

Şehrimizin Yaşayan Değerinin Medyaya Yansımaları: Ahilik

REFLECTIONS OF OUR CITY'S LIVING VALUE TO THE MEDIA: AHİLİK



ANTALYA
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ

Seray ALTUNÖZ^{1*} Gürkan Kağan ÖZBEK²

^{1,2}Bolu Bilim ve Sanat Merkezi, Bolu, Türkiye

^{1,2}Bolu Science and Art Centre Bolu, Türkiye

*serayinancur@hotmail.com
ORCID: 0000-0001-6673-4558

sedaozbekssk@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7009-2516

MAKALE BİLGİSİ / ARTICLE INFORMATION

Geliş Tarihi / Date Received

20.10.2022

Kabul Tarihi / Date Accepted

20.10.2022

Yayın Tarihi / Date Published

Ağustos / August 2023

Yayın Sezonu / Pub Date Season

Ağustos - Ocak / August - January

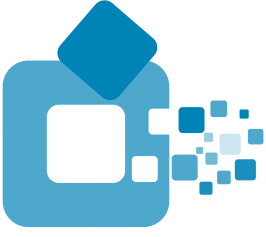
ATIF / CITE as

Altunöz, S., Özbek, G.K., (2023). "Şehrimizin Yaşayan Değerinin Medyaya Yansımaları: Ahilik" / "Reflections of Our City's Living Value to the Media: Ahilik". Bilar: Bilim Armonisi Dergisi, 6 (1): 36-43. doi: 10.37215/bilar.1177516

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilar>

Copyright © Published by Antalya İl Millî Eğitim Müdürlüğü Since 2018, Antalya, 07100 Turkey. All rights reserved.





Şehrimizin Yaşayan Değerinin Medyaya Yansımaları: Ahilik

REFLECTIONS OF OUR CITY'S LIVING VALUE TO THE MEDIA: AHİLİK



ANTALYA
İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ

ÖZET

“Yaşayan miras” olarak da adlandırılan somut olmayan kültürel miras kavramının içerisinde; toplumların gelenekleri, çeşitli ritüelleri, temsilleri, el sanatları, ifadeleri, atasözleri, bilgi ve becerileri gibi daha birçok değer ele alınmıştır. Bu unsurlar bir topluluğa aidiyet ve devamlılık duygusu sağlamaktadır. Her geçen gün biraz daha unutulmaya başlayan bu unsurların gelecek nesillere aktarılması ve sadece yaşayan temsilciler ile değil sonraki kuşaklarda da bilinmesi ve yaşatılması en temel sorunlardan biridir. Bu unsurların yeni nesillere ulaştırılmasında medya araçları ön plana çıkmaktadır. Bu yargı çerçevesinde ele alınan çalışma, şehrimizin yaşayan değeri Ahiliğin aktarım sürecinde medyanın önemi ve etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmamızda UNESCO Dünya Miras Geçici Listesinde yer alan “Mudurnu Tarihi Ahi Kenti (Bolu)” ne gidilmiş, görüşme tekniği kullanılarak sözlü iletişim yoluyla daha kapsamlı veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Literatür taraması, medya takibi ve çözümlemesi, anket ve görüşme tekniklerinin kullanıldığı bu çalışmada ortaya çıkan tespitler ise sonuç bölümünde tartışılmıştır. Elde ettiğimiz çalışma sonuçları araştırmanın problemi olan Ahiliğin tanınmasında medyanın önemi ve etkisinin yeterli olmadığı düşüncesini destekler niteliktedir.

Anahtar kelimeler: Ahilik, medya, somut olmayan kültürel miras.

ABSTRACT

The concept of intangible cultural heritage, also called "living heritage", includes many other values, such as traditions, various rituals, representations, crafts, expressions, proverbs, knowledge and skills of societies. These elements provide a sense of belonging and continuity to a community. It is one of the most basic problems that these elements, which are starting to be forgotten a little more every day, are transferred to future generations and are known and lived not only with living representatives, but also in subsequent generations. Media tools come to the forefront in delivering these elements to the next generation. The study considered within the framework of this jurisdiction aims to reveal the importance and influence of the media in the process of transferring the living value of our city to the Ahilik institution. In our research, we visited the “Mudurnu Historical Ahi City (Bolu)”, which is included in the UNESCO World Heritage Tentative List, and tried to obtain more comprehensive data through oral communication using the interview technique. In this study, which uses literature review, media monitoring and analysis, survey and interview techniques, the findings that have emerged have been discussed in the results section. The results of our study support the idea that the importance and influence of the media in the recognition of the Ahi community, which is the problem of the research, is not sufficient.

Keywords: Ahilik, heritage, culture, media, intangible cultural heritage.

1. GİRİŞ

Kültürel miras unsurlarının korunması toplumlar açısından son derece önemlidir. UNESCO hazırladığı sözleşme ile somut olmayan miras unsurlarının hem yaşatılması hem de korunması kapsamında önemli bir adım atmıştır. Bunun gerçekleştirilmesi için kültürel hafızanın oluşturulması, geliştirilmesi, korunması gibi birtakım önlemlerin de alınması gerekmektedir (Ekici ve Fedakâr 2013, 60). Ülkemizde, çeşitli nedenlerle birçok somut olmayan kültürel mirasımız eğitim alanına, toplumsal hayata ve medyaya taşınmamıştır (Oğuz 2009, 6).

Kitle iletişimi kapsayan araçlar medya araçları olarak da isimlendirilmektedir. Medya araçları arasında gazeteler, dergiler, kitaplar, televizyon, sinema, radyo, internet gibi araçlar girmektedir (Nalçaoğlu 2003, 44). Medyanın yayınlarında toplumsal sorumluluğu dikkate alarak hareket etmesi, basın ahlakı ve meslek ilkeleri açısından yerine getirmekle yükümlü olduğu görevidir. Bu nedenle medya, yayınların hazırlanması, sunumunda toplumsal sorumluluk ilkesi ile hareket etmeli, ulusal bütünlüğü korumak için üzerine düşen görevi yerine getirmelidir (Mora 2008, 13).

Ahilik teşkilatı Anadolu'da Ahi Evran ile gelişme göstermiş, toplumun farklı alanlarındaki problemlerine eğilmiş, uyguladığı kurallar ile toplumsal değerleri ön plana çıkarmıştır. Bu anlamda yardımseverlik, iyilikseverlik, arkadaşlık gibi duygular Ahiliğin temel özelliklerindedir (Durak 2016, 101). Ahilik teşkilatı toplumsal kuralların gençlere öğretilmesini sağlamada, yardım faaliyetlerinde, birlik ve beraberliğin sağlanmasında, gerektiğinde orduya asker yetiştirmede görev alınması gibi konularda aktif rol alan bir teşkilat olmuştur (Durak 2016, 102).

Araştırmamızı ortaya koyarken "Ahiliğin tanınmasında medyanın önemi ve etkisi yeterli midir?" sorusundan hareket edilmiş, "Ahiliğin tanınmasında medyanın önemi ve etkisi yeterli değildir." şeklinde araştırma problemimiz belirlenmiştir. Çalışmamız betimsel yöntemlerden anket türünü kullandığımız için diğer çalışmalardan tamamıyla ayrılmaktadır. Araştırmamız sırasında literatür taraması yapılmış, Ahilik ve önemi hakkında yeterli kaynağın bulunduğu görülmüştür. Akademik kaynaklarda da ders kitaplarında da Ahilikten genel hatlarıyla bahsedildiği, anlatıldığı görülmektedir. Ancak Anadolu'da ve ilimizde bıraktığı izler konusunda, akademik kaynakların ve ders kitaplarının yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Bu değerlerin medyaya yansımaları tespit edilmiş, bazı medya araçlarında yoğun bir şekilde bahsedilirken, bazı medya araçlarında yeterince bahsedilmediği görülmüştür. Çalışmamız sayesinde Ahiliğin tanınmasında medyanın ne kadar yerinde ve etkili

bir şekilde kullanılabileceğinin tespitini sağlamaya dair fikrimizin de destekleneceğini düşünmekteyiz.

1.1. Ahilik Geleneği

Kültürümüz miras ürünlerinin özgünlüğü ve çeşitliliği açısından dikkat çekici örnekler içermektedir. Bunlardan Ahilik geleneği belki de en ilgi çekici olanıdır. "Geleneksel Sohbet Toplantıları" bu geleneğin toplumsal etkilerinin günümüzde varlığını devam ettirdiğini gösteren en etkili örnekler arasında da yer almaktadır. Bu toplantıların kapsamı eğitim, yardım gibi toplumsal meseleler olabileceği gibi bazen de devlet ve askeri meseleler de olabilmektedir (Ekici ve Fedakâr 2013, 54).

Ahiler, İslam dininin güzel ahlak üzerine kurulu olan ilkelerini kendilerine ilke edinmişlerdir. Kötülükle mücadele etmeyi temel ilke olarak seçmişler, doğruluğu, İslam kardeşliğini önemsemişlerdir. Ahiler meslek erbabı olarak bu işi gönüllülükle yapmaktadırlar. Aynı zamanda Hanefî mezhebinin kurucusu İmâm-ı A'zam EbûHanîfe, Ahiliğin ilk bilgeleri arasında gösterilmektedir (Güneş 2018, 628).

1.2. Ahilik Geleneğinin Somut Olmayan Kültürel Miras Ürünleri

Konumuz gereği şehrimiz Bolu'da ve ilçelerinde (özellikle Mudurnu) devam eden Ahilik geleneği ve bu gelenekle ilgili olan somut olmayan kültürel miras ürünlerini incelemek gerekmektedir.

1.2.1. Cuma Esnaf Duası

Mudurnu ilçesinde esnafın hatta yöre halkı, Ahilikle ilgili olan bazı gelenekleri devam ettirmektedirler. Bu geleneklerden bir tanesi hiç kuşkusuz ki Cuma Esnafının Duası'dır (Süme 2013, 82). Cuma Esnaf Duası Mudurnu'da yaklaşık 700 yıldır sürdürülen bir gelenektir. Dua, her Cuma gününde sela verildikten sonra Mudurnu Orta ve Demirciler Çarşısında esnafın bir araya gelmesiyle başlar. İmamın yaptığı duaya çarşı esnafları katılır. Bu duanın Mudurnu'da ne zaman başladığı kesin olarak bilinmemektedir. Tahminen 14. Yüzyılın ilk yarısından günümüze kadar sürdürüldüğü söylenebilir. Mudurnu'ya uğrayan İbn Battuta 1332-1333 tarihli Anadolu seyahatinde buradaki Ahilerden bahsetmektedir. Mudurnu'da kişi yeni bir işyeri açmak isterse açılış bu duadan sonra yapılır, cemaat açılışı yapılacak dükkanın önüne gelir ve hayırlı kazançlar sağlanması için birlikte dua edilir. Günümüzde Mudurnu bu geleneğin sürdürüldüğü tek merkez olması ile de ön plana çıkmaktadır (Süme 2013, 82). İlçede müşterisine oturarak hizmet veren terzi, ayakkabıcı esnafı

ayakta; müşterisine ayakta hizmet veren demirci gibi esnaflar da oturarak duaya katılırlarmış (Veren 2013, 12).

Esnaf duası geleneği zaman içinde Bolu şehir merkezinde de uygulanmaya başlanılmıştır. İlk "Esnaf Duası" 21 Ocak 2011 Cuma günü dönemin Bolu Müftüsü Yaşar Toprak tarafından Büyük Cami önünde yaptırılmış, Belediye Başkan Yardımcısı İhsan Ağcan'ın da katıldığı dua sonrası katılımcılara lokum, gül suyu ikram edilmiştir (Veren 2013, 13). Esnaf duasının, her sabah işe dua ile başlanması anlayışına bağlı olarak söylenmesi, aslında, Ahilik geleneğinin devam ettiğinin bir göstergesidir.

Ahiliğin sosyal hayattaki en önemli yansımaları, tarihi çarşı olan Arasta'da 700 yıldır devam etmekte olan Esnaf veya Bereket Duası geleneğidir. Mudurnu ilçesi İpek Yolu güzergâhında yer alan tarihi öneme sahip olan bir kentmiş ve kervan yollarının geçiş yollarında bulunduğu için Ahilik geleneğini ve kentnin fiziksel dokusundaki yansımalarını etkili bir şekilde sunmuştur. Bu mirası oluşturan başlıca unsurlar, esnaf çarşısı da denilen tarihi Arasta çarşısı, Anadolu'nun ahşap konut dokusu, Yıldırım Bayezid Camii, saat kulesi, hamam, türbe gibi mimari eserlerdir (T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015). Tüm bu özelliklerinden dolayı "Mudurnu Tarihi Ahi Kenti (Bolu)" olarak UNESCO Dünya Miras Geçici Listesinde yer almaktadır. Mudurnu ilçesinde her yıl Ekim ayının ikinci haftası kutlama yapılması bu kültüre verilen önemin bir diğer göstergesidir.

1.2.2. Ahiliğin Sosyal Değerleri ve Paylaşımçı Yemek Kültürü

Ünlü seyyah İbn-i Batuta, Mudurnu'ya uğramış ve burada bir tekkede misafir edilmiştir. Kaldığı bu yerden bahseden İbn-i Batuta buranın Ahi tekke ve zaviyesi olduğunu belirtmektedir. Kendisine ve diğer gelenlere iyi davranıldığından, ikramlar da bulunulduğundan bahseder. Ayrıca odalarda ocakların yandığını, bunların insanları rahatsız etmediğini de belirtmektedir. Bu tesislerde ihtiyaç sahiplerinin kalabildiği, insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik incelikte olduğu vurgulanmaktadır (İbn-i Batuta'dan aktaran Yakupoğlu 2007, 592).

Ders kitaplarında bu kültüre yer veren örnekler de karşımıza çıkmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın 7. sınıf Türkçe ders kitabında "Anadolu'da Konukseverlik" başlıklı metninde Ahilikten bahsedilir. Özellikle misafiri ağırlama, gönlünü hoş tutma, yiyecek ikramında bulunma geleneklerinden bahsedilir. Günümüzde Denizli'de Ahi Sinan adına "Ahi Sinan Sofrası" ismiyle yemek tertip edilir. Bu yemeğe esnaflar katılır ve her yıl birçok kişiye yemek verilir (Durak ve Yücel 2010,

164). Mudurnu Cuma Esnaf Duası sonrasında, duaya katılanlara hayırseverler tarafından hayır ekmeği ve katık ikram edilir. Bu ekmekler küçük dilimler halindedir, bazen bunun yerini lokum da alabilmektedir (Süme 2013, 82).

Bolu şehri tarihi öneme sahip olan, İpek Yolu gibi birçok önemli yolun merkezinde olan bir mekân olmuştur. Bu yolun etkisi ile Ahilik kültürü buraya yerleşmiş ve temel geleneklerini de yaymıştır. Özellikle mutfak kültürü açısından da hem etkilenme hem de etkilemenin varlığından bahsedebiliriz. Türk mutfağı Orta Asya ve Balkan mutfak kültürünü hem etkilemiş hem de etkilenmiştir. Bu karşılıklı etkileşim yine İpek Yolu'nun etkisi ile olsa gerek (Ögel 1978, 13). Özellikle kurut ile yapılan yemekler, yemek sofralarını, davetleri süslemiş; paylaşımcılık kültürü ile karşımıza çıkmıştır. Bahsedilen kurut günümüzde yoğurt kurusu, keş peyniri gibi isimlerle de anılmaktadır (Durak ve Yücel 2010, 152).

1.2.3. Geleneksel Sohbet Toplantıları (Birikme)

"Birikme Geceleri" geleneksel olarak yapılan Ahilik geleneğinin etkisi ile varlığını ortaya koymuş olan toplantılardır. Birikmelerde toplumsal sorunlar çözümlenmeye çalışılırken paylaşma, birlik ve beraberlik ile bazı güzel ahlak unsurlarının pekiştirildiği toplantılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal yaşam kuralları öğretilirken, "orta oyunları" sunulduğu ve yöresel halk oyunlarının oynandığı organizasyonlar olmuştur (Mudurnu Belediyesi 2019, 32). Ahiliğin eğitime katkısı çok olmuştur. Meslek eğitiminde gençler ustasının yanında sadece mesleği değil, toplumsal ilişkileri, ahlak kurallarını öğreniyorlarmış. Bunun yanında "birikme" denilen enstrüman çalmanın öğrenildiği toplantılar yapılır ve Mudurnu'da ud, kaval, ney, kanun çalma öğreniliyormuş. Esnaf gruplarının 8-10 tane birikmesi olur, yetenek ve yaşına göre bu eğitimler ile gruplar oluşturulmuştur. Mudurnu'da bu sayede Ahilikle birlikte bando takımı da oluşturulmuştur. 1934 yılında Atatürk Bolu'ya geldiği zaman Bolu'da kullanılan bando takımı Mudurnu'nun bando takımıdır. 15-20'ye yakın müzik aleti çalınabiliyormuş (M. Cantürk, kişisel görüşme, Haziran 2021).

1.2.4. Peştemal Bağlama Törenleri

Kalfalıktan ustalığa geçişi simgeleyen şet kuşanma yani bir nevi diploma töreni Esnaf Duası'ndan sonra yapılmış. Kalfa hangi meslek grubundansa bütün ustaların onayı alınarak kuşanma olurmuş (G. Mercan, kişisel görüşme, Haziran 2021).

Ahilikte giyilen giysilerin her birinin bir anlamı varmış; şalvar dünya içinde kalmayı ve

mücadeleyi, kama Alperenliği ve gaziliği, şed-kuşak sağlamaştırmayı, hırka-aba mürit olmayı (ancak sadece şeyh, kethüda gibi zaviyede görevli olanlar giyinirmiş), ak börk denilen külahları eskiye bağlılığı, takke-tac külah yerine kullanılmı, davul ve sancak ise hâkimiyet alametleri anlamlarına gelmekteymiş. Ahiler bayramlarda ve çeşitli amaçlarla yapılan törenlerde kendilerine özgü olan elbiseleri giyini, davul ve sancaklarıyla geçit törenine katılırlarmış (İ. Atlı, kişisel görüşme, Haziran 2021).

1.2.5. El Sanatları

Mudurnu iğnecilik ile ismini yaymış olan bir kentmiş. Buraya gelen farklı seyyahlar etkilendikleri bu kız iğnesinden büyük bir beğeni ile bahsetmektedir. Evliya Çelebi bu iğnelerin çok güzel ve özel olduğundan bahsetmiştir. Çarşıdaki dükkânların çoğunun da iğne dükkânı olduğu belirtilmiştir. İnsanların evlerinde de bu işi yaptığı ifade edilmiştir. Burada yapılan iğnelerin Rum ve Hint ülkelerine kadar gönderildiğinden bahsedilmiştir (Gümüşdoğan 2014). Günümüzde halen Mudurnu kadınları ve genç kızları bu kız iğnesinden yapmakta ve sandıklarını bunlar ile süslemektedir.

Bacıyan-ı Rum, genç kızlara evinde ya da mahallesinde üretim yapmayı, dokuma yapmayı öğreten bir alt kuruluş. Bu sayede günümüzde bunun etkisi olarak Mudurnu'da iğne oyacılığı muhteşem bir şekilde yapılıyor. Dünyanın en iyi iğne oycalık merkezi buradadır. Sonrasında Çin ülkesi gelmektedir (M. Cantürk, kişisel röportaj, Haziran 2021).

1.2.6. Sözlü Gelenekler ve Anlatımlar

Deyimler ve atasözlerinden bazıları Ahilik geleneğinin etkisiyle kültürümüzde yerini bulmuş ya da gelişme imkânı bulmuştur.

Türklerin eskiden yaşayış tarzı yarı göçebe şeklinde olduğu için servet biriktirme ihtiyaçları olmamıştır. Hatta fazla servet biriktirenler olursa, onların ihtiyaçtan fazla mal veya servetini bir eğlence çerçevesinde halka dağıtmaları gerekmekteydi. Han ve beylerin güçleri bu servetlerinin ne kadarını halka dağıttıkları ile ölçülürdü. Bu geleneğe "dağıtımcı (yağmalı) toy" geleneği adı verilmektedir. Buna benzer şekilde "Başakçılık" geleneği denilen ve tarımla uğraşanların ürünlerinin bir bölümünü fakirlerin toplamaları için bağ ve tarlalarda bırakmaları gibi gelenekler söz konusudur (Eroğlu 2015, 311). Bu fikirlerden yola çıkarak, Türklerin Ahilere ve geleneklerine yakınlık duyması ve bunu benimsemeleri çok zor olmamıştır diyebiliriz. "Yiğitlik vura vura ağalık vere vere olunur" atasözü de bu duruma güzel bir örnektir.

2. MATERYAL ve METOT

Somut olmayan kültürel miras ve medya bağlantısının verildiği kaynaklar incelenmiş, ardından Ahilik ile ilgili kaynakların yeterliliğine bakılmış, genel bir değerlendirmede bulunulmuştur. Ahilik Kurumunun önemi ve somut olmayan kültürel miras ürünleri ile ilgili ayrıntılı literatür taraması yapılmıştır. Bazı bilimsel akademik çalışmalar Ahilik Kurumunu ayrıntılı olarak ele almış ve işlemiş, ancak bunun da her yaş grubuna hitap etmeyecek çalışmalar olması nedeniyle yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Ancak Anadolu'da ve ilimizde bıraktığı izler konusunda, akademik kaynakların ve ders kitaplarının yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Yaptığımız medya takibi sırasında Ahilik'ten ve ürünlerinden de yeteri kadar bahsedilmediği fark edilmiştir. Bu durumu, betimsel yöntemlerle değerlendirmek için konunun uygunluğu açısından 12 ve üzeri yaş gruplarından her yaş grubunu temsil edecek kişilerden veri toplanmıştır. İlimizde görev yapan akademik personel ve uzman görüşleri alınarak yapılandırılmış "Şehrimizin Yaşayan Değeri Ahiliğin Medyaya Yansımaları" formu uygulanmıştır.

Bunun yanında saha çalışması yapılmış, Mudurnu'ya gidilmiş, görüşme tekniği kullanılarak, sözlü iletişim yoluyla daha kapsamlı veriler de elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmamızın anket maddelerinin çalışma grubu; 2021 yılında ilimizde ikamet eden 12 ve 18 arası (32 kişi), 19 ve 25 arası (35 kişi), 26 ve 35 arası (33 kişi), 36 ve 45 arası (33 kişi) ve 46 ve üstü (32 kişi) yaş aralığına sahip kişilerden oluşmaktadır.

Anketimiz 2 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm ankete katılanların kişisel bilgilerinin alındığı, 2. bölüm 3 maddelik görüşlerin istendiği bölümdür. 2. bölümdeki 1. ve 3. sorular "evet", "kısmen", "hayır" olmak üzere üçlü likert tipi şeklinde hazırlanmıştır. 2. soru ise 1. soruya verilen cevabın "evet" veya "kısmen" olması durumunda cevaplanacak olan, bilgi vermeye ve yorum yapmaya dayalı görüş kısmıdır. Analiz kısmında veriler, bilgisayara aktarılmış, Microsoft Excel programı kullanılarak hesaplamalar yapılmıştır. Çizelgeler oluşturulmuş ve yorumlanmaya çalışılmıştır.

3. BULGULAR

İlimizde örneklem olarak rastgele seçilen 165 kişinin "Şehrimizin Yaşayan Değeri Ahiliğin Medyaya Yansımaları" konusuna ilişkin görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla anket uygulanmıştır.

3.1. Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çizelge 1. Örneklem Alınan Bireylerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular			
Değişken		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	KADIN	84	%51
	ERKEK	81	%49
Kaç yaşındasınız?	12 ve 18 arası	32	%19.4
	19 ve 25 arası	35	%21.2
	26 ve 35 arası	33	%20
	36 ve 45 arası	33	%20
	46 ve üstü	32	%19.4
TOPLAM		165	%100

Çizelge 1’de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların %49’u erkek, %51’i ise kadındır. Frekans ve yüzde dağılımına baktığımız zaman ankete katılan kişilerin cinsiyetleri birbirine yakın dağılım göstermektedir. Ayrıca araştırmaya, ilimizde yaşayan farklı yaş gruplarını temsil eden bireyler katılmıştır.

3.2. Şehrimizin Yaşayan Değeri Ahiliğin Medyaya Yansımaları Konusuna İlişkin Bulgular

Öğrencilerin araştırma konusuna ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark var mıdır? Uygulanan anket formunda 3 adet soru hazırlanmış ve verilen cevaplar analiz edilmiştir.

Çizelge 2. Ahiliğin bilinme durumu												
Kişilerin Görüşleri	12 ve 18 (n=32)		19 ve 25 (n=35)		26 ve 35 (n=33)		36 ve 45 (n=33)		46 ve üzeri (n=32)		Toplam (n=165)	
	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n
Evet	15	%47	25	%71	19	%58	19	%58	30	%94	108	%65
Kısmen	12	%38	6	%17	10	%30	12	%36	2	%6	42	%26
Hayır	5	%15	4	%11	4	%12	2	%6	-	%	15	%9

Ankete katılan kişilerin %9’u “Hayır”, %65’i “Evet” cevabı ile Ahiliği bilme konusunda görüş belirtmiştir. Yaş gruplarına bakıldığı zaman aralarında anlamlı bir farklılık gözükmemektedir. 46 ve üzeri yaş grubunun %94’ü Ahiliği bilme konusunda evet cevabını vermiştir.

1. soruya “evet” veya “kısmen” cevabını verenler, 2. soruyu cevaplandırmıştır. 1. soruda “evet” veya “kısmen” cevabını verenler 150 kişidir. Burada değişkenlere göre, ankete katılan 150 kişinin görüşlerinin değişip değişmediği, bu görüşlerin arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmek istenmiştir.

Uygulanan anket formunun 2. Sorusunda Ahilik ile ilgili bilgileri nereden edindikleri hakkında bilgi verilmesi istenmiş ve katılımcıların görüşleri şu şekilde belirlenmiştir:

- Eğitim (Okul-öğretmen-hoca) (26 kişi)
- Aile (8 kişi)
- Mudurnu gezisi sırasında (8 kişi)
- Çevremdeki Ahilik Kültür Haftası etkinliklerinden (2 kişi)

•Medya

- Kitaplar (6 kişi)
- İnternet araştırması(9 kişi)
- Belgesel (2 kişi)
- Dergi (3 kişi)
- Televizyon (3 kişi)
- Gazete (2 kişi)
- Sosyal Medya (4 kişi)
- Haberler (4 kişi)
- Duyuru (1 kişi)
- Afiş (1 kişi)

Çizelge 3. Medya araçlarında Ahiliğe yeteri kadar yer verilme durumu

Kişilerin Görüşleri	12 ve 18 (n=32)		19 ve 25 (n=35)		26 ve 35 (n=33)		36 ve 45 (n=33)		46 ve üzeri (n=32)		Toplam (n=165)	
	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n	n	%n
Evet	0	%0	1	%2	1	%3	2	%6	4	%13	8	%5
Kısmen	7	%22	8	%23	10	%30	7	%21	18	%56	50	%30
Hayır	25	%78	26	%75	22	%67	24	%73	10	%31	107	%65

Ankete katılan kişilerin %65’i “Hayır”, %5’i “Evet” cevabı ile Medya araçlarında Ahiliğe yeteri kadar yer verildiği konusunda görüş belirtmiştir. Yaş gruplarına bakıldığı zaman, 12 ve 18 yaş grubunun %74’ü hayır cevabını vererek değerlendirmede bulunmuştur. Evet diyenlere bakıldığı zaman aralarında anlamlı bir farklılık gözükmemektedir.

Araştırmamız kapsamında “Ahiliğin tanınmasında medyanın önemi ve etkisini” tespit edebilmemiz maksadıyla medya takibi ve çözümlemesi de yapılmıştır. Bu amaçla incelenen medya araçları ve bilgileri şu şekilde belirlenmiştir:

✓“Türkiye’nin Ahi Babası Mudurnu’dan Çıktı” başlıklı yazı- Bolu’nun Sesi Gazetesi (Çetin 2009).

✓“Ahilik Kültürü” başlıklı yazı- Bolu Kültür ve Turizm Rehberi Kitabı (Bolu Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2009, 101).

✓“Esnaf Duası” Ritüelinin Folklorik, Edebi, Dini ve Ahlaki Yönüyle Analizi” başlıklı yazı- Mudurnu Belediyesi Tarih Kültür Bülteni (Veren 2013, 12)

✓“Mudurnu’da Ahilik Geleneği” başlıklı yazı- Mudurnu Belediyesi resmi internet sayfası (Mudurnu Belediyesi 2015).

✓“Mudurnu Tarihi Ahi Kenti (Bolu)” başlıklı yazı- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi internet sayfası (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015).

✓“Mudurnu Ahilik Geleneğini Yaşatıyor” başlıklı yazı- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama Gazetesi (Gümüş ve Pilgi 2018).

✓“Mudurnu’da Kültürel Değer Ahilik” başlıklı yazı- Unesco Dünya Mirası Adayı Tarihi Ahi Kenti Mudurnu Kitabı (Mudurnu Belediyesi 2019, 28-31).

Araştırmada, Mudurnu'ya gidilmiş, görüşme tekniği kullanılarak sözlü iletişim yoluyla daha kapsamlı veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Bolu/Mudurnu Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü Sayın Güray Mercan, Mudurnu Kent Konseyi Başkanı ve Kültür Danışmanı Sayın Mehmet Cantürk ve Bolu Demircilik Ustası 2019 Yılı Ahi Babası Sayın İsmail Atlı ile görüşülmüştür. Araştırma sonuçlarımızdan farklı olarak, saha incelemesi sırasında, yapılan görüşmeler ve görüşme neticesinde elde edilen veriler şu şekildedir:

1. Ahilik size ne ifade ediyor?

•1. Katılımcı Ahilik Kültürü, Müslüman esnafların kendi aralarında kurdukları sosyal yardımlaşma örgütü; zaman içerisinde at binip, kılıç kuşanıp, yaşadıkları memleketi askeri anlamda savunacak kadar da genişleyen bir örgüt olmuştur şeklinde cevap vermiştir.

•2. Katılımcı Ahiliğin temel felsefesi, Anadolu'da ticaretin kanunlarla belirlenmediği zamanlarda ticaretin kurallarını ve kanunlarını belirlemekmiş. Bugünkü Esnaf Odaları, Ticaret Odalarının temellerinin atıldığı bir kurum şeklinde cevap vermiştir.

•3. Katılımcı Ahiliğin özünde temizlik, dürüstlük ve ciddiyetin yatmaktadır şeklinde cevap vermiştir.

2. Ahilik Kurumunun topluma yansımaları nasıl olmuştur?

•1. Katılımcı Ahilik Kültürü, yardımlaşma, kardeşlik Ahiliğin özünü oluşturmaktadır. Özellikle 700 yıldır süregelen Esnaf Duası sırasında zor durumda olan ya da yeni açılacak dükkâna esnaflar olarak yardımda bulunulmuş. Dışarıda sergilenen teşhir ürünleri, malzemeleri geceleri kesinlikle toplanmaz, hırsızlık olayı olmazmış, güven ve saygı halen devam ediyormuş. Evlerde de anahtarlar kapının üzerinde durmuş ve geceleri bile kapıda asılı bırakılmış. Ahiliğin süregelen bir etkisi olarak, esnaflar, kısa süreli işlerini hallederken bile dükkânlarını açık bırakırlarmış ve dükkânın kapatılmasının gelen müşteriye ayıp olacağını düşünürlermiş şeklinde cevap vermiştir.

•2. Katılımcı Ahi Evran demek yılan dostu demekmiş, yani yılan bile hoşgörü, anlayış gösteren demekmiş. Mudurnu'nun Ahilikle tanışması Ahi Evran değil, Şeyh Edebalı aracılığıyla olmuştur. Nevşehir'de yaşadığına dair bilgiler bulunduğunu, ardından Eskişehir'e geldiğini biliyoruz. Mudurnulularda çok fazla seyyah, gezgin olduğu için Şeyh Edebalı ile karşılaşmış ve esnafın Arasta Çarşı denilen yerde üretim yapılmasından kaynaklanan esnaf kurallarını bunlara öğretmiş, bu çarşıda düzeni sağlamış ve teşkilat kurmuşlardır. Ahiliğin eğitime katkısı çok olmuştur. Meslek eğitiminde gençler ustasının yanında sadece mesleği değil, toplumsal ilişkiler,

ahlak kurallarını öğreniyormuş. Bunun yanında "birikme" denilen enstrüman çalmanın öğrenildiği toplantılar yapılmış. Mudurnu'da ud, kaval, ney, kanun çalma öğreniliyormuş. Esnaf gruplarının 8-10 tane birikmesi olurmuş. Yetenek ve yaşına göre bu eğitimler ve gruplar oluşturulmuştur. Mudurnu'da bu nedenle Ahilikle birlikte bando takımı da oluşturulmuştur. 1934 yılında Atatürk Bolu'ya geldiği zaman Bolu'da kullanılan bando takımı Mudurnu'nun bando takımındır. 15-20'ye yakın müzik aleti çalınabiliyormuş. Terzilik, demircilik, dericilik, süpürgecilik, ayakkabıcılık gibi esnaf pirleri denilen ustalar örnek alınır; dualar sırasında bu sanatkârların ismi söylenirmiş, esnafların babası denilen Ahi babası çarşıya getirilen tuz, pamuk, deri gibi ürünlerin kalitesini kontrol edip fiyatını belirlermiş. Ayrıca Ahi babası ve kahyası tüketiciden şikayet alırsa, ürünü inceler, ürünü kötü yaptığı tespit edilen esnaf uyarılmış. Bunun, günümüzdeki yansıması Tüketici haklarının ortaya çıkması şeklindedir. Aynı şekilde kunduracılar -ayakkabıcılar- uyarı alırsa ve kötü davranışlarına devam ederlerse ayakkabı dama atılır ya da çakılırmış. Bunun günümüze yansıması ise kullandığımız "pabucunu dama atma" deyimidir şeklinde cevap vermiştir.

•3. Katılımcı Ahilikte giyilen giysilerin her birinin bir anlamı vardır; şalvar dünya içinde kalmayı ve mücadeleyi, kama Alperenliği ve gaziliği, şed-kuşak sağlamaştırmayı, hırka-aba mürit olmayı (ancak sadece şeyh, kethüda gibi zaviyede görevli olanlar giyinirmiş), ak börk denilen külahları eskiye bağlılığı, takke-tac külah yerine kullanılmırmış, davul ve sancak ise hâkimiyet alameti anlamlarına gelmektedir. Ahiler bayramlarda ve çeşitli amaçlarla yapılan törenlerde kendilerine özgü olan elbiseleri giyinip, davul ve sancaklarıyla geçit törenine katılırlarmış şeklinde cevap vermiştir.

4. SONUÇ ve TARTIŞMA

Yapılan analiz ve değerlendirmeler neticesinde katılımcılardan %9'u "Hayır", %66'sı "Evet" cevabı ile değerlendirmede bulunmuştur. Araştırma sonuçları, Ahilik Kurumu'nun yeteri kadar bilindiğini ortaya koymaktadır. Bu sonucu çalışmamızdan elde edilen bulgularda görmekteyiz. Katılımcılardan 46 ve üzeri yaş grubunun %94'ü Ahiliği bilme konusunda evet cevabını vermiştir. Bu sonuç, Ahiliğin tanınmasında aile veya diğer faktörleri akla getirmektedir.

1. soruya "evet" veya "kısmen" cevabını veren 150 kişi 2.soruyu cevaplandırmıştır. Uygulanan anket formunun 2. Sorusunda Ahilik ile ilgili bilgileri nereden edindikleri hakkında bilgi verilmesi istendiği zaman; 26 kişi eğitim (okul-öğretmen-hoca), 8 kişi aile, 8 kişi Mudurnu gezisi sırasında, 2 kişi çevremdeki Ahilik Kültür Haftası

etkinliklerinden edindiklerini belirtmişlerdir. Geriye kalan 35 kişi "Medya" cevabını vermiştir. Görüldüğü üzere medyanın Ahiliğin bilinmesindeki etkisinin yetersiz olduğu fark edilmektedir.

Araştırmamız kapsamında yaptığımız medya takibi ve çözümlemesinde şu sonuçlara varılmıştır:

- Verilen bilgilerin doğruluğunun kesin olduğu ve gerçeği yansıttığını,
- Haberlerin güncel bilgiler içerdiğini,
- Konuyla ilgili sürekli değil, Ahilik haftası gibi zamanlarda haber yapıldığı,
- Yerel olarak haber yapıldığını; sadece Mudurnu ilçesinde kitap, dergi, broşür vs basılı araçların kullanıldığını gördük.

Elde ettiğimiz çalışma sonuçları araştırmanın problemi olan Ahiliğin tanınmasında medyanın önemi ve etkisinin yeterli olmadığı düşüncesini destekler niteliktedir. Anketimizde 3. Soru olarak "Medya araçlarında Ahiliğe yeteri kadar yer verildiğini düşünüyor musunuz?" sorusuna cevap veren kişilerin yeterli olmamasını yaptığımız bu incelemelerle de ispatlamış olduk. Yani bu konuya medya araçlarında yeterince yer verilmediği sonucuna varabiliriz.

KAYNAKLAR

- Binbaşıoğlu, C. (1986). Genel Öğretim Bilgisi: Kadıoğlu Matbaası. Ankara-Türkiye.
- Bolu Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü [İKTM] (2009). Bolu Kültür ve Turizm Rehberi: Kemal Matbaacılık. Bolu-Türkiye.
- Çetin, E. (2009). "Türkiye'nin Ahi Babası Mudurnu'dan Çıktı." Erişim adresi: <https://www.bolununesi.com/haber/122247/turkiyenin-ahi-babasi-mudurnudan-cikti> Son Erişim Tarihi: 16.06.2021.
- Doğanay, H. (2002). Coğrafya Öğretim Yöntemleri: Aktif Yayınevi. Erzurum-Türkiye.
- Durak, İ., Yücel, A. (2010). "Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2): 151-168.
- Durak, İ. (2016). "Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve". Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 47 (Ocak-Haziran): 101-120.
- Ekici, M., F., P. (2013). "Ege Üniversitesi" Deneyimleriyle Somut Olmayan Kültürel Mirası" Yaşatarak Koruma". Milli Folklor, 25 (100): 50-60.
- Eroğlu, F. (2015). Davranış Bilimleri: Beta Yayınları. İstanbul-Türkiye.
- Gümüşdoğrayan, O. (2014). "Üç Seyyaha Göre Bolu." Erişim adresi: <https://www.mudurnuhaber.com/uc-seyyaha-gore-bolu> Son Erişim Tarihi: 05.06.2021.
- Güneş, M. (2018). "Bir Ahi Olarak Ebü Hanife". Gökbel, A., Doğan, A. (Ed.). XIII. Yüzyıla Kadar Türk ve İslam Dünyasında Ahiliğin Temelleri: Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Yayınları. Ankara-Türkiye, 627-644.
- Gümüş, G. M., Pilgi, S. (2018). "Mudurnu Ahilik Geleneğini Yaşatıyor." Erişim adresi: <http://boluiletisim.ibu.edu.tr/2018/05/22/mudurnu-ahilik-geleneğini-yasatiyor> Son Erişim Tarihi: 16.06.2021.
- Kaplan, M. (1999). Kültür ve Dil: Dergah Yayınları. İstanbul-Türkiye.

Ders müfredatında veya pek çok ortamda Ahilik Kurumunun ilimizle bağlantısı yeteri kadar verilmemektedir. Bu konuda yapılmış çalışmalara samimi ve ciddi bir gözle bakıldığında ortaya yeterli bir bilgi birikimi de çıkmamaktadır. Çocukların ilgisinin ilk önce yaşadığı yer, çevre olduğunu unutmamak gereklidir. Öğretimin verimli olabilmesi için bu şartların unutulmaması, çocuğun kendi çevre şartlarını göz önünde bulundurması gereklidir (Binbaşıoğlu 1986, 23). Öğrencilerin, çocukların en iyi şekilde öğrenip algıladıkları ortam yaşadıkları ve ilgi kurdukları ortamlardır (Doğanay 2002, 150). Bu çalışmamızdan elde edilen sonuca göre, Ahilik Kurumunun kişilerin içinde buldukları bölgeye, coğrafyaya etkileri yeteri kadar bilinmemektedir. Bu denli önemli etkileri olan bir kurumu öğrenen bireyler öz değerlerine bağlı, kültürel mirasının korunmasına ve devamlılığına önem veren bireyler olacaktır.

Tarihi bilgiye sahip olmak geleceğin teminatçısı çocuklar, gençler için çok önemlidir. Vatanseverlik, birlik beraberlik gibi değerlere sahip olunabilmesi konusunda evlatlarımıza destek olmak, konuyla ilgili olarak da tarihi bilgiyi onlara en iyi şekilde vermek gereklidir (Kaplan 1999, 50).

- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB] (2005). İlköğretim Türkçe Dersi (1-5. Sınıflar) Öğretim Programı ve Kılavuzu: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi. Ankara.
- Mora, N. (2008). "Medya ve Kültürel Kimlik". Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5 (1): 1-14.
- Mudurnu Belediyesi (2015). "Mudurnu'da Ahilik Geleneği." Erişim adresi: <https://mudurnu.bel.tr/mudurnu/ahilik-ve-esnaf-duasi> Son Erişim Tarihi: 16.06.2021.
- Mudurnu Belediyesi (2019). "Mudurnu Kültürü Birlikte Geceleri". Unesco Dünya Mirası Adayı Tarihi Ahi Kenti Mudurnu: XL Tanıtım Ajansı. İzmir-Türkiye.
- Nalçaoğlu, H. (2003). "Medya Ve Toplum İlişisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve". Sevdâ A. (der.) Medya ve Toplum (2005): IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul-Türkiye.
- Oğuz, M. Ö. (2009). "Somut Olmayan Kültürel Miras Ve Kültürel İfade Çeşitliliği". Milli Folklor Dergisi, 11 (82): 6-12.
- Ögel, B. (1978). Türk Kültür Tarihine Giriş - IV. Türklere Yemek ve Beslenme Kültürü: Kültür Bakanlığı Yayınları. Ankara-Türkiye.
- Süme, M. (2013). Evliya Çelebi'nin İzinde Bolu: Bengü Yayınları. Ankara-Türkiye.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB] (2015). Mudurnu Tarihi Ahi Kenti (Bolu). Erişim adresi: <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-137905/mudurnu-tarihi-ahi-kenti-bolu-2015.html> Son Erişim Tarihi: 05.06.2021.
- Veren, E. (2013). "Bolu-Mudurnu İlçesindeki Esnaf Duası Ritüelinin Folklorik, Edebi, Dini Ve Ahlaki Yönleriyle Analizi." Erişim adresi: http://mudurnululardernegi.org.tr/userfiles//BD/B_5.pdf. Son Erişim Tarihi: 05.06.2021.
- Yakupoğlu, C. (2007). "Kuzeybatı Anadolu'nun Sosyo-Ekonomik Tarihi XIII-XIV. Yüzyıllar". Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi. Ankara-Türkiye.