

Çocuklu ailelerin masalların konaklama işletmelerinde kullanılmasına dair görüşleri Opinions of families with children on the use of tales in accommodation businesses

Gönderim Tarihi / Received: 28.02.2023

Kabul Tarihi / Accepted: 08.12.2023

Doi: [10.31795/baunsobed.1351357](https://doi.org/10.31795/baunsobed.1351357)

Yusuf AYMANKUY¹

Şimal YAKUT AYMANKUY²

Damla KÜTÜKLÜ^{**3}

Beste DEMİR⁴

ÖZ: Somut olmayan kültürel miras unsurları (SOKÜM), toplumların kendilerine özgü yönlerini yansıtmaktadır. Toplumların farklı yönleri ile kimliklerinin benzersizliklerini ortaya koymalarında SOKÜM unsurlarının varlığı önem taşımaktadır. Bu nedenle SOKÜM unsurlarına yönelik bilinirliğin artması ve farkındalığın sağlanması, toplumların kendi kültürel kimliklerini ortaya koyması, bu kimliğin yaşatılması, gelişmesi ve gelecek nesillere aktarımının sağlanması açısından oldukça önemlidir. SOKÜM Unsurları arasında sözlü gelenek olarak değerlendirilen masallar, topluma ait değerlere yönelik izler taşıyan ve nesilden nesile aktararak günümüze kadar varlığını koruyan değerlerimiz arasındadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, çocuklu ailelerin masallara karşı farkındalıklarını belirlemek ve masalların konaklama işletmelerinde kullanımı ile ilgili görüşleri tespit etmektir. Bu nedenle veri toplama aracı olarak açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında 16 katılımcı ile görüşme sağlanmış ve katılımcıların masal dinleme yaş aralığında çocuk sahibi olmasına dikkat edilmiştir. Bulgular sonucunda, masalların katılımcılarda genellikle olumlu duygular çağrıştırdığı ve dünya masallarının Türk masallarına göre daha iyi bilindiği tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcılar, masalların konaklama işletmelerinde kullanılması durumunda, bunun tatil konaklama tercihlerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtmişler ve konu ile ilgili bazı önerilerde bulunmuşlardır.

Anahtar Kelimeler: Somut olmayan kültürel miras, Konaklama işletmeleri, Masallar

ABSTRACT: Intangible cultural heritage elements (INC) reflect the unique aspects of societies. The existence of ICH elements is important for societies to reveal their uniqueness in different aspects and identities. For this reason, increasing awareness and awareness of ICH elements is very important for societies to reveal their own cultural identities, to keep this identity alive, to develop and to ensure its transfer to future generations. Fairy tales, which are considered as oral traditions among the elements of ICH, are among our values that carry traces of the values of the society and have survived until today by being passed on from generation to generation. In this context, the aim of the research is to determine the awareness of families with children towards fairy tales and to identify the potential for the use of fairy tales in accommodation establishments. For this reason, a semi-structured interview form consisting of open-ended questions was created as a data collection tool. Within the scope of the research, 16 participants were interviewed and care was taken to ensure that the participants had children within the age range of listening to fairy tales. As a result of the findings, it was determined that fairy tales generally evoke positive emotions in the participants and world fairy tales are better known than Turkish tales. In addition, the participants stated that if fairy tales are used in accommodation establishments, this will positively affect their holiday accommodation preferences and made some suggestions on the subject.

Keywords: Organizational commitment, Organizational stress, Travel agency

** Sorumlu Yazar / Corresponding Author

¹Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim dalı,

yusufaymankuy@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7332-3271>

²Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/Gastronomi ve Mutfak Sanatları

Anabilimdalı, simalyakut@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1033-6424>

³YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm

İşletmeciliği Anabilimdalı, damla_kutuklu@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5717-8606>

⁴YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm

İşletmeciliği Anabilimdalı, bestedemir2014@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6295-1616>

EXTENDED ABSTRACT

Literature review

According to the studies in the literature, it is understood that animation activities are generally used in presenting intangible cultural heritage elements as a touristic product. In animation activities, Turkish nights usually come to the fore. However, product diversity is very important in the ever-changing and developing tourism market. For this reason, the evaluation of other elements in the SOKUM list in animation activities will be beneficial for both promotion and the continuity of these cultural elements. The reason why SOKÜM elements are in the field of interest of the tourism industry is that these elements are an important attraction factor especially within the scope of cultural tourism. Cultural tourism mediates the presentation of tangible and intangible cultural elements as a touristic product. Developed touristic products both create a source of financial income and prevent these elements from being forgotten. Myths, epics, songs, poems, fairy tales and anecdotes, which are accepted as intangible cultural heritage, fall into the group of oral traditions. Oral traditions are sometimes written down. For example, the first examples of tales were created in the oral environment, and then in both oral and written media. Tales, which are based on imagination and fiction, are conveyed by narrators who are well aware of the expression patterns and subtleties of oral culture with the aim of entertaining, educating, advising and comforting the audience. Fairy tales, which have important functions, have successful applications in the tourism industry such as theme parks, fairy tale routes and fairy tale houses. Ankara Wonderland, Derince Wonderland Beach and Eskişehir Fairy Tale Castle can be given as examples of these practices in Turkey. Ankara Wonderland and Derince Wonderland Beach in Kocaeli are very large areas and there are many fairy tale heroes such as Keloğlan, Rapunzel, Şirinler, Nasrettin Hoca, Hacivat and Karagöz.

Methodology

Qualitative research method was used as data collection method in the research. Because in qualitative research, facts and events are handled in their own context and the meanings that people attribute to them are tried to be interpreted (Altunışık et al., 2010). In qualitative research methods, the data is analyzed by descriptive or content analysis. In the interviews with the participants, the semi-structured interview form created by us was used and the interviews were evaluated with content analysis. Children's parks, which families prefer to entertain and spend time with their children, were determined as data collection areas by the researchers. A total of 20 participants were interviewed by the researchers, but 4 participants were not included in the study because their answers were not suitable for the subject.

Findings and discussion

When the answers given by the participants to the questions asked in the research are evaluated, it is understood that fairy tales are seen as a tool to entertain children, develop them, make them fall asleep and establish a kind of communication with children. Although the participants were aware of the importance of their tales in terms of culture, it was determined that they mostly focused on the emotions they created in the tales. When the participant's views are examined, it is seen that first of all, there are statements stating that families care about their children's happiness and spending quality time during their holidays.

When we look at the statements about the activities held in accommodation establishments; It has been determined that activities prepared by animation teams such as dance shows, musical entertainment, visual activities are mostly mentioned. While the participants expressed their expectations for the activities, it was determined that they talked about activities for fairy tales such as fairy tale telling houses, fairy tale workshops, fairy tale hours. It is seen that the participants mostly feel 'Excited', 'Happy' and 'Curious' while listening to fairy tales.

Results and recommendations

It has been determined that if tales are used in accommodation establishments, this is a factor that will positively affect the preferences of the participants towards these establishments. Also, it is understood that the participants agree that it would be more beneficial to present tales not only in audio but also in

visual form in accommodation establishments. It is suggested by the participants that tales be used in animations in accommodation establishments, children's clubs (mini club) and theatrical performances. In addition, the participants expressed their opinion that the power of social media, which is one of the most used marketing tools today, should be used in order to increase the awareness of tales as a cultural element. Also, it has been determined that even the participants who did not listen to fairy tales as children regularly tell stories to their own children. This situation can be associated with the fact that today's parents are more interested in the educational aspects of fairy tales and they see fairy tales as an activity that brings family members together. Participants see storytelling as a method to relieve the discomfort they feel, especially because parents, who have busy working conditions, cannot spare enough time for their children.

Giriş

Kültür, Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 05.08.2022a). 1700’lü yıllara kadar daha çok ekin ve tarım ile ilişkilendirilen kültür kavramı, sonraları insanların yaşam biçimlerini ve deneyimlerini ifade eden bir kavram haline gelmiştir (Günden, 2021). Bu yönüyle kültür, bir toplumu diğerlerinden ayıran kimlik olarak kabul edilmektedir (Hofstede, 2001). Kültür kavramı ile yakından bağlantılı olan bir diğer kavram ise kültürel mirastır. “Kültürel miras bir yerin geçmiş veya şimdiki kültürünü içeren ‘sanatsal, mimari, tarihi, arkeolojik, etnografik ve paleontolojik olarak öneme sahip taşınır/taşınmaz ve somut/somut olmayan bütün varlıkları kapsamaktadır”(Aşılıoğlu ve Memlük, 2010: 185). Kültürel miras, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) tarafından 17 Ekim 2003 tarihinde Paris’te imzalanan Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ne göre somut ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır (UNESCO, 03.08. 2022). ‘Tarihi köyler, binalar, arkeolojik alanlar, kültürel manzaralar, kültürel objeler ve kültürel varlıklar gibi gözle görülebilen fiziki eserler somut kültürel miras, sözlü gelenekler, ritüeller, uygulamalar, el ve gösteri sanatları ise somut olmayan kültürel miras olarak kabul edilmektedir’ (KTB, 05.08.2022).

Somut olmayan kültürel miras, (SOKÜM) *“toplulukların ve kimi durumlarda bireylerin kültürel mirasının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, bilgiler, anlatımlar, temsiller, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar”* olarak tanımlanmaktadır (AREGEM, 05.08. 2022). Bu kültürel unsurların miras olarak kabul görmesi için toplumun her bireyi tarafından sahip çıkılması gerekmektedir. Aynı zamanda kabul gören bu unsurların; somut ise korunması ve onarılması soyut ise; sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir (Mourato ve Mazzanti, 2002). SOKÜM unsurları varlığını nesilden nesile aktararak korumakta ve bu nedenle geçmiş ile gelecek arasında bir köprü görevi görmektedir. Bu değerler, gelecek kuşaklara ve ilerleyen zamana aktarılmadığında kültür olma özelliğini kazanamamakta (Kolaç, 2019: 20) ya da kazanmış olduğu bu özelliğini yitirmektedir (Ekici ve Fedakâr, 2013: 52).

SOKÜM unsurlarını korumak için gerekli çalışmalar 2000’li yılların başında başlamıştır. UNESCO’nun 17 Ekim 2003 tarihinde Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi’ni kabul etmesi bu konuda atılan ilk adımlardan biridir. Sözleşme, kurucu üyeler içinde yer alan Türkiye’de ise 21 Ocak 2006 tarih ve 26056 Sayılı Resmî Gazete ’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş ve Türkiye’nin taraf olma süreci 27 Mart 2006 tarihinde tamamlanmıştır (UTMK, 10.08.2022a). Bu sözleşmeye göre SOKÜM kapsamında kabul edilen unsurlar (AREGEM, 05.08. 2022);

- “Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar (efsaneler, masallar, destanlar, atasözleri, halk hikayeleri, fıkralar vb.)
- Gösteri sanatları (meddah, kukla, karagöz, halk tiyatrosu vb.)
- Toplumsal uygulamalar, şöenler ve ritüeller (düğün, nişan, nevruz, doğum vb. kutlamalar)
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.)
- El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkâri, bakırcılık, halk mimarisi vb.) olarak gruplanmaktadır.

Türkiye’nin 2023 verilerine göre UNESCO tarafından kabul edilmiş 20 adet somut olmayan kültürel miras unsuru ile 2 adet acil koruma gerektiren somut olmayan kültürel miras unsuru bulunmaktadır. Türkiye’nin sahip olduğu güncel somut olmayan kültürel miras listesi kabul edildiği yıllar ile birlikte Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Türkiye'nin sahip olduğu somut olmayan kültürel miras listesi

Türkiye Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi			
Meddahlık Geleneği	2008	Geleneksel Çini Sanatı	2016
Mevlevi Sema Törenleri	2008	Bahar Bayramı Hıdırellez	2017
Aşıklık Geleneği	2009	Dede Korkut- Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği	2018
Karagöz	2009	Geleneksel Türk Okçuluğu	2019
Nevruz	2009	Minyatür Sanatı (Azerbaycan, İran ve Özbekistan ile Ortak Dosya)	2020
Geleneksel Sohbet Odaları (Barana, sıra geceleri vb.)	2010	Geleneksel Zekâ ve Strateji Oyunu: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala / Göçürme (Kazakistan ve Kırgızistan ile Ortak Dosya)	2020
Alevi- Bektaşî Ritüeli Semah	2010	Hüsn-i Hat, Türkiye'de İslam Sanatında Geleneksel Güzel Yazı	2021
Kırkpınar Yağlı Güreşleri Festivali	2010	Çay Kültürü: Kimlik, Misafirperverlik ve Toplumsal Etkileşim Sembölü (Azerbaycan ile ortak dosya)	2022
Geleneksel Tören Keşkeği	2011	İpek Böcekçiliği ve Dokuma için İpeğin Geleneksel Üretimi (Afganistan, Azerbaycan, İran, Tacikistan, Türkmenistan ve Özbekistan ile ortak dosya)	2022
Mesir Macunu Festivali	2012	Nasreddin Hoca/Molla Nesreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasyr Fıkra Anlatma Geleneği (Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Türkmenistan, Özbekistan ile ortak dosya)	2022
Türk Kahvesi ve Geleneği	2013	Acil Koruma Gerektiren Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi	
Ebru: Türk Kâğıt Süsleme Sanatı	2014	İshk Dili	2017
İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Kırıtma, Jupka, Yufka	2016	Geleneksel Ahlat Taş İşçiliği	2022

Kaynak: (UTMK, 20.08.2023b)

Tablo 1'de yer alan somut olmayan kültürel miras unsurları incelendiğinde 2015 yılı hariç her yıl listeye yeni değerlerin eklendiği ve listenin genişlediği görülmektedir. Bu nedenle Türkiye sahip olduğu toplam 25 somut olmayan kültürel miras değeri ile UNESCO'ya en çok unsur kaydettiren ilk 5 ülke içinde yer almaktadır (UTMK, 20.08. 2023b). İlerleyen süreçte envantere ve geçici listede yer alan unsurlarında gerekli süreçleri tamamlaması ile bu listenin daha da genişleyeceği öngörülmektedir.

Literatür taraması**SOKÜM ve turizm ilişkisi**

SOKÜM kavramı ve SOKÜM unsurları ile ilgili akademik alanda birçok çalışma yürütülmektedir. Bu çalışmaların özellikle halkbilim, mimarlık, müzecilik, eğitim, el sanatları ve turizm alanlarında gerçekleştirildiği görülmektedir. Baytok vd., (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmada SOKÜM konulu bilimsel yayınlar bibliyometrik olarak incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, bu konudaki araştırmaların daha çok 2015 yılı sonrasında artış gösterdiği ve araştırmaların hem tez hem makalelerde en çok Türk Halk Bilimi ile Turizm İşletmeciliği anabilim dalı tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Birçok alanla ilişkisi bulunan somut olmayan kültürel miras unsurları, her disiplin tarafından

farklı yönleri ile ele alınmaktadır. SOKÜM unsurlarının turizm endüstrisinin ilgi alanına girme nedeni ise, bu unsurların özellikle kültür turizmi kapsamında önemli bir çekicilik unsuru olmasından kaynaklanmaktadır (Ar, 2015: 32). Kültür turizmi, somut ve somut olamayan kültürel unsurların turistik bir ürün olarak sunulmasına aracılık yapmaktadır. Geliştirilen turistik ürünler, maddi gelir kaynağı oluşturmakta ve bu unsurların unutulmasına engel olmaktadır (Uslu ve Kiper, 2006; Uygur ve Baykan, 2007). Turizm destinasyonlarının tanıtım faaliyetlerinde ve tüketimlerinde (ziyaretlerde) odak noktası genellikle somut kültürel miras unsurları olmasına rağmen, her geçen gün SOKÜM unsurları da artarak turistik bir ürün olarak ön plana çıkmaktadır (Esfehani ve Albrecht, 2019: 1). Bu nedenle ilgili alan yazında SOKÜM unsurlarının turistik ürün olarak sunulmasına yönelik birçok araştırma da bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Türker ve Çelik (2012) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, araştırmanın amacı, SOKÜM unsurlarının turistik ürün olarak mevcut kullanımını incelemek ve alternatif ürün geliştirme örnekleri sunmak olarak ifade edilmiştir. Araştırmacılar geliştirilecek turistik ürünlerde sürdürülebilirliğin önemi üzerinde durmuşlar, aynı zamanda deneyimlenen ürünlerin orijinal ve özenli olması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Bu çerçevede çalışmada SOKÜM unsurları içinde yer alan Mevlâna sema gösterileri, Türk kahvesi, Karagöz-Nasrettin Hoca- Keloğlan gösterileri, Türk mutfağı, el sanatları, Ramazan eğlenceleri ve festivallerin turistik ürün olarak kullanılmasına yönelik bazı öneriler geliştirilmiştir.

Çapar ve Yenipınar (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada da, somut olmayan kültürel miras unsurlarından yöresel yiyeceklerin turizm amaçlı kullanılması ile birlikte bölgeye sağladığı avantajlar ve bu yöresel yiyeceklerin kültür tanıtımındaki rolü incelenmiştir. Konu ile ilgili ulusal ve uluslararası alan yazın taraması gerçekleştirilmiş ve yöresel yiyeceklerin bölge için önemli bir çekici unsur olduğu ifade edilmiştir. Ancak ticari menfaatler sonucunda aslına uyun olmayan ya da taklit ürünlerin de bulunduğu ve bu durumun kültürel yozlaşmaya neden olduğu vurgulanmıştır.

Ayvacı ve Gülcan (2017) ise araştırmalarında, SOKÜM unsurlarının turistik bir ürün olarak animasyon faaliyetlerinde kullanım potansiyelini ortaya çıkarmayı ve ilgili tezlerde bu konunun nasıl incelendiğini irdelemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, SOKÜM unsurlarının turizm işletmelerindeki animasyonlarda önemli bir rekabet fırsatı yarattığı, ancak ne uygulama ne de araştırmalarda bu konunun yeteri kadar ele alınmadığı ifade edilmiştir.

Öztürk ve Öncüer Çivici (2018) araştırmalarında SOKÜM unsurlarının Türkiye turizm tanıtım afişlerinde ne şekilde ve nasıl kullanıldığını belirlemeyi amaçlamışlardır. Göstergibilim analizi kullanılan araştırmanın sonucunda sadece Çinicilik, Ebru, Türk kahvesi ve geleneği, Mevlevi sema töreni ve Karagöz unsurlarının afişlerde yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırmacılar, listede yer alan diğer unsurlarında afişlerde yer almasının Türkiye'nin uluslararası tanıtım çalışmalarında fayda sağlayacağını savunmaktadırlar.

Metin (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın amacı, animasyon etkinliklerinde kullanılan Türk gecelerinin Türk kültürü ile uyumunu tespit etmek ve Türk gecelerinin içeriğini somut olmayan kültürel miras unsurlarını ile geliştirmeye yönelik öneriler sunmak olarak belirlenmiştir. İkincil veri kaynakları kullanılarak gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarında ise Türk gecelerin Türk kültürünü tam olarak yansıtmadığı ve içeriğinin kısıtlı olduğu tespitine ulaşılmıştır. Bu nedenle Türk gecelerinde içeriğin somut olmayan kültürel miras unsurları ile zenginleştirilmesi gerektiği önerisi sunulmuştur.

Yuan, Gan ve Zhuo (2022) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın amacı, turizm kaynakları ile SOKÜM arasındaki bağlantıyı analiz etmek ve kültür turizmi bağlamında SOKÜM unsurlarını canlandırma ya da geliştirme yollarını tespit etmek olarak belirlenmiştir. Çin'in Hunan eyaletinde 137

SOKÜM unsuru ile gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarında, SOKÜM unsurlarının dağılımının daha çok Hunan eyaletinin batı ve orta doğu bölgelerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bölgelerdeki bu kümeleşmenin nedeni olarak ulaşım ve altyapı farklılıkları gösterilmektedir. Ulaşım ve alt yapı imkânı daha iyi olan bölgelerde SOKÜM unsurlarının sayısı daha fazladır. Bu nedenle ulaşım imkanlarının somut olmayan kültürel mirasın gelişimi için fırsat yarattığı söylenebilmektedir. Araştırmada somut olmayan kültürel mirasın gelişimi için ulaşım ve altyapı çalışmalarına yatırım yapılması önerilmektedir.

Alan yazındaki araştırmalara göre, SOKÜM unsurlarının turistik bir ürün olarak sunulmasında genellikle animasyon faaliyetlerinin kullanıldığı anlaşılmaktadır. Animasyon faaliyetlerinde ise genellikle Türk geceleri ön plana çıkmaktadır. Ancak sürekli değişen ve gelişen turizm pazarında ürün çeşitliliği oldukça önemlidir. Bu nedenle animasyon faaliyetlerinde SOKÜM listesinde bulunan diğer unsurlarının da değerlendirilmesi hem tanıtım hem de bu kültürel unsurların devamlılığı için faydalı olacaktır.

SOKÜM unsuru olarak masallar

Somut olmayan kültürel miras olarak kabul edilen mitler, destanlar, şarkılar, şiirler, (Prott ve Keefe, 1992) masallar ve fıkralar (Ahmad, 2006) sözlü gelenekler grubuna girmektedir. Sözlü gelenekler bazı durumlarda yazıya geçirilmektedir. Örneğin masalların, ilk örnekleri sözlü ortamda, daha sonra da hem sözlü hem de yazılı ortamda oluşturulmuştur. Hayal gücü ve kurgu temelli olan masallar, sözlü kültürün anlatım kalıplarını ve inceliklerini iyi bilen anlatıcılar tarafından dinleyicileri eğlendirmek, eğitmek, öğüt vermek ve rahatlatmak amacı ile aktarılmaktadır (Bayraktar, 2014:24). Sözlü gelenek unsurları, kültürel bir gen haritasına benzetilmektedir ve kültürel aktarım için oldukça önemlidir (Özünel, 2011; Türker ve Çelik, 2012). Ayrıca sözlü gelenekler, yazılı kültüre kıyasla bireylerin yaşamlarında daha büyük etki yaratmaktadır (Yıldırım, 1998: 16).

Türkçe 'ye Arapça "mesel" kelimesinden geçen "masal" TDK tarafından "*Genellikle halkın yarattığı, hayale dayanan, sözlü gelenekte yaşayan, çoğunlukla insanlar, hayvanlar ile cadı, cin, dev, peri vb. varlıkların başından geçen olağanüstü olayları anlatan edebî tür*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 08.08.2022b). Bir başka tanımda masal, "*Halk arasında anlatıla gelen, sözlü edebiyatımızın, kolektif ruhumuzun önemli bir parçası olan; kahramanları hayali olan, olayların geçtiği yer ve zamanın gerçeğe ilgisi olmayan; olayların gelenekte belli bir sıra ve düzenle oluşturulduğu bir nesir türüdür*" (Kumartaşlıoğlu, 2006: 70) olarak ifade edilmektedir. Masalların genellikle üç bölümden oluştuğu görülmektedir. Bu bölümler masalın başı, masalın kendisi ve masalın sonudur. Masal başı tekerleme ile başlayan kısımdır. En çok kullanılan masal tekerlemeleri "*Evvel zaman içinde kalbur saman içinde zaman içinde, deve tellal iken, pire bakkal iken, ben babamın beşiğini tıngır mungır sallan iken*" veya "*bir varmış, bir yokmuş, ...*" gibi sözlerle başlamaktadır. Bu giriş dinleyicinin az sonra içine gireceği hayal dünyasına bir hazırlanma sürecidir. Daha sonra masalın asıl bölümüne geçilir ve olayların yaşandığı kısım burasıdır. Kapanış ise yine kalıplaşmış cümleler olan "*Onlar ermiş muradına biz çıkalım kerevetine*" ya da "*Gökten üç elma düşmüş, biri kahramana, biri anlatana, biri de dinleyenlere*" cümleleri ile bitirilmektedir (Oğuz, 2008).

Masal ve hikâye anlatıcılığı profesyonel bir meslektir (Özünel, 2011: 61). Bu mesleğin de diğer meslekler gibi özel gereksinimleri bulunmaktadır. Oruç ve Çağır (2020) masal anlatıcılığı eğitimi alan 78 kişi ile bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmada katılımcılar bir masal anlatıcısında olması gereken özellikleri; "*Doğru Nefes, Sesin Uygunluğu ve Tonu, Diksiyon, Anlatım Öncesi Hazırlık, Anlatım Esnası, Geniş Kelime Hazinesi, Yaş Grubuna Uygun Kelimeler, Dış Görünüm, Jest ve Mimikler, Gözlem Yapabilme, Dinleyici Grubu Tanyabilme, Değer Aktarımını Önemseme, Masalın İçeriğine Hâkim Olma, Gelişmiş Soru Sorma Becerisi, Genel Kültüre Sahip Olma, Eğlenceli Anlatım, Kişisel Gelişim*" temaları altından belirtmiştir. Doğru kişiler tarafından doğru yöntemler ile aktarılan masalların amaçları (Oruç ve Çağır, 2020):

- Eğlendirerek öğretmek,
- İyi davranışlara yönelme ve kötü davranışlardan kaçınma,
- Kişisel gelişime katkı sağlamak,
- Dinleme becerisi kazandırmak,
- Değer ve töreleri yaşatarak toplum kurallarına destek vermek,
- Kültürün genç kuşaklara aktarılması olarak sıralanmaktadır.

Önemli işlevleri bulunan masalların turizm endüstrisinde temalı parklar, masal rotaları ve masal evleri gibi başarılı uygulamaları bulunmaktadır. Türkiye’de bu uygulamalara örnek olarak Ankara Harikalar Diyarı, Derince Harikalar Sahili ve Eskişehir Masal Şatosu verilebilir. Ankara Harikalar Diyarı ve Kocaeli’nde bulunan Derince Harikalar Sahili oldukça geniş alanlardır ve içinde Keloğlan, Rapunzel, Şirinler, Nasrettin Hoca, Hacivat ve Karagöz gibi birçok masal kahramanı bulunmaktadır (harikalarsahili.com, 05.08.2022). Çocukların aileleri ile eğlenceli zamanlar geçirebileceği bu alanlar, masal kahramanlarını daha yakından tanıma fırsatı sunmaktadır. Eskişehir’de bulunan masal şatosu ise oldukça farklı bir konseptte hizmet vermektedir. Bu mekânda masal anlatıcıları eşliğinde turlar düzenlenmektedir. Farklı tur çeşitleri içinde çocukların aktif rol alabileceği turlar da bulunmaktadır (masalsatosu.com, 05.08.2022).

Dünyada masal ve turizm olgularını bir araya getiren en başarılı yerlerden biri ise Almanya’dır. Ünlü masal yazarı Grimm kardeşlerin masallarını takip eden ve Hanau’dan başlayarak Bremen’e kadar giden bir rota bulunmaktadır. “Masal yolu” olarak adlandırılan bu rota her yıl milyonlarca ziyaretçi çekmektedir. Masallara yeni bir bakış açısı getiren uygulama ile beraber masallar sadece metin olmaktan çıkmıştır. Bu rota sayesinde masalların üretildiği ve aktarıldığı mekanların önem kazanması sonucu farklı bir turistik çekicilik oluşmaktadır (Hemme, 2005; Oğuz ve Özünel, 2019). Resim 1’de Gimm Kardeşler Masal Yolu haritası gösterilmektedir.

Resim 1: Almanya masal yolu rotası



Kaynak: (Masal Rotaları, 03.08.2022).

Yöntem

Araştırmanın temel amacı, çocuklu ailelerin SOKÜM değerleri içinde yer alan masallara dair farkındalıklarını ortaya çıkarmak ve masalların konaklama işletmelerinde kullanılmaları durumunda bu uygulamaya olan görüşlerini tespit etmektir. Bu nedenle araştırma, masal dinleme yaşında çocukları olan katılımcılar ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çünkü nitel araştırmada, olgu ve olaylar kendi bağlamında ele alınarak kişilerin onlara yüklediği anlamlar yorumlanmaya çalışılmaktadır (Altunışık vd., 2010). Nitel araştırma yöntemlerinde veriler ise betimsel ya da içerik analizi yolu ile analiz edilmektedir. Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerde tarafımızdan oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve görüşmeler içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında öncelikle, Balıkesir Üniversitesi sosyal ve beşerî bilimler etik kurulu tarafından, 08.06.2022 tarih ve 91739084/605.99 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmaya ilişkin nitelikli veri elde edebilmek ve katılımcılara kolay ulaşabilmek adına, ailelerin çocuklarını eğlendirmek ve çocuklarıyla vakit geçirmek için tercih ettikleri çocuk parkları araştırmacılar tarafından veri toplama alanı olarak belirlenmiştir. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün tespit edilebilmesi için kullanılan genel geçer bir formül bulunmamaktadır (Morgan ve Morgan, 2008; akt. Baltacı, 2018). Diğer taraftan elde edilen verilerin tekrar edilmeye başlandığı gözlemlendiğinde teorik doygunluğa ulaşıldığı varsayılmakta ve tekrarın başladığı nokta esas alınmaktadır (Walls vd., 2011). Bu kapsamda araştırmada toplamda 20 katılımcı ile görüşülmüş ve 4 katılımcının yanıtları konuya uygun bulunmadığından araştırmaya dâhil edilememiştir. Veriler 01.07.2022- 30.07.2022 tarih aralığında toplanmıştır. Bununla birlikte, veri toplama alanı olarak tercih edilen çocuk parklarında genellikle annelerin bulunması nedeniyle, çalışma katılımcıları, 14 kadın ve 2 erkekten oluşmaktadır. Katılımcılara K(1)' den K(16)' ya kadar kodlar verilmiştir.

Bulgular ve tartışma

Araştırmaya katılan örneklem grubuna ait demografik özellikler Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Ebeveynlerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler

Katılımcı	Yaş	Eğitim	Meslek	Yaşadığı Yer	Çocuğun Yaşı	Çocuğun Cinsiyeti
K(1)	(46-54)	İlköğretim	Serbest Çalışan	Balıkesir	4	Kız
K(2)	(36-45)	Ortaöğretim	Ev hanımı	Balıkesir	7	Erkek
K(3)	(36-45)	Lisansüstü	Akademisyen	Balıkesir	3	Kız
K(4)	(26-35)	Lisansüstü	Akademisyen	Balıkesir	4	Erkek
K(5)	(36-45)	Ortaöğretim	Sekreter	Giresun	3	Erkek
K(6)	(36-45)	Lisans	Memur	Kocaeli	3	Erkek
K(7)	(46-54)	İlköğretim	Memur	Balıkesir	5	Kız
K(8)	(46-54)	İlköğretim	Memur	Balıkesir	4	Kız
K(9)	(36-45)	Lisans	Memur	Kocaeli	3	Erkek
K(10)	(26-35)	Ön Lisans	Öğretmen	Giresun	4	Erkek
K(11)	(26-35)	Lisans	Ev Hanımı	Giresun	3	Erkek
K(12)	(36-45)	Ortaöğretim	Ev Hanımı	Giresun	5	Kız
K(13)	(36-45)	İlköğretim	Sekreter	Giresun	7	Erkek
K(14)	(26-35)	Lisans	Yoga Eğitmeni	İstanbul	4	Kız
K(15)	(26-35)	Lisans	Öğretmen	Antalya	4	Kız
K(16)	(36-45)	Ortaöğretim	Ev Hanımı	İstanbul	5	Kız

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcı yaşlarının (36-45) yaş aralığında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum masal dinleme çağında çocuklara sahip olan ebeveynlerin, sahip olduğu ortalama yaş aralığının doğal bir sonucu olarak düşünülebilir. Katılımcıların çocuklarının sahip olduğu yaşlara ilişkin bulgular incelendiğinde ise, sahip olunan çocuk yaşlarının (3-7) yaş arasında değişmekte olduğu görülmektedir.

Yanıtlar incelendiğinde, 2.grup masallar içerisinde, ‘Külkedisi’, ‘Pinokyo’, ‘Kırmızı Başlıklı Kız’ ve ‘Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler’ masallarının tüm katılımcılar tarafından bilindiği görülmüştür. 2. grup masallar içinde yer alan ‘Fareli Köyün Kavalcısı’ masalı ve ‘Güiver’in Gezileri’ masalı ise 14 katılımcı tarafından bilindiği ifade edilmiştir. Prenses ve Bezelye Tanesi masalı ise 2. grup masallar arasında sadece 4 kişinin bildiğini ifade etmesiyle en az bilinen dünya masalı olmuştur. Türk masallarının yer aldığı 1. grup masallara gelindiğinde ise tüm katılımcılar tarafından bilinen tek masalın ‘Keloğlan Masalı’ olduğu görülmüştür. Diğer taraftan 1.grupta yer alan masallar içerisinde ‘Kurnaz Kurt’ masalını yalnızca 1 katılımcı bildiğini ifade etmiştir. Sonuç olarak 1. grup masallar içerisinde bilinen sadece iki masal olduğu görülürken, 2. Grupta yer alan masalların neredeyse tamamının tüm katılımcılar tarafından bilindiği görülmektedir. Bu durum dünya masallarının tanıtımı ve pazarlaması uygulamalarının başarısını gösterirken, Türk masallarına ilişkin tanıtımın eksikliğini ortaya koymaktadır. Araştırmanın örneklem grubunun Türk uyruklu vatandaşlardan oluşması ve buna rağmen Türk masallarının bilinmemesi ise, üzerinde durulması gereken önemli bir ayrıntı olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Çocukken en çok anlatılan masal ve anlatan kişi” Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcılara yöneltilen ‘Çocukken en çok dinlediğiniz masal nedir?’ ve ‘Kim anlatırdı?’ sorularına ilişkin yanıtlar incelendiğinde, 16 katılımcı içerisinde 5 katılımcı, çocukken kendilerine masal anlatılmadığını ifade etmiştir. Diğer katılımcıların yanıtları incelendiğinde ise en çok anlatılan masalın ‘Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler masalı ile Kırmızı Başlıklı Kız’ olduğu görülürken, en çok masal anlatan kişi ise ‘anne’ lerdir. Katılımcıların yanıtları doğrultusunda, oluşturulan tablo aşağıdaki gibidir.

Tablo 3: En çok anlatılan masallar ve anlatan kişiler

Masalın Adı	Sayı	Anlatan Kişi	Sayı
Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler	4	Anne	4
Kırmızı Başlıklı Kız	4	Baba	2
Külkedisi	1	Dede	2
Güneş Kız	1	Sınıf Öğretmeni	1
Yaşlı Nine ve Dede	1	Abla	1
		Babaanne	1

Tablo 3 İncelendiğinde Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler ve Kırmızı Başlıklı Kız masallarının en çok anlatılan masallar olduğu görülmektedir. Katılımcılar tarafından toplamda 5 masalın ifade edildiği ve bunlardan 1’inin anonim bir hikâye olduğu anlaşılırken, sadece 1’inin bir Türk masalı olduğu görülmektedir. Bu duruma ilişkin katılımcı sayısı üzerinden bir değerlendirme yapmak gerekirse, masal anlatılan 11 katılımcıdan yalnızca 1’inin Türk masalı dinlemiş olduğuna dair bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte masal anlatan kişiler arasında anne, baba ve dede öne çıkmaktadır. Diğer taraftan 5 katılımcının, kendilerine masal anlatılmadığını ifade ederken, bu durumdan dolayı duydukları özlem ve hüznün ifadelerine yansıdığı gözlenmiştir.

Bazı katılımcıların yanıtları aşağıdaki gibidir;

K1: Bize masal anlatan pek olmadı, yazın yaylaya kışın meraya giderdik, şimdiki çocuklar çok şanslı, ben torunuma çok sık masal anlatıyorum.

K2: Nerde kızım bizim zamanımızda mümkün mü? Ama ben anlatıyorum Keloğlan ve hayvan içerikli masalları okur anlatırım daha çok.

K13: *Bana kimse küçükken masal anlatmadı. Ama anlatmalarını isterdim. Okulda bile hatırlamıyorum. En çok babamdan masal dinlemek isterdim.*

K11: *Bize çocukken hiç masal anlatmazlardı. Yani anlatmadılar. Kırmızı Başlıklı Kız'ın kitabını çok istediğin için annem almıştı bana. Okulda duymuştum onu da. Öğretmenlerimden duyup merak etmiştim.*

K12: *Bize küçüklüğümüzde büyüklerimiz hep böyle kendi kültürlerini yansıtan, masallaştırılmış anonim şeyleri anlatırlardı. Biz okuma yazmayı öğrendikten sonra işte Kırmızı başlıklı kızı öğrendik. Ama dedelerimiz, babaannelerimiz çok güzel hikayeler anlatırlardı. Babaannem anlatırdı en çok. O tarz hikayeleri.*

“Çocuğunuza hangi sıklıkla masal anlatırsınız?” Sorusuna İlişkin Bulgular

Katılımcılara yöneltilen ‘çocuğunuza hangi sıklıkla masal anlatır / okursunuz?’ Sorusuna, 16 katılımcının 8’i her akşam, 6’sı haftada birkaç gün, 2 katılımcı ise haftada bir veya iki gün yanıtını vermişlerdir. Katılımcıların yanıtlarından, masal anlatma veya okumanın genellikle uykudan önce tercih edildiği anlaşılmaktadır. Bazı katılımcıların yanıtlarına aşağıda yer verilmiştir.

K3: *Ben sürekli anlatıyorum, uykudan önce özellikle, prensesli masallara bayılıyorum.*

K5: *Haftada birkaç gün anlatıyorum genellikle uykudan önce oluyor.*

K7: *Yani insanlar aileden ne görüyorsa onu yapıyor, masal anlatmak değil de daha çok hikâye kitapları okuyorduk her akşam.*

K8: *Uykudan önce genellikle, hikâye kitapları vasıtasıyla okuyorum ya da kendi kurguladığım masallar anlatırdım. Kitaptaki resimlerden masallar anlatıyorum.*

K11: *Aslında anlatıyorum ama, daha çok yaşına uygun hikayeler, hikâye kitapları okuyorum. Haftada bir iki gün hayvanlı şeyleri çok seviyor. Daha yeni yeni ilgisi oluşmaya başladı. Resimli kitapları seviyoruz.*

K12: *Yani biz çok sık okuyoruz ama ben aslına anlatmıyorum, kitaptan okumayı tercih ediyoruz. Böyle eğitici seriler var işte küçük karabalık, sevgi masalı, arkadaşlıklar arasında kıskançlık olmaz gibi eğitici kartasiye ürünü hikayeler alıyorum. Masala yakın kitaplar.*

Katılımcı ifadelerine bakıldığında, sözlü anlatım geleneği olarak bilinen masalların yerine, eğitici hikâye kitaplarının okunduğu anlaşılmaktadır. Bazı katılımcıların ise, masal anlatma ve hikâye kitabı okumak arasında herhangi bir ayırım görmediği ifadelerine yansımaktadır.

“Somut olmayan kültürel miras nedir? Sizce masallar kültürel miras mıdır?” Sorusuna ilişkin bulgular

Somut olmayan kültürel miras kavramının katılımcılarca bilinirliğini anlamaya yönelik yöneltilen soruya, 16 katılımcıdan 4’ ü ‘bilmiyorum’ yanıtını vermiştir. Diğer 12 katılımcının yanıtları doğrultusunda öne çıkan kavramlar kelime bulutu olarak aşağıda gösterilmektedir.

Şekil 2: Somut olmayan kültürel miras kavramına ilişkin kelime bulutu



Katılımcıların ‘Somut olmayan kültürel miras nedir?’ sorusuna ilişkin yanıtları sonucunda oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde, ‘gelenek ve görenek’, ‘örf ve adet’, ‘bayram’, ‘ritüel’, ‘düğün’ kavramlarının öne çıktığı görülmektedir. ‘Masal’ kavramı 2 katılımcı tarafından verilen yanıtlar arasında yer almaktadır. Söz konusu katılımcıların yanıtlarına aşağıda yer verilmektedir.

K4: *Masallarımız hikayelerimiz, gelenek göreneklerimiz diyebilirim. Tabi ki! zaten ilk masallarımızı söyledim.*

K8: *Örf ve adetlerimiz, yerel masallarımız mesela onlarda somut olmayan kültürel miras kapsamına girer.*

Katılımcılara yöneltilen ‘Masallar kültürel miras mıdır?’ sorusuna 1 katılımcı hariç tamamı masalların kültürel miras olduğu yanıtını vermiştir. 1 katılımcı ise soruya ‘masal hayal ürünüdür.’ şeklinde yanıt vermiştir. Bununla birlikte ‘Somut olmayan kültürel miras nedir?’ sorusuna ‘Bilmiyorum’ yanıtını veren katılımcılara, araştırmacılar tarafından ilgili kavramın tanımı yapılmıştır. Yapılan tanım doğrultusunda katılımcılar tarafından, masalların kültürel miras olduğu yönünde yanıtlar verildiği gözlemlenmiştir. Bu yanıtlardan bazıları, aşağıdaki gibidir.

K11: *Bilmiyorum. (Kavrama ilişkin tanım yapılmıştır.) Bence kültürel mirastır. Kesinlikle, benim ailem bana masalla ilgili bir şey katmamış mesela eksikliğini yetişkin olunca hissediyorum. Ve o eksikliği onun yaşamasını istemiyorum. Zaten gelişimi için hayal dünyası için de çok gerekli.*

K3: *Somut olmayan kültürel miras bir topluma ait gelenek göreneklerin gözlenemeyen ama hissedilen değerleridir diyebilirim ve masallar kesinlikle bu değerlere dâhildir. Masallar zaten toplumun kültürünü yansıtan bir anlatıdır.*

K10: *Bilmiyorum. (Tanımı katılımcıya yapılmıştır.) O zaman kesinlikle masallar kültürel mirastır.*

K15: *Öğretmen olduğum için şunu söylemek istiyorum. Özellikle Anadolu Masalları ile ilgili çalışmaları takip ediyorum ve projelerde yer aldım. Anadolu Masalları Türk halk kültürünü yakından tanıtan ve nesilden nesile aktaracak olan ürünlerdir. Masallar bir kültür aktarım aracıdır. Evet bir kültürel mirastır masallar.*

K14: *Bilmiyorum. Evet masallar kültürel mirasa girer, ama biz şuan fark ediyorum ki bunlardan çok uzaklaştık. Ders çıkarılacak çok güzel masallarımız var, geçmişten getirdiğimiz ve geleceğe bırakabileceğimiz güzel şeyler varken biz buna gereken önemi vermiyoruz.*

“Masalların Kültür açısından önemi nedir?” Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcılara yöneltilen ‘Somut Olmayan Kültürel Mirasın parçası olan masalların kültür açısından önemi nedir?’ Sorusuna ilişkin yanıtlar incelendiğinde, masalların kültürel açıdan bazı işlevlerinin öne çıktığı görülmektedir. Öne çıkan işlevler Tablo 4.’ de gösterilmektedir.

Tablo 4: Masalların kültür açısından önemi

Öne Çıkan İşlev	İfade edilme Sıklığı
Kültürün Aktarımı	6
Kültürün Öğrenme-Öğretilmesi	4
Kültürü Yansıtma	3
Kültürel Mesajlar verme	4
Kültürel Değerlerin Farkında olma	2
Kültürü Tanıtma	1

Tablo 4 incelendiğinde, ‘kültürün aktarımı’, ‘kültürün öğrenilmesi ve öğretilmesi’, ‘kültürel mesajlar verme’ işlevlerinin öne çıktığı görülmüştür. Katılımcıların yanıtları analiz edildiğinde, yanıtlar içerisinde birden fazla işleve yer verildiği görülmektedir. Bu nedenle, işlevlere ait ifadelerin sıklığı tablo üzerinde gösterilmektedir. Bununla birlikte yanıtlar arasında masalların ahlaki değerleri yansıtmak açısından önemli olduğuna dair görüşler bulunmaktadır. Bazı katılımcı yanıtlarına aşağıda yer verilmiştir.

K5: Kendi kültürümüzü yansıtıyor. Bu masalların içinde bize ait bizi var eden birçok unsur var.

K8: Her masal bir öğüt veriyor ve her masal bulunduğu kültüre ait değerleri aktarıyor. Sonuçta ait olunan kültürün aktarılması açısından önemli.

K12: İnsan hiç geçmişini unutmamalı. Bu teknoloji çağında bize aktarılan o somut olmayan değerlerimizin var olması ve unutulmaması gerekiyor. Ve biz de elimizden geldiğince çocuklarımıza aktarmalıyız. Bizim hem kültür olarak hem de inanış olarak Türk olduğumuzu ve ne olmamız gerektiğini gösterir.

K15: Masalların kültürel miras olduğunu düşünüyorum. Her yaşta insan masal dinlemekten hoşlanır. Ancak en çok da küçük yaşta çocuklar hoşlanır. Kültürümüzü küçük yaşta itibaren çocuklara benimsetmek için etkili bir yoldur.

“En sevdiğiniz masal nedir?” Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcılara yöneltilen ‘En sevdiğiniz masal nedir?’ Sorusuna yönelik yanıtlar doğrultusunda aşağıdaki Tablo 5 oluşturulmuştur.

Tablo 5: En sevilen masallar

Masallar	Kişi Sayısı
Külkedisi	5
Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler	3
Keloğlan Masalları	3
Kırmızı Başlıklı Kız	3
Rapunzel	3
Küçük Prens	1

Katılımcıların yanıtları doğrultusunda oluşturulan veriler incelendiğinde, en sevilen masallar arasında ilk sırada ‘Külkedisi’ masalı olduğu görülmektedir. Toplamda 16 katılımcı 6 masaldan bahsetmiştir ve

bu masallar arasında yalnızca ‘Keloğlan’ masalı bir Türk masalıdır. Bu duruma, kendisine herhangi bir soru yöneltilmemesine rağmen, açıklık getiren katılımcının ifadeleri şu şekildedir;

K5: *Çocuğum şu an küçük ama ben ona Dede Korkut masallarını anlatmak isterdim, çünkü bizim kültürel detaylarımızı taşıyor. Doğum gelenekleri, ölüm törenleri gibi .. Bunun dışında cesaret, doğruluk, dürüstlük gibi değerleri öğretiyor. Dünya masallarını çok iyi pazarlıyorlar o yüzden çok biliniyor. Oysa bizim Keloğlan masamızda ne kadar güzel mesajlar var.*

Katılımcının (K5), ifadeleri arasında dünya masallarının iyi pazarlandığına dair görüşler dikkat çekmektedir. Dünya masallarının bilinirliğinin en önemli nedenlerinden biri de medya ürünü olarak kullanılması gösterilebilir. Bu masalların, çizgi filmler ve animasyon filmleriyle sınırlı kalmamakla birlikte, yetişkinlere hitap eden sinema filmleri de bulunmaktadır. Buradan hareketle, ‘Keloğlan’ masalının bu araştırma sırasında en sevilen masallar arasında yer alması, diğer Türk masallarından farklı olarak, film ve çizgi filmlerinin bulunması ve yayımlanmasının etkili olduğu düşünülebilir. Konuya ilişkin bir diğer katılımcının görüşleri ise şu şekildedir;

K3: *Aklıma dünya klasiklerinden masallar geliyor ama aslında çok da mantıklı şeyler yok. Öğüt verici mi? Bence değil. Çoğu masalda özellikle dünya çapında ün yapmış masalarda cadı figürü ve üvey anne figürü var ve kızımız kurtarılmayı bekliyor erkek kahraman tarafından. Kahraman ilan edilen bir prens var ve sanki kızlar hep kurtarıcı bekliyor gibi. Çok mantıklı değil yani bence. Bizim masallarımızda daha insanın saf yönünü ortaya koyan, daha geleneksel değerlerin vurgulandığını görüyoruz. Türk masalları daha öğüt verici değerlere sahip.*

Katılımcılara ‘Masalların içerdiği evrensel değerler nelerdir?’ sorusuna ilişkin yanıtlar doğrultusunda aşağıdaki Tablo 6. oluşturulmuştur. Katılımcıların yanıtları içerisinde vurgulanan değerler birden fazla olduğundan, değerlerin ifade edilme sıklıklarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 6: Masalların içerdiği evrensel değerler

Evrensel Değerler	İfade Edilme Sıklığı
Adalet	6
İyilik	5
Sevgi	5
Doğruluk	4
Yardımlaşma	3
Güven	2

Tablo 6 incelendiğinde en çok tekrar edilen değer ‘Adalet’ olduğu görülmektedir. Masallar, iyi ve kötü karakterleri içinde barındıran, iyilerin ödüllendirilirken, kötülerin de cezalandırıldığı ve çoğunlukla mutlu sonla biten anlatımlar olması nedeniyle, adalet kavramının öne çıktığı düşünülebilir. Bazı katılımcıların yanıtlarında, bu durumu destekler nitelikte ifadeler görülmektedir. Örneğin; Bir katılımcı (K15) ‘Masalın mutlu sonla bitmesi, iyilerin hep kazanması ve kötülerin cezalandırılması, doğru davranışların ödüllendirilmesi, masalarda öne çıkan önemli mesajlar.’ Şeklinde yanıt vermiştir. Katılımcının yanıtı içerisinde geçen ‘iyilerin kazanması ve kötülerin cezalandırılması’ ifadesi adalet kavramı ile ilişkilendirilebilir.

“Masal dinlemek size nasıl hissettirir?” Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcıların masal dinlediklerinde yaşadıkları hisleri anlamak amacıyla yöneltilen soruya verilen yanıtlar doğrultusunda, aşağıda bulunan kelime bulutu oluşturulmuştur.

Şekil 3: Masal dinlerken hissedilen duygular



Yanıtlardan elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde; Katılımcıların kendilerini çoğunlukla ‘Heyecanlı’, ‘Mutlu’ ve ‘Meraklı’ hissettikleri görülmektedir. Masalın katılımcılar üzerinde yaratmış olduğu, heyecan, merak gibi hislerin ifadelerine oldukça açık bir şekilde yansdığı görülmektedir. Bazı katılımcılara ait ifadeler aşağıda yer verilmiştir.

K12: *Büyüklerim böyle değişik şeyler anlattığında heyecanla merakla ne olacak diye beklerdik, merak, heyecan. Nasıl sonuçlanacak diye sabırsızlıkla beklerdim, hele ki bazen devamını ertesi güne bırakırdı tüm gün düşünürdüm.*

K11: *Masal her yaşta dinlenir bence. Ben oğluma hikâye okurken o sıkılıyor ben devam ediyorum, sonunu getirmeye çalışıyorum, merak ediyorum. Bana küçükken anlatılmadığı için ben belki de açım masallara hikayelere.*

‘Masalların çocuklara tanıtılmasında ne gibi etkinlikler yapılabilir? Sorusuna ilişkin bulgular

Masalların çocuklara tanıtılması konusunda görüşleri öğrenmek amacıyla katılımcılara ‘Masalların çocuklara tanıtılmasında ne gibi etkinlikler yapılabilir?’ Sorusu sorulmuştur. Katılımcı yanıtlarına aşağıda yer verilmiştir.

K4: *Aslında şu an çocuklar çok fazla tabletle vakit geçiriyorlar. Burada YouTube da reklam olarak çıkabilir çocukların karşısına masal kitapları, masal içerikleri çıkabilir. TRT de mesela Afrikalı çocukların masallarının çizgi filmleri var. Yani bizim çocuklarımıza kendi değerlerimizi kültürümüzü öğretmemiz gerek. Çalışan anneler babalar olduğu için anneanne ve dedelere büyük iş düşüyor.*

K5: *Son zamanlarda güzel şeyler yapmaya çalışıyorlar ve tiyatrolarda masal kahramanlarını işliyorlar. Bizim masal karakterlerimizin olduğu masal festivalleri yapılabilir mesela.*

K1: *Bir kere çocuk alanlarından tamamen telefon tablet kaldırılmalı. Anne babanın çocuklarla oynaması çocukları masal dinlemeye iter. Anne baba çalışıyor, işten yorgun geliyor eline tablet veriyor çocukların. Gelinim torunumu bana getirdiğinde tablet için ekstra şarj aleti getiriyor ve anne seni üzmesin diyor. Ama biz bahçede oynuyoruz.*

K8: *Yani aslında, bu konuda sosyal medya kullanılabilir. Hemen hemen bütün anneler bir Influencer anne takip ediyor ve onlar aracılığıyla tanıtımlar yapılabilir. Çok da etkili olur. Filmler aracılığıyla yapılabilir. Yabancı masallar pazarlamasını çok iyi yapıyorlar.*

K10: *Bence masalı teatral şekilde ifade etmek çok hoş oluyor. Kendimde çocuk gelişimciyim gerçekten çocukların dikkatini çekiyor ve akılda kalıyor. Gördükleri şeyleri daha çok seviyor ve beğeniyorlar.*

K15: *Masal anlatıcılığı eğitimi almış ve özellikle iyi masal anlatan kişiler çocuklara yönelik etkinlikler düzenleyip, masal anlatmalıdırlar. Özellikle alanında uzman kişilerce bebek bekleyen*

ailelere masalların çocuklar için önemi anlatılmalı ve masal eğitimi verilmelidir. Her çocuk masalla tanıştırılmalıdır. Çocuklar masallarla büyütülmelidir.

Katılımcılara ait yanıtlara bakıldığında, masalların teatral ve görsel özellikleri artırılmış biçimlerde çocuklara sunulması fikri oldukça öne çıkmaktadır. Diğer taraftan, sosyal medya üzerinden yapılacak yönlendirmeler ve reklam çalışmaları önem kazanmaktadır. Günümüz çocuklarının sosyal medya araçlarıyla geçirdikleri vakit aşıkardır. Bu nedenle, katılımcılar tarafından da ifade edildiği gibi, Youtube reklamları, TV reklamları veya TV programları gibi çocukların vakit geçirdiği mecralar, çocuklar ve masalların buluşma noktası olarak seçilebilir.

Bununla birlikte, bir katılımcının (K8), sadece çocuklar açısından değil, anneler üzerinden fikir yürütmesi oldukça dikkat çekicidir. Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte, kullanıcılar takip ettikleri influencerlar sayesinde kolaylıkla yönlendirilebilmekte ve bilgilendirilebilmektedir. Ebeveynlerin influencerlar aracılığıyla, masallar konusunda bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi, ebeveynleri çocuklarına masal anlatması konusunda motive edebilir.

Katılımcı görüşlerinden yola çıkarak ifade edilebilecek bazı etkinlikler ise, masal saatleri, TV programları, tiyatrolarda masalların konu edilmesi, afişlerle masal kahramanlarının tanıtılması, masal festivallerinin düzenlenmesi, okullarda öğretmenlerin kitap okuma saatleri düzenlemesi, olarak sıralanabilir.

Tatillerde masallar ve çocukları nasıl bir araya getirebiliriz? Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcıların tatillerde, masalların çocuklara sunulmasına ilişkin beklentilerini ve görüşlerini anlamaya yönelik olarak, ‘Tatillerde çocuklar ve masalları nasıl bir araya getirebiliriz?’ sorusu sorulmuştur. Yanıtlar incelendiğinde, görüşlerin genellikle konaklama işletmeleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Daha önce konaklama işletmelerini ziyaret eden (tatil yapan) katılımcıların özellikle, animasyon ekipleri tarafından gerçekleştirilen etkinlikler içerisinde masal anlatımının dâhil edilmesi görüşü dikkat çekmektedir. Bununla birlikte masalların daha çok, yaşları göz önünde bulundurularak, çocukların dikkatini çekecek şekilde, oyunlar, görsel şölenlerle zenginleştirilmiş olarak sunulması gerektiği düşünülmektedir. Konuya ilişkin görüş bildiren katılımcılara ait yanıtlar aşağıda gösterilmektedir.

K12: *Şöyle yapılabilir yine çocuklar için animasyonlar oluyor ama, yine o gösteriler içinde masal kahramanlarına yer verilebilir. Uyku zamanı için ayrı bir masal saati etkinliği yapılabilir.*

K13: *Animasyon gösterilerine dâhil edilebilir. Yine kostümlerle çocukların da katılımıyla bu şekilde etkinlik olarak bir araya getirilebilir. Aslında yapıyorlar ama daha kültürel şeyler yapılır, hep dans gösterileri şarkılı eğlenceler yerine bu tarz etkinlikler harika olur.*

K14: *Mesela bazı vakitlerde, çocukları o masalın içerisinde drama şeklinde dâhil edilerek bir çalışma yapılabilir. Bu tarz etkinlikler çocukların çok dikkatini çekiyor.*

Yanıtlardan anlaşılacağı üzere katılımcıların konaklama işletmelerinden beklentileri masalların animasyon etkinliklerine dâhil edilmesi yönündedir. Bu konuya ilişkin bir katılımcı ise aynı görüşleri ifade ederken aynı zamanda konuya farklı bir bakış açısıyla yaklaşmıştır. Katılımcı ifadesinde şu sözlere yer vermiştir; (K5) *Çocuk kulüplerinde masallar işlenebilir. Tiyatral canlandırmalar yapılabilir. Türk masallarının yabancı uyruklulara anlatılması kendi kültürümüzün tanıtılması açısından önemli olabilir.* Katılımcının ifadesi Türk masallarının, Türk kültürünün tanıtımında aracılık etmesine ilişkin destekleyici bir görüş olarak kabul edilebilir. Önerilere ilişkin katılımcı görüşlerinden bazıları aşağıda gösterilmektedir.

K11: *Vurgulu tonlamalı bir masal anlatımını, onları heyecanlandıracak bir anlatım tarzıyla canlandırarak anlatılması, güçlü cümleler güçlü tonlamalarla zaten bu tarz şeyle çocukların ilgisini çeker*

K6: Animasyonlarda tiyatral etkinliklerle tanıtılabilir. Dikkat çekici oyunlar yapılabilir, dümdüz anlatıldığında çok dikkatlerini çekmiyor ama canlandırmalı anlatımlar yapılsa dikkatlerini çeker.

K15: Şu dönemde özellikle televizyonda çocuk kanalları üzerinden masal anlatımı yapılmaktadır. Buna tatilde devam edilebilir. Belli mekanlarda masal anlatıcısı masal anlatım günleri düzenleyebilir ve ailelerin bu etkinliğe katılımı sağlanabilir. Masal evi veya masal anlatım atölyesi hazırlanabilir. Masal anlatımı açık havada da yapılabilir. Alanında uzman ve iyi bir anlatıcı çocukların ilgisini çekebilir.

“Konaklama işletmelerinde çocuklar için hangi aktiviteler ile karşılaşıyorsunuz?” Sorusuna ilişkin bulgular

Katılımcılara ‘Konaklama işletmelerinde çocuklar için hangi aktiviteler ile karşılaşıyorsunuz?’ ve beklentileriniz neler? sorusu yöneltilmiştir. Soruya ilişkin katılımcı yanıtları aşağıda gösterilmektedir.

K4: Hayvanlar âlemi var, pamuk prenses ve yedi cüceler gösterileri oluyor çok güzel şeyler yapıyorlar aslında. Bizim bir yerden sonra önceliğimiz çocuklar oluyor ve onun mutluluğu demek tatilin çok güzel geçmesi demek.

K10: Çocuk köyleri var mesela, otellerde minimal bir tatil ortamı gibiydi çocuklar için, hatta çocuklara yönelik şeyler bizim de dikkatimizi çekiyor gerçekten.

K12: Çocuklar için müzikli eğlenceler oluyor. Çocuklara özel etkinlikleri ben yine de yeterli bulmuyorum. Ben eşimle tatile çıktığımda çocuğumu güvenle ve huzurla gün boyu emanet edebilmeliyim, eğlenirken öğrendiğini de bilmeliyim.

K14: Ya daha çok aktivite olarak resim yapma, Anadolu ateşi tarzı gösteriler, klasik palyaçolar falan gördük. Bu konuşmalardan sonra masallarla ilgili bir etkinlik yapılabileceğini düşünüyorum.

K15: Animasyon gösterileri ve çocuk havuzu eğlenceleri gördük. Çocuklar için lunapark ve aquapark olabilir, sihirbazlık gösterisi, masal anlatım saati de olabilir. Masal evi veya masal anlatım atölyesi hazırlanabilir. Masal anlatımı açık havada da yapılabilir. Alanında uzman ve iyi bir anlatıcı çocukların ilgisini çekebilir.

Katılımcı görüşleri incelendiğinde, öncelikle ailelerin tatillerinde çocuklarının mutluluğunu ve kaliteli zaman geçirmelerini önemsediklerini belirten ifadeler rastlanmaktadır. Konaklama işletmelerinde yapılan etkinliklere ilişkin ifadeler bakıldığında ise; dans gösterileri, müzikli eğlenceler, görsel etkinlikler gibi çoğunlukla animasyon ekiplerince hazırlanan aktivitelerden bahsedildiği tespit edilmiştir. Katılımcılar, yapılan aktivitelere yönelik beklentilerini ifade ederken, masal anlatım evleri, masal atölyeleri, masal saatleri gibi masallara yönelik aktivitelerden bahsettikleri belirlenmiştir.

“Daha önce konaklama işletmelerinde masal evi ile karşılaştınız mı?” Sorusuna ilişkin bulgular

Masallara yönelik etkinlikler üzerinde yoğunlaşarak, katılımcılara daha önce konaklama işletmelerinde masal evleriyle karşılaşmış olup olmadığını sorulmuştur. Araştırmaya dâhil olan 16 katılımcıdan, 4’ü konaklama işletmesine gitmediğini belirtmiştir. Diğer 12 katılımcıdan yalnızca 1’i gittiği bir konaklama işletmesinde masal eviyle karşılaştığını ifade etmiştir. Katılımcı karşılaştığı masal evini anlatırken, bu durumdan duyduğu mutluluğu ve memnuniyeti de ifade etmiştir. Daha önce masal evleriyle bir konaklama işletmesinde karşılaşmayan katılımcılara (daha önce bir konaklama işletmesine gitmeyenlerde dâhil) ise; ‘Eğer masal evi olsaydı bu durum tercihinizi etkiler miydi?’ sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan 2’si tam olarak etkileyip etkilemeyeceğini bilmediğini ifade ederken, toplam 13 katılımcı, ‘Kesinlikle etkilerdi’ yanıtını vermiştir. Konuya ilişkin net yanıt veremeyen 2 katılımcının ifadesine bakıldığında ise; aynı şartlarda iki konaklama işletmesi düşünüldüğünde, masal evi olanı tercih edebilecekleri fikri anlaşılmaktadır. Katılımcıların net ifadeleri şu şekildedir;

K10: Yani sırf masal evi vardı diye gider miydim bilmiyorum ama beğendiğim bir otelde masal evinin olması oraya kesinlikle gidelim hissi yarattı bende.

K5: Etkilemezdi sanırım, ama aynı şartlarda iki otel düşününce masal evi olanı tabii tercih ederdim.

Bunun yanı sıra bazı katılımcıların konuya ilişkin yorumları dikkat çekmektedir. Katılımcıların tatillerinde çocuklarının eğlenceli vakit geçirmesini sağlayacak etkinliklere karşı pozitif yaklaşım sergilemeleri, beklenen ve doğal bir sonuçtur. Fakat diğer eğlenceli etkinliklerden farklı olarak aynı zamanda, çocuklarının hayal dünyalarını zenginleştirecek, eğitici ve kültürel bir aktiviteye dâhil olması konusundaki memnuniyetin katılımcıların ifadelerine açık bir şekilde yansıdığı görülmektedir. Bu durum, hem çocuklara eğlenceli bir aktivite olanağı sunarken, aynı zamanda ebeveynlerin de çocuklarının kaliteli bir etkinlik içerisinde olmasından dolayı mutlu olması anlamına gelmektedir. Konuya ilişkin önemli görülen katılımcı görüşlerine aşağıda yer verilmektedir.

K7: Kesinlikle etkilerdi. Çünkü onlar bizim önceliğimiz. Çocukların mutluluğu bizim için çok önemli.

K4: Kesinlikle. Çünkü gerçekten bir tatilin iyi geçmesi huzurlu geçmesi, çocuğun huzurlu olması demek.

K8: Kesinlikle etkilerdi. Kesinlikle o otele giderdim. Yani çocuğumun böyle kaliteli bir aktivite içinde olması beni mutlu ederdi.

K9: Etkilerdi. Çünkü çocuğun vaktini kaliteli hale getirecektir. Sözlü, şarkılı eğlenceler yapıyor, masalların anlatılması daha eğitici ve etkileyici olurdu.

K11: Etkilerdi tabii ki. Zaten bu saatten sonra çocuğu için ona göre hareket ediyorum ve onu hem eğitecek hem hayal dünyasına hitap edecek şekilde bir etkinlik. Kesinlikle bunu destekler katılmasını sağlardım.

K12: Kesinlikle etkilerdi. Çocuklara özel bir masal anlatımı olsa zaten harika olur ve tercihim etkilerdi. Özellikle mesela çocuklara eğitimi bir bireyin masal anlatması, güçlü tonlamalarla yapılabilir ve çocukların da ilgisini çeker zaten.

Sonuç ve öneriler

Somut olmayan kültürel miras kavramının önemi son yıllarda giderek artmaktadır. Toplumlar tarafından somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla hemen hemen her alanda çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışma ve gelişmeler de somut olmayan kültürel miras unsurlarının öneminin giderek arttığının en temel göstergelerinden biridir. Somut olmayan kültürel miras unsurlarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkı sağlayacak en uygun ortamlardan birisi de turizm endüstrisidir. Örneğin, otellerde animasyon faaliyetlerinde Türk geceleri düzenlenmesi, yöresel yemeklerin menülerde yer alması, geleneksel Türk kahvesi sunumları gibi birçok uygulama gerçekleştirilmektedir.

Araştırmada sorulan sorulara katılımcıların verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, masalların çocukları eğlendirmek, geliştirmek, uykuya dalmasını sağlamak ve çocuklarla bir çeşit iletişim kurmak konusunda bir araç olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Katılımcıların masalların kültür açısından önemine dair farkındalığa sahip olmalarına rağmen, daha çok masalların kendilerinde oluşturdukları hisler üzerinden yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Katılımcılar, masalların kendilerinde genellikle olumlu duygusal çağrışımlar yaptığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların masal alışkanlıklarını ölçmek için yönlendirilen sorulara verdikleri yanıtlar incelendiğinde, çocukken masal dinlemeyen katılımcıların bile kendi çocuklarına düzenli olarak masal anlattıkları tespit edilmiştir. Bu durum günümüzdeki ebeveynlerin masalların eğitici yönleri ile daha çok

İlgilenmeleri ve masalların aile fertlerini bir araya getiren bir etkinlik olarak görmeleri ile ilişkilendirilebilir. Katılımcılar masal anlatmayı, özellikle günümüzde yoğun çalışma şartlarına sahip ebeveynlerin çocuklarına yeterli zaman ayıramamasından duydukları rahatsızlığı giderecek bir yöntem olarak görmektedirler. Diğer taraftan katılımcıların verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, anlatılan masalların neredeyse tamamının dünya masalları olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, bilinçli bir tercih olmamakla birlikte, genellikle dünya masallarının daha iyi pazarlanmasından kaynaklandığı sonucunu düşündürmektedir. Çocuklarının eğitim ve gelişime katkı sağladığını düşünen ve bu amaçla masal anlatan ebeveynlerin, Türk masallarını anlatmamaları, bu masallar ile ilgili bilgi sahibi olmamalarından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Bu durum da Türk masallarının tanıtılması için geçmişte yeterince çalışmanın yapılmadığı, çabanın gösterilmediği anlamına gelmektedir.

Çalışmaya katılan katılımcıların verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, masalların konaklama işletmelerinde kullanılması durumunda bunun katılımcıların tercihlerini bu işletmeler yönünde olumlu etkileyecek bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle konaklama işletmelerinde masalların sadece işitsel değil, özellikle görsel biçimde sunulmasının daha faydalı olacağı konusunda katılımcıların hem fikir oldukları anlaşılmaktadır. Katılımcılar tarafından masalların, konaklama işletmelerindeki animasyonlarda, çocuk kulüplerinde (mini kulüp) ve tiyatral gösterilerde kullanılması önerilmektedir. Ayrıca masalların bir kültür unsuru olarak bilinirliğinin artırılması amacıyla günümüzde en çok kullanılan pazarlama araçlarından biri olan sosyal medyanın gücünden yararlanılması gerektiği yönünde katılımcılar görüş bildirmişlerdir. Masal anlatan influencer sayısının artması ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Bu nedenle özellikle takipçisi fazla olan influencer annelerin masallar ile ilgili paylaşımlar yapmaları, takipçi sayılarının artmasına neden olacaktır. Özellikle çocuk dostu aile oteli olarak kategorize edilen konaklama işletmeleri de tercih edilebilirliklerine olumlu katkılar yapan masallara yönelik olarak masal evleri ve anlatıcıları gibi unsurları bünyelerine katmak yönünde çabalar içerisine girmelidirler.

Kaynakça

- Ahmad, Y. (2006). The scope and definitions of heritage: From tangible to intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 12(3), 292-300.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya Yayıncılık.
- Ar, H. (2015). *Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolü* [Yayımlanmamış, Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- AREGEM, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. (2022). 5 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.aregem.ktb.gov.tr/TR-345089/somut-olmayan-kulturel-miras-nedir.html> adresinden erişilmiştir.
- Aşılıoğlu, F. ve Memlük, Y. (2010). Frig vadisi kültür mirası alanlarının belirlenmesi ve değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2(2), 185-197.
- Ayvacı, H. ve Gülcan, B. (2017). Türkiye’de turizm animasyonlarında somut olmayan kültürel miras (SOKÜM) ulusal unsurlarına bakış. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 207-223.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1): 231-274.
- Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 30-49.
- Bayraktar, Z. (2014). Geleneğin güncellenmesi bağlamında masaldan çizgi filme Keloğlan tipi üzerine. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 49(49), 19-51.
- Baytok, A., Boyraz, M. ve Başar, B. (2021). Somut olmayan kültürel miras konulu bilimsel yayınların veri görselleştirme tekniği ile bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 246-262.

- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizmde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 100-115.
- Ekici, M. ve Fedakâr, P. (2013). “Ege Üniversitesi” deneyimleriyle somut olmayan kültürel mirası yaşatarak koruma”. *Millî Folklor*, 25(100).
- Esfehani, M. H., ve Albrecht, J. N. (2019). Planning for intangible cultural heritage in tourism: Challenges and implications. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(7), 980-1001.
- Günden, B. (2021). *Yükseköğrenim gören bireylerin somut kültürel mirasa yönelik tutumları ile kültürel miras kavramına ilişkin metaforik algıları üzerine bir çalışma* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Harikalar Sahili. (2007). 5 Ağustos 2022 tarihinde <http://www.harikalarsahili.com> adresinden erişilmiştir.
- Hakala, U., Lähti, S. & Sandberg, B. (2011). Operationalising brand heritage and cultural heritage. *Journal of Product & Brand Management*, 20(6), 447-456.
- Hemme, D. (2005). Landscape, fairies and identity: Experience on the backstage of the fairy tale route. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3(2), 71-87.
- Hofstede, G. (2001). Culture’s recent consequences: Using dimension scores in theory and research. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1(1), 11-17.
- Kolaç, E. (2009). Somut olmayan kültürel mirası koruma, bilinç ve duyarlılık oluşturmada Türkçe eğitiminin önemi, *Millî Folklor*, 21(82).
- Kumartaşlıoğlu, S. (2006). *Balıkesir masallarında motif ve tip araştırması* [Yüksek Lisans Tezi], Balıkesir Üniversitesi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). 5 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.ktb.gov.tr> adresinden erişilmiştir.
- Mourato, S. & Mazzanti, M. (2002). Economic valuation of cultural heritage: Evidence and prospects, Getty Institute, Los Angeles, Forthcoming.
- Masal Şatosu. (2014). 5 Ağustos 2022 tarihinde <http://www.masalsatosu.com> adresinden erişildi.
- Masal Rotaları. (Haziran 2017). 3 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.deutsche-maerchenstrasse.com/en/route/our-route> adresinden erişildi.
- Metin, T. C. (2018). Animasyon hizmetleri kapsamında Türk gecelerinin somut olmayan kültürel miras unsurları bağlamında değerlendirilmesi, *Gsi Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 1(1), 34-44.
- Oğuz, M.Ö. ve Özünel, E. Ö. (2019). *Halk masalları*. Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Oğuz, M. Ö. (2008). *Masallar*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.
- Oruç, Ş. ve Çağır, S. (2020). Masal anlatıcılarına göre masal anlatıcılarında olması gereken özellikler. *İnsan ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 707-723.
- Öztürk, G. ve Çivici, M. E. Ö. (2018). Küyerelleşme kapsamında Türkiye turizm tanıtım afişlerinde somut olmayan kültürel miras öğelerinin kullanımı: Bir gösterge bilim analiz örneği, *Journal of Travel and Tourism Research*, (13), 69-95.
- Özünel, E. Ö. (2011). Yazının izinde masal haritalarını okuma denemesi: Masal tarihine yeniden bakmak. *Millî Folklor*, 23(91).
- Prott, L. V. and O’keefe, P. J. (1992). “Cultural Heritage” or “Cultural Property”? *International Journal of Cultural Property*, 1(02). 307-320.
- TDK, Türk Dil Kurumu. (2022a). Kültür nedir? 5 Ağustos 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişildi.
- TDK, Türk Dil Kurumu. (2022b). Masal nedir? 8 Ağustos 2022 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişildi.
- Türker, A. ve Çelik, İ. (2012). Somut olmayan kültürel miras unsurlarının turistik ürün olarak geliştirilmesine yönelik alternatif öneriler, *Yeni Fikir Dergisi*, 4(9), 86-98.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin kültürel miras üzerine etkileri: Beypazarı/Ankara örneğinde yerel halkın farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- UNESCO. (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. 3 Ağustos 2022 tarihinde <https://Aregem.Ktb.Gov.Tr/Tr-50838/Unesco-Somut-Olmayan-Kulturel-Miras-Listesi.html> adresinden erişildi.

- UTMK, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (2022a). 10 Ağustos 2022 tarihinde <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-Kültürel-Miras-Listeleri> adresinden erişilmiştir.
- UTMK, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (2022b). 20 Ağustos 2023 tarihinde <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-Kültürel-Miras-Listeleri> adresinden erişilmiştir.
- Yuan, C., Gan, L. and Zhuo, H. (2022). Coupling mechanisms and development patterns of revitalizing intangible cultural heritage by integrating cultural tourism: The case of Hunan province, China. *Sustainability*, 14(12), 6994.
- Yıldırım, D. (1998). Sözlü kültür ve folklor kavramları üzerine düşünceler, *Milli Folklor*, 1(3), 16-17.
- Walls, A., Okumus, F., Wang, Y. (Raymond) ve Kwun, D. J.-W. (2011). Understanding the Consumer Experience: An Exploratory Study of Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*, 20(2): 166-197.

Etik kurul onayı

Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler etik kurulu tarafından 08.06.2022 tarih ve 91739084/605.99 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmacıların katkı oranı beyanı.

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.