proje Endüstriyel tasarım ve kültürel miras ara kesitinde kurgulanmıştır ve interdisipliner bir kurguya sahiptir.</p> <p>112K221 No'lu proje konusu; 1461 yılından günümüze kadar uzanan en eski ve en önemli kuyumculuk üretim merkezi olarak literatüre geçen Kapalıçarşı ve kuyumculuk üretiminin yapıldığı çevre hanların 21.yy.da değişen teknolojik üretim ortamı karşısında ne oranda geleneklerine bağlı özgün üretim yaptığının belgelenmesini kapsamaktadır. Kapalıçarşı kuyumculuğunun inovasyon (yenilik) potansiyelini ölçmek ve ürün odaklı yenilik kaynaklarını belgelemek üzere tasarlanan araştırma projesinin amacı; Kapalıçarşı ve çevresindeki hanlarda geleneksel yöntemleri kullanarak üretim yapan ustaların el işçiliği odaklı zanaat üretiminin inovasyon potansiyelinin saptanması ve bu geleneksel zanaat ürünlerinin görsel envanterinin oluşturulmasıdır. Zanaat kökenli kuyumculuk geleneğinin yenilik yapma becerisine ne oranda sahip olduğunun saptanması için tasarlanan kalitatif saha araştırması sürecinde nitel araştırma yöntemleri kullanılmış, programlı atölye ziyaretleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmış, yapılan görüşmelerde i) Ürüne, ii) Mekâna, iii) Tezgâh-teçhizata, iv) İnsan faktörüne ait veri toplanmıştır. Toplanan veri, Kapalıçarşı kuyumculuğunun tasarım odaklı inovasyon potansiyelini ortaya koymuş ve kültürel miras değeri kapsamında değerlendirilmiştir.</p>
Anahtar Kelimeler:	mücevher tasarımı, kuyumculuk, zanaat, inovasyon, Kapalıçarşı, yaratıcı ekonomiler, kültürel miras
Fikri Ürün Bildirim Formu Sunuldu Mu?:	Hayır

Proje Yayımları:	<p>1- İSTANBUL KUYUMCULUĞUNUN İZİNDE ZANAAT-TASARIM-İNOVASYON İLİŞKİLERİ: KAPALIÇARŞI'NIN YAŞAYAN İNSAN HAZİNELERİ? (Makale - Diğer Hakemli Makale),</p> <p>2- İSTANBUL KUYUMCULUĞUNUN İZİNDE ZANAAT-TASARIM-İNOVASYON İLİŞKİLERİ: KAPALIÇARŞI'NIN YAŞAYAN İNSAN HAZİNELERİ? (Bildiri - Ulusal Konferans - Davetli Konuşmacı),</p> <p>3- Zanaatin İnovasyonla Sınırı: Kapalıçarşı Kuyumculuğunun İnovasyon Potansiyelinin Tespitine Yönelik Bir Tasarım Araştırması (Bildiri - Ulusal Bildiri - Sözlü Sunum),</p> <p>4- Tracking down the Innovation potential of a 500 Year Old Creative Cluster: The Case of the Grand Bazaar (of Istanbul) and its Jewelers (Bildiri - Uluslararası Bildiri - Sözlü Sunum),</p> <p>5- TRT Elvan-ı Seb'a programı (Yayımlı - Uluslararası - Medyada Haber),</p>
------------------	---

TÜBİTAK