



T.C.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KÜLTÜREL MİRAS VE KÜLTÜR YÖNETİMİ ANA BİLİM DALI

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN AKTARIMINDA TURİZM

ACENTELERİNİN ROLÜ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan

Kenan KAYA

Danışman

Doç. Dr. Ayşe BUDAK

2021

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN AKTARIMINDA TURİZM ACENTELERİNİN ROLÜ: NEVŞEHİR ÖRNEĞİ

Kenan KAYA

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kültürel Miras ve Kültür Yönetimi Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi, 2021

Danışman: Doç. Dr. Ayşe BUDAK

ÖZET

Milli değerlerimiz açısından bakıldığı zaman oldukça önemli kabul edilen maddi ve manevi kültürel miras, geçmişten bugüne yaşama biçimlerinde ortaya çıkmış farklılıklar sonucu oluşan toplumsal uygulamaların günümüze değin süregelmesiyle varlığını sürdürmektedir. Turizm, şüphesiz ki kültürel mirasın korunmasına aracılık eder. Bu araçlardan bir tanesi de turizmde büyük bir rolü olan acentelerdir. Acenteler, turistlerin somut olmayan kültürel miras ile ilgili elde ettikleri deneyimlere aracılık etmektedir. Bu çalışmada da Nevşehir’de somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında acentelerin rollerinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada yöntem olarak nitel ve nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Nicel araştırma kapsamında Nevşehir’de bulunan 75 acente ile anket yapılmıştır. Yapılan anket sonrası veriler Spss uygulaması ile analiz edilmiştir. Çalışmada nicel araştırma yönteminin beraberinde kullanılan nitel araştırma yöntemi için desen olarak durum çalışması kullanılmıştır. Bu bağlamda 15 acente ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Bununla beraber araştırmacı alan notları tutularak ve gözlem yapılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen nitel veriler analiz edilirken içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak, acentelerin somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında büyük rolünün olduğu, fakat maddiyata dönüşemeyen kültürel değerlerimizin turistlere yeterince aktarılamadığı ve aktarılamayan bu değerlerimiz için gerekli projeler yapıldığı takdirde aktarımının mümkün olduğu, bununla beraber hem acente sahiplerinin hem de acentede çalışan diğer çalışanların turizm konusunda eğitilmiş ve bilgi sahibi olması gerektiği, aksi takdirde bazı kültürlerimizin yok olmaya yüz tuttuğu ve bu sebeple de turistlere doğru şekilde aktarılamadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Acente; Somut Olmayan Kültürel Miras; Turizm.

THE ROLE OF TOURISM AGENCIES IN TRANSFERRING ITS INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE: NEVSEHIR EXAMPLE

Kenan KAYA

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences

Department of Cultural Heritage and Cultural Management

Master Thesis, 2021

Advisor: Associate Professor Ayşe BUDAK

SUMMARY

The material and spiritual cultural heritage, which is considered very important from the point of view of our national values, continues its existence with the continuation of the social practices that have emerged as a result of the differences in the ways of living from the past to the present. Tourism undoubtedly mediates the preservation of cultural heritage. One of these tools is the agencies, which have a great role in tourism. Agencies mediate tourists' experiences with intangible cultural heritage. In this study, it is aimed to investigate the roles of agencies in the transfer of intangible cultural heritage in Nevşehir. As a method in the research, qualitative and quantitative research methods were used together. Within the scope of the quantitative research, a survey was conducted with 75 agencies in Nevşehir. After the survey, the data were analyzed with the Spss application. In the study, case study was used as a design for the qualitative research method used together with the quantitative research method. In this context, semi-structured interviews were conducted with 15 agencies. In addition, data were collected by keeping researcher field notes and making observations. Content analysis method was used while analyzing the obtained qualitative data. As a result, it can be concluded that agencies have a great role in the transfer of intangible cultural heritage, but our cultural values, which cannot be materialized, cannot be adequately transferred to tourists and it is possible to transfer these values, if necessary projects are carried out, however, both the agency owners and other employees working in the agency are educated and trained in tourism. It has been seen that some of our cultures are on the verge of extinction and therefore cannot be conveyed to tourists correctly.

Keywords: Agency; Intangible Cultural Heritage; Tourism.

TEŐEKKÖRLER

Hayatımın her noktasında sabırla hep arkamda olan aileme çok teőekkür ediyorum.

Bu süreçte üzerimden emeğini hiç eksik etmeyen danışmanım Sayın Doç. Dr. Ayşe BUDAK hocama çok teőekkür ederim. Fikirleri ve görüşleriyle bana katkı sağlayan Sayın Prof. Dr. Adem ÖGER ve Sayın Doç. Dr. Erhan ÇAPRAZ hocalarıma verdikleri emekten dolayı çok teőekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	2
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK	3
KABUL VE ONAY SAYFASI	4
ÖZET	5
SUMMARY	6
TEŞEKKÜRLER	7
ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ	10
1. GİRİŞ	11
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	12
2.1. Kültürel Miras	12
2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras	13
2.2.1. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi	14
2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Mirası Oluşturan Unsurlar	15
2.3. Türkiye’de Somut Olmayan Kültürel Miras	16
2.4. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Nevşehir	26
2.4.1. Nevşehir’de Bulunan Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları	26
3. YÖNTEM	30
3.1. Nitel Araştırma Yöntemi	30
3.1.1. Araştırma Deseni	30
3.1.2. Araştırma Süreci	31
3.2. Nicel Araştırma Yöntemi	33
3.3. Etik Kurul	33
4. BULGULAR	34
4.1. Nitel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular	34
4.1.1. Tema 1: Nevşehir’de Bulunan SOKÜM Unsurları	35
4.1.2. Tema 2: SOKÜM Pazarlaması ve Acenteler	37

4.1.3. Tema 3: SOKÜM'ün Pazarlamasında Yaşanan Sorunlar	42
4.1.4. Tema 4: SOKÜM'ün Geleceği	46
4.2. Nicel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular	48
4.2.1. Demografik Bilgiler	48
4.2.2. Anket Sonuçları.....	50
4. DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER	74
KAYNAKÇA	78



ŞEKİLLER VE TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kültürel Mirasın Sınıflandırılması (Aslan ve Ardemagni, 2006)	13
Tablo 2: Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları Listesi (Ar, 2015: 18)	16
Tablo 3: Nitel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular	34
Şekil 1: Ardışık Durum Çalışması Modeli (Yin, 2014; Uyarlayan Keskin, 2020: 30)	31
Şekil 2: İçerik analizi süreci: (Mcmillan & Schumacher,2010; Akt., Keskin, 2020: 46)	32



1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze insanlığın yaşadığı, biriktirdiği, geliştirip zenginleştirdiği ve sürdürülebilirliğini sağlayarak kendinden sonraki nesillere aktardığı veriler bütünü olarak değerlendirilen kültürel mirasımızın içinde manevi boyutu yansıtan somut olmayan kültürel miras müzik, folklor, tiyatro, edebi eserler, sözlü gelenekler, törenler, şölenler, gelenek ve görenekler, el sanatları ve geleneksel tarzda oyunlar gibi faaliyetleri içermekte olup “toplumların, grupların ve bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak gördükleri davranışlar, uygulamalar, anlatımlar, bilgi ve beceriler ya da bunlara ilişkin araç, gereç ve kültürel mekânlar” olarak tanımlanmaktadır.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz açısından da büyük bir öneme sahip olan somut olmayan kültürel miras turizmde pazarlanabilir bir unsur olarak değerlendirilmekte olup hem maddi hem manevi, bireysel ve ülke ekonomisi açısından katkı sağlamaktadır. Kültürel değerlere sahip olan yerleşim yerleri turizm ve rekreasyon gibi faaliyetlere öncülük etmektedir (Karaca ve Keskin, 2021: 175). Türkiye’de en çok turist ağırlayan yerlerden biri olan Nevşehir bu anlamda büyük bir öneme sahiptir. Nevşehir sahip olduğu kültürel çeşitlilik sayesinde turistler tarafından büyük ilgi görmektedir. Bu ilgiye konu olan ve bu bölgede pazarlanan unsurlardan biri olan somut olmayan kültürel miras, bölgenin geçmişten günümüze birçok manevi yanını yansıtmaktadır. Bu unsurlar AREGEM tarafından yayınlanan envanterde başlıca Çömlekçilik, Kaya ve Taş İşçiliği, Nahıl-Nahıl Övme Adeti ve Tarihi Nevşehir Pazarı olmakla beraber diğer başka unsurlarda bulunmakta ve pazarlanarak turistlere aktarılmaktadır.

Bilindiği üzere turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan olduğu gibi kültürel açıdan da etkileri bulunmaktadır. Ancak literatüre bakıldığında daha çok turizmin gelişime olan etkisini araştırmaya odaklanmış ve bu çalışmalarda olumlu ve olumsuz turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine yer verildiği görülmektedir (Akova, 2006: 4). Somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında elbette ki turizm sektörü büyük bir öneme sahiptir. Bununla beraber turizm içinde büyük bir yere ve öneme sahip olan acentelerin rolünün ne ve ne ölçüde olduğu ile ilgili literatürde kısıtlı sayıda araştırmanın olduğu görülmüştür. Bu nedenle hem literatüre katkı sağlamak hem de Nevşehir’de somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünü araştırmak amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kültürel Miras

Kültürün varlığını sürdürebilmesinin yolu, aktarım yolu ile süreklilik kazanmasından geçmektedir. Onu kıymetli kılan şey de yine süreklilik ve aktarım yolu ile varlığını korumasıdır. Kültürün nesilden nesile aktarımı, onun miras olarak tanımlanmasına neden olmaktadır (Çakır, 2010: 34). Geçmişten günümüze insanlığın yaşadığı, biriktirdiği, geliştirip zenginleştirdiği ve sürdürülebilirliğini sağlayarak kendinden sonraki nesillere aktardığı veriler bütünü kültürel miras olarak adlandırılır (Artun, 2008: 454; Ar, 2015: 12). Kültürel miras bizlere geçmiş nesillerden miras kalan, bireysel ve toplumsal anlamlar yüklü olan ve bu yüzden de korunması gereken eserler bütünüdür. Kültürel mirası önemli yapan şey toplumun ona verdiği değer ve yüklediği anlamlardır. Kültürün varlığının devam ettirilebilmesinin tek yolu da gelecek nesillere aktararak sürekliliğini kazanmasını sağlamaktır.

Kültür ve Turizm Bakanlığının yayınlamış olduğu çalışma raporunda kültürel miras, bir ülkenin sahip olduğu zenginlik olarak görülen ve gelecek kuşakların sahip çıkması gerektiğine inanılan, kuşaktan kuşağa aktarılacak günümüze gelen eserler ve değerler bütünüdür (Rzayeva, 2019: 61). Kültürel mirası değerli kılan şey sahip olduğu evrensel nitelikteki değerlerdir.

Kültürel miras, somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Somut kültürel miras, kültürün maddi unsurlarını içerirken somut olmayan kültürel miras ise yetenek, beceri, davranış, gelenek ve görenek gibi unsurları içermektedir (Tablo 1).

Somut kültürel miras; tarihi kentler ve binalar, arkeolojik alanlar, kültürel anlamlar içeren alanlar ve nesnelere, kültürel manzaralar, anıtlar, mimari yapılar, tarihi park ve bahçeler gibi taşınmaz kültürel miras unsurlarından ve resimler, heykeller, arşivler, kütüphane eserleri, eski paralar, fotoğraflar gibi taşınır kültürel miras unsurlarından oluşmaktadır. Buna karşın somut olmayan kültürel miras; müzik, folklor, tiyatro, edebi eserler, sözlü gelenekler, törenler, şölenler, gelenek ve görenekler, el sanatları ve geleneksel tarzda oyunlardan oluşmaktadır.

Tablo 1: Kültürel Mirasın Sınıflandırılması (Aslan ve Ardemagni, 2006)

KÜLTÜREL MİRAS		
SOMUT KÜLTÜREL MİRAS		SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS
Taşınmaz Kültürel Miras	Taşınır Kültürel Miras	
Mimari Eserler	Resimler	Müzik
Anıtlar	Heykeller	Halk Dansları
Arkeolojik Sıtler	Kütüphane Eserleri	Tiyatro
Tarihi Merkezler	Arşivler	Edebiyat
Bina Grupları	Takılar ve Süs Eşyaları	Sözlü Gelenekler
Kültürel Manzaralar	Eski Paralar	Törenler, Şölenler
Tarihi Parklar, Bahçeler	Günlük Eşyalar	Gelenekler
Kanallar, Köprüler,	Müzik Aletleri	Görenekler
Yel Değirmenleri vb.	Fotoğraflar vb.	El sanatları Geleneği
		Geleneksel Oyunlar vb.

Bu çalışmanın çıkış noktası olan somut olmayan kültürel mirası (SOKÜM) bir sonraki bölümde daha ayrıntılı ele alınmıştır.

2.2. Somut Olmayan Kültürel Miras

SOKÜM'ün, 17 Ekim 2003'te UNESCO tarafından kabul edilen ve 27 Mart 2006'da da Türkiye'nin taraf olduğu "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" içerisinde bulunan "Tanımlar" başlığı altında bulunan ikinci maddesindeki tanımı; SOKÜM, toplumların, grupların ve bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak gördükleri davranışlar, uygulamalar, anlatımlar, bilgi ve beceriler ya da bunlara ilişkin araç, gereç ve kültürel mekânlardır. Dilimizde yer alan "Somut" kelimesinin zıt anlamlısı olan "Soyut" kelimesinin yerine "somut olmayan" ifadesine tanım olarak yer verilmesinin nedeni, İngilizce'de bulunan "Tangible ve Intangible" kelimelerinin Türkçe olarak karşılıklarındaki karışıklığın önüne geçmektir (Akay, 2006: 41)

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesine göre SOKÜM'ün temel bileşenleri bir tezahür yani nesnel bileşen, bir halk topluluğu yani öznel sosyal bileşen ve bir kültürel alan yani mekânsal bileşendir (Rzayeva, 2019: 63).

SOKÜM'ün içerdiği alanlar (Aydın, 2019: 9):

- SOKÜM'ün aktarılmasında taşıyıcı görevinde olan dil ile birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar; örneğin destan, efsane, halk hikâyesi, masal, atasözü, fıkra gibi,
- Meddah, halk tiyatrosu ve Karagöz gibi gösteri sanatları
- Düğün, nişan, doğum, Nevruz gibi kutlamalar, ritüeller, şölenler ve toplumsal uygulamalar,
- Geleneksel tarzda yemekler, halk takvimi, halk meteorolojisi, halk hekimliği gibi doğa ve evreni kapsayan bilgi ve uygulamalar,
- Geleneksel tarzda zanaatkârlık, beceri ve yetenekler; Örneğin dokumacılık, bakırcılık, halk mimarisi, telkâri şeklindedir.

SOKÜM'ün işlevleri şu şekildedir (Rzayeva, 2019: 64):

- Toplumsal yaşamda dayanışma ve birlikteliği oluşturması,
- Toplumdaki bireylerin kendi kültürlerine yabancı kalmasını önlemesi,
- Kültürel çeşitliliğe katkı sağlaması,
- İnsan yaratıcılığına olan katkısı,
- Farklı kültürleri anlamayı sağlaması,
- Toplumların kültürel yaşamlarının belli düzeyde kalmasını sağlaması.

2.2.1. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi

UNESCO tarafından 17 Ekim 2003'te Paris'te düzenlenen konferansta “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni kabul edilmiştir. 19 Ocak 2006'da Türkiye 5448 sayılı kanunla “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesini” uygun bularak sürece dâhil olduğunu belirtmiş ve 27 Mart 2006'da da resmi olarak taraf olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığınının 4848 sayılı kanununun 13. Maddesi gereğince icracı birim olarak Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü çalışmalarını sürdürmektedir.

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Aydın, 2019: 9):

- SOKÜM'ü korumak,
- SOKÜM'ün taşıyıcısı konumunda bulunan toplulukların, grupların ve bireylerin kültürel mirasına saygı göstermek,
- SOKÜM'ün önemiyle ilgili yerel, ulusal ve uluslararası boyutta duyarlılığı arttırmak ve karşılıklı değerbilirliği oluşturmak,
- Uluslararası düzeyde iş birliği ve yardımlaşma sağlamaktır.

Buradaki ‘‘Koruma’’ teriminin anlamı AREGEM (2018) tarafından ‘‘SOKÜM’’ün yaşayabilirliğini güvence altına almak anlamına gelir ve kimlik saptama, belgeleme, muhafaza etme, araştırma, korumak, geliştirme, güçlendirme, eğitim yoluyla kuşaktan kuşağa aktarma ve kültürel mirasın farklı taraflarının canlandırılması yöntemlerini içermektedir.’’ şeklinde anlatılmaktadır (Aydın, 2019: 17).

2.2.2. Somut Olmayan Kültürel Mirası Oluşturan Unsurlar

Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinde yer alan 2. Madde; ‘‘SOKÜM, toplulukların, grupların ve kimi durumlarda bireylerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlardır.’’ şeklindedir. Bu maddeye göre; sözlü gelenekler ve ifadeler, toplumsal ritüeller ve şöenler, evren ile ilişkili bilgiler ve uygulamalar, el ve gösteri sanatları gibi SOKÜM unsurlarının korunması ve nesilden nesile aktarılması gerektiği görülmektedir (Belber ve Sözbilen, 2019: 900).

Tablo 2’ de SOKÜM’ü oluşturan kültürel öğeler Türk kültürünün değerleri verilmekte olup tabloda bulunan geleneksel uygulamalar Türk kültürel mirasının çeşitliliğini göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014; Akt., Ar, 2015).

Bir diğerk SOKÜM unsuru Yaşayan İnsan Hazinesi (YİH)’dir. YİH; ‘‘somut olmayan kültürel mirası üreten ve gelecek kuşaklara aktaran usta kişiler yani insan hazinesi’’ olarak söylenebilir (Oğuz, 2013: 39; Belber ve Sözbilen, 2019: 900). Bir kimsenin YİH olabilmesi için icra ettiği ustalığı 10 yılı aşkın süredir yapıyor olması, sahip olduğu ustalık sanatını usta-çırak ilişkisi ile elde etmiş olması, alanında nadir olan bilgiye ve üstün beceriye sahip olması, işine kendini adanmış olması, ustalığının toplumla birleşecek yenilikleri kapsaması ve kendinden sonra bu ustalığı icra edebilecek bir çırak yetiştirmiş olması gerekmektedir.

Tablo 2: Türkiye'nin Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları Listesi (Ar, 2015: 18)

Sözlü Gelenekler ve Anlatımlar	-Aşıklık Geleneği -İslık Dili	-Koroğlu Hikâye Anlatı Geleneği -Mani Söyleme Geleneği	-Nasreddin Hoca Fıkra Anlatı Geleneği	
Gösteri Sanatları	-Alevi Bektaşî Ritüeli: Semah -Arguvan Türküleri -Aşık Oyunu -Aşık ve Maşuk -Atma Türkü Geleneği -Bar -Barak Havaları -Boğaz Havaları	-Bozlak Havaları -Cezayir Havaları -Cirit -Deve Oyunu -Güreş Geleneği -Halay -Horon -Hoyrat	-Karagöz -Karşılama -Kız Kaçırma Oyunu -Köçeklik -Köse Oyunu -Kukla -Macahel Şarkı Söyleme Geleneği	-Meddahlık Geleneği -Mevlevî Sema Töreni -Okçuluk -Seğmenlik Geleneği -Sinsin Oyunu -Topaç -Zeybeklik Geleneği
Toplumsal Uygulamalar, Ritüeller ve Şölenler	-Ahilik -Bahar Bayramı: Hidrellez/Aziz George Günü -Barana, Sıra Gecesi, Yaren vb. Geleneksel Sohbet Toplantıları -Çeyiz Geleneği	-Çoban Bayramları: Koç Katımı, Saya, Döl Dökümü, Yünüm -Koyun Yüzdürme, -Erguvan Bayramı -Hamam Kültürü -Hayır Geleneği -İmece	-Kaşenlik -Kına Gecesi -Kırkpınar Yağlı Güreş Festivali -Kırvelik -Mayıs Yedisi -Mesir Macunu Festivali	-Nevruz -Ramazan Gelenekleri -Sabantoy ve Tepreş -Şivlilik Geleneği -Taziye Geleneği -Yayla Şenlikleri
Doğa ve Evrenle İlgili Bilgi ve Uygulamalar	-Arabaşı Geleneği -Aşure Geleneği -Çiğdem Pilavı -Değirmen Kültürü	-Diş Hediği Geleneği -Kahve Kültürü -Ölü Helvası Geleneği -Pekmez ve Şıra Yapımı	-Sarıkeçililer ve Yayla Göçü -Tören Keşkeği Geleneği -Yağmur Duası	Törenleri -Yaylacılık Geleneği -Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü
El Sanatları Geleneği	-Ahşap Oymacılığı -Bakırcılık Geleneği -Bastonculuk Geleneği -Bıçakçılık Geleneği -Cam Altı Resmi -Çalgı Yapımcılığı -Çini Sanatı -Çömlekçilik Geleneği -Ebru Sanatı	-Edirnekari Sanatı -Ehram Geleneği -Halı Dokuma Geleneği -Hat Sanatı -İpek ve İpekböcekçiliği Kültürü -Kanaviçe İşleme Geleneği -Kati' Sanatı -Keçecilik Geleneği -Kilim Dokuma Geleneği	-Kispet Yapımcılığı -Kündekari Sanatı -Lületaş İşleme Sanatı -Minyatür Sanatı -Nazar Boncuğu Geleneği -Oya Sanatı -Saraçlık Geleneği -Sedef Kakma Sanatı -Sepetçilik Geleneği	-Talıkcılık -Taş İşlemeciliği Geleneği -Telkari Sanatı -Tezhip Sanatı -Üfleme Cam ve Beykoz İşi Süsleme Sanatı -Yazmacılık Geleneği -Yemenicilik Geleneği -Yorgancılık Geleneği

2.3. Türkiye'de Somut Olmayan Kültürel Miras

Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü (AREGEM) tarafından yayınlanan YİH ve SOKÜM ulusal envanterinde bulunan ülkemizin somut olmayan kültürel miras unsurları şu şekildedir (AREGEM, 2021). YİH, SOKÜM unsuru olarak değerlendirilmekte olmakla beraber AREGEM tarafından iki ayrı envanter altında değerlendirilmiş olup YİH ve SOKÜM unsurları olarak iki ayrı başlık altında değerlendirilmiş bulunmaktadır:

- **Yaşayan İnsan Hazineleeri (YİH):** ‘‘Karagöz Sanatçılığı: Çam Düdüğü Yapımı ve İcracılığı: Aşıklık Geleneği: Tacettin Diker, Orhan Kurt ve Metin Özlen; Çam Düdüğü Yapımı ve İcracılığı: Hayri Dev; Aşıklık Geleneği, Şeref Taşlıova, İsmail Nar, Maksut Koca ve Ali Rıza Ezgi; Çini Sanatı: Sıtkı Olçar; Keçecilik: Mehmet Girgiç; Bağlama Yapımı: Bekir Tekeli; Klasik Kitap Sanatı: Uğur Derman; Hüsn-ü Hat Sanatı: Hasan Çelebi; Mahalli Sanatçı (Ozan): Neşet Ertaş, Çini Sanatı, Mehmet Gürsoy ve Hamza Üstünkaya; Ebru Sanatı: Fuat Başar ve Ahmet Hikmet Barutçugil; Zakir: Veli Aykut ve Mehmet Acet; Dokumacı ve Doğal Boyamacı: Emine Karadayı; Dilli/Dilsiz Kaval Yapımcısı ve İcracısı: Yaşar Güç; Taş Ustahlığı: Tahsin Kalender; Kispet Yapımı: İrfan Şahin; Ahşap Baskı-Yazmacılık: Cemil Kızılkaya; Nazar Boncuğu Yapımı: Mahmut Sür; Mersiyehan, Celal Yılmaz; Minyatür Sanatı: Cahide Keskiner; Klasik Kitap Sanatı: İslam Seçen; Sedefkar: Salih Balakbabalar; Kalemşi: Muammer Semih İrteş; Keçe Ustası: Ahmet Yaşar Kocataş; Şair (Atma Türkü): Osman Efendioğlu; Çok Sesli Şarkı Söyleme Geleneği Temsilcileri: Macahel Yaşlılar Korosu; Eşme Kilimi Dokumacılığı: Ümmü Balyemez; Bitki Yetiştirme ve Ağaç Aşılama: Orhun Güven; Damal Bebek Yapımı: Fidan Atmaca; Telkari Gümüş İşlemeciliği: Subhi Hindi Yerli; Sipsi Yapımı ve İcracılığı: Halime Özke ve Mehmet Bedel; İpek Böcekçiliği ve Dokumacılığı: Hasan Büyükaşık; Kemeçe Yapım Ustahlığı: Hasan Sancak; Çanakkale Seramiği: İsmail Bütün; Abdallık Geleneği-Davul Yapımı ve İcracılığı: Adem Göçer; Bakırcılık- Alem Ustahlığı: Mahmut Efeoğlu’’.
- **Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Unsurları:** ‘‘Antalya’ da Ebru Sanatı, Nazar Boncuğu Yapımcılığı, Fığla Bardağı Yapımcılığı, Yorgancılık, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Alafaradın Kilimciliği, Döşemealtı Halıcılığı, Oya İşlemeciliği, Çorap Örucülüğü, Ölü Helvası, Ramazan Bağaçası, Geleneksel Alanya Gökbel Yaylası Yağlı Güreş Festivali, Boğaz Havası-Boğaz Çalma, Canbazine/Körmük Geleneği, Pıngıdık, Geleneksel Elmalı Yeşilyayla Yağlı Güreş Festivali, Atlı ve Yaya Okçuluk, Hamam Geleneği, Kahve Geleneği, Tirmis Yapımı ve Tirmiscilik, Antalya Piyazı; Edirne’de Ebru Sanatı, Edirne Çinisi, Edirnekari Sanatı, Kat’ı Sanatı, Talikacılık, Kispetçilik, Edirne Forlorik Bebekleri, Aynalı Süpürge, Kırcyama, Sünnet Yatağı Süsleme, Yağmur Duası, Hıdrellez Şenlikleri, Bocuk Gecesi Kutlamaları, Kırcpınar Yağlı Güreş Festivali/Tarihi Kırcpınar Yağlı Güreşleri, Geleneksel Atbaba Şenlikleri, Canbazine/Körmük Geleneği, Misk Sabunu; İstanbul’da Hat Sanatı, Minyatür Sanatı, Kat’ı Sanatı, Klasik Kitap Sanatı, Sedefkarlık, Kalemşi Sanatı, Tezhip Sanatı,

Ahşap Oymacılığı, Eyüp Oyuncakları Yapımcılığı, Mevlevilik, Mahya, Hıdrellez, Mersiyehanlık, Meddahlık, Karagöz, Canbazhane/Körmük Geleneği, Mehter, Yaya Okçuluk, Köçürme ve Mangala Oyunu, Simit, Eyüp Halkası; **Kars**'ta Köse Oyunu, Kazkaz Oyunu, Farfara Filli, Keçe Salmak, Mey (Balaban) Yapımcılığı, Çiyrik Yapımcılığı, Godu Bezemek, Mâni Söylemek, Aşıklık; **Elazığ**'da Hat Sanatı, Tezhip Sanatı, Bakırcılık, Semercilik, Debağlık, Çit Baskısı, Kilim-Cicim Dokumacılığı, Şapka Yapımcılığı, İğne Oyası, Akçe Keseleri, Beş Şişle Çorap, Kürsübaşı Geceleri, Sünnet Düğününde Kirvelik, Asker Uğurlama, Hacı Yollama, Dış Hediği, Veç, Supha/ Yüz Açma-Gelin Görme, Haleat/ Hediye, Molla Potik, Hızır İnanıcı, Nevruz, Piri Davut Şenliği, Elazığ Fıkraları, Mâni Söylemek, Ninni, Hoyrat, Çayda Çıra, Köy ve Şehir Kızı Lelişo, Gelin Hamamı, Çedene Kahvesi, Aşure, Orcik; **Kütahya**' da Bitki Yaprığı Oyma Hat Sanatı, Çini Sanatı, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Telkari, Osmanlı El Yapımı Kapı Kilitleri Ustalığı, Kilim Dokumacılığı, İğne Oyası ve Daneleri, Koku (Lavanta) Keseleri, Sim Sırma Ve Sarma, Rebab Yapımcılığı, Yaren Teşkilatı, Gezek, Hacı Pilavı, Kütahya Düğünü, Küpecik, Kâbe Kâbe, Yaya Okçuluk, Rahvan At Yetiştiriciliği ve Yarışları; **Ankara**'da Minyatür Sanatı, Üfleme Cam İşlemciliği, Bakırcılık, Telkari, Semercilik, Ankara Tiftiği/Geleneksel Sof Dokumacılığı, Beypazarı Bürgü Dokumacılığı, Ankara Nallıhan İğne Oyları, Çorap Örücülüğü, Bağlama Yapımcılığı, Geleneksel Ahşap Oyuncak Yapımcılığı, Beştaş Oyunu, Ferfene, Seymenlik, Ahilik, Köy Konağı Geleneği, Hacı Bayram-ı Veli Ziyaretleri ve Gelenekleri, Ebelik Kültürü, Kahraman Kazan Damat Giydirme Geleneği, Çalı Gezme-Yağmur Duası, Sarıçalı Bayramı, Çiğdem Günü Geleneği, Aşıklık, Canbazhane/Körmük Geleneği, Saya Gezme, Sinsin, Geleneksel Matrak Sanatı ve Matrak Oyunu, Geleneksel Tomak Oyunu, Geleneksel Tulum Oyunu, Geleneksel Mangala/ Göçürme Oyunu, Ankara Tarihi Hamamlarında, Hamam Gelenekleri, Ankara Simidi, Kalecik Kasnak Böreği, Ankara'da Güvey Görme Geleneğinde Höşmerim, Ankara Tava, Ankara Yaprak Döneri, Çubuk Turşusu; **Çanakkale**'de Çanakkale Seramiği Ustalığı, Babakale Bıçakçılığı, Kispetçilik, Sepetçilik, Ayvacık Halısı Dokumacılığı, Çan Halısı Dokumacılığı, Çanakkale Oyları, Zeybeklik, Kaşenlik, Köy Hayırları, Altı Ay Kınası, Yağmur Duası, Saya Gezme, Bayramlaşma, Hıdrellez, Çanakkale Karşılması, El Kuklası, Kız Kaçırma Oyunu, Deve Oyunu, Ayı Oyunu, Yağlı Güreş, Yaya Okçuluk, Tören Keşkeği; **Tokat**'ta Seramikçilik, Ahşap Oymacılığı, Bakırcılık, Bıçakçılık, Bahçe Feneri Yapımcılığı, Folklorik Bebek, Tokat Kuyumculuğu, Urgan Yapımcılığı, Saraçlık, Dericilik, Sele Sepet Örücülüğü,

Süpürgecilik, Yazmacılık, Cecim Dokumacılığı, Halı Dokumacılığı, Bez Dokumacılığı, Çarıkcılık, İğne Oyası, Dilli/ Dilsiz/ Hortlatma Kaval Yapımcılığı, Fotik, Boyun Baba Tekkesi, Member Taşı, Diş Hediği, Kına Gecesi, Gelin/Damat Hamamı, Samah (Gönüller Samahı, Kırklar Samahı, Hubyar Samahı), Bayram-Gelin Çöreği, Hıdırellez, Ficenk Bayramı, Omuz Halayı, Saya Gezme, Sinsin, Türk Yay, Bağcılık ve Bahçecilik Geleneği, Hamam Geleneği, Köme, Pekmez, Tatlı Tarhana, Yufka, Geleneksel Tokat Mutfağı İçerisinde Bağ Evi Fırınları, Çorbalık Tarhana, Yayıkçılık, Nohut Mayalı Tokat Çöreği, Bat, Tokat Kebabı, Keşkek, Pastırma, Bez Sucuk, Erişte Dökümü, Kus Kus; **Denizli**'de Çini Sanatı, Yatağan Kılıcı, Bardakçılık-Desticilik, Terakota, Buldan Bezi Dokumacılığı, Tel Kırma, Çam Düdüğü-Sipsi Yapımcılığı ve İcracılığı, Tavas Zeybeği, Aşağı Seyit Köyü Koyunları Sudan Geçirme Festivali, Eren Günü, Keşkek Yemeği; **Aksaray**'da Çini Sanatı, Sepetçilik/Hasır Örucülüğü, Taşpınar Halısı Dokumacılığı; **Bursa**'da İznik Çinisi, Kündekari Sanatı, Yorgancılık, Tahta Kaşık Yapımcılığı (Tongurdaklı), Bıçakçılık, Köfüncülük, Süpürgecilik, Keles Kıyafet Geleneği, Gezek, Erfane Günü, Ahilik, Lokma Dökme, Danışık, Mevlid Geleneği, Yağmur Duası, Miraciyye, Erguvan Bayramı, Hıdırellez, Cezayir Oyunu, Kılıç Kalkan, Meddahlık, Karagöz, Canbazhane/Körmük Geleneği, Mehter, Yaya Okçuluk, Geleneksel Zeytin Yetiştiriciliği ve Ürünleri Yapımcılığı, İpek Böcekçiliği, Hamam Geleneği, Kahve Geleneği, Aşure, Boza; **Karaman**'da Kündekari Sanatı, Çocuk Oyunları (Höllük vd.), Ölümden Sonraki İlk Cuma Günü, Kına Gecesi, Yağmur Duası, Komşu ve Bayram Gezmeleri, Hıdırellez Şenlikleri, Nevruz, Aşıklık, Deve Oyunu, Tuluk Yükletme, Deli Oğlanın Evlenmesi, İp Bükme Oyunu, Devem Öldü Oyunu, Tana Gütme Oyunu, Arap Oyunu, Saya Oyunları, Aşure, Divle Peyniri, Karaman Taşkale Tahıl Ambarlama Geleneği, Batırık; **Sakarya**'da Sedefkarlık, Bastonculuk, Yorgancılık, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Çömlekçilik, Demircilik, Semercilik, Sepet Örucülüğü, Süpürgecilik, Kaynarca Kilim Dokumacılığı, Taraklı Bezi Dokumacılığı, Kaynarca Bezi Dokumacılığı, Pabuççuluk, Yalaza, Kaşenlik, Alaf, Yağmur Duası, Temcid Geleneği, Hıdırellez Şenlikleri, Mantifer, Geleneksel Bilmeceler, Kabak Tatlısı, Islama Köfte, Dartılı Keşkeği; **İzmir**'de Nazar Boncuğu Yapımcılığı, İzmir Gevreği, Keçecilik, Menemen Çömlekçiliği, Karatabaklık/Parşomen Yapımı, Sepetçilik, Beledi Dokumacılığı, İğne Oyası, Tel Sarma, Kabak Kemane Yapımcılığı, Klarnet İcracılığı, Karambol, Delikanlı Odaları, Zeybeklik, Bergama Kermesi, Mahya, Lokma, Sünnet Yatağı Süsleme, Çeyiz ve Çeyiz Serme, Hıdırellez, Beyler Köyü Hıdırellez Şenlikleri, Sultan Nevruz, Keçikırkım Törenleri,

Yanar Gecesi, Aşıklık, Roman Havası, Canbazhane/Körmük Geleneği, Yaya Okçuluk; **Kahramanmaraş**'ta Ahşap Oymacılığı, Külekçilik, Keçecilik, Yorgancılık, Bakırcılık, Bıçakçılık, Maraş Burması, Semercilik, Saraçlık, Taş İşlemeciliği, Köşkerlik, Abacılık, Oya İşlemeciliği, Sim-Sırma, Diş Hediği, Söz Kesme, Nişan, Hidrellez, Gündeşlioğlu Halk Hikayesi, Aşıklık, Şalvar Güreşi, Aşure, Şıra, Maraş Tarhanası, Maraş Çöreği; **Mersin**'de Ahşap Oymacılığı, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Kökboyacılık, Çömlekçilik Geleneği, Deri Yannık Yapım Ustalığı, Su Tuluğu Yapımcılığı, Sepetçilik Geleneği, Kök Boyalı Halı Dokumacılığı, Mezitli Bezi Dokumacılığı, Alaçuval Dokumacılığı, Namrun İğne Oyaları, Davul Yapımcılığı, Cıvıncak, Kına Gecesi, Toprak Bastı Parası, Koç Katımı, Sarıkeçililer ve Yayla Göçü, Şahmeran Efsanesi, Azize Tekla, Kızkalesi Efsanesi, Tarsus Yöresi Halayları, Silifke Halk Oyunları, Aşuk Maşuk Oyunu, "Deve Botlaması (Bortlaması)", Kenger Kahvesi, Menengiç Kahvesi, Yufka Ekmek, Kaynar (Lohusa Şerbeti), Bozyazı Kavutu, Karsambaç; **Osmaniye**'de Ağaç İşçiliği, Yorgancılık, Boynuz Sapından Bıçak, **Osmaniye**'de Andız Tespihi Yapımı, Sepetçilik, Huğ Evler, Kök Boyalı Kilim Dokumacılığı, Çuvallık, Çulfa, Çulha Dokumacılığı, Boz Aba, Sırma Aba, Boncuk Oyası, Kanaviçe, Topaç (Krişte), Osmaniye Su Değirmenleri, Çeyiz Serme, Kına Töreni, Damat Traşı, Düğünlerde Şaba, Bayrak Geleneği, Yağmur Duası, Göç Ateşi, Karatepe Fıkraları, Mâni Söylemek, Osmaniye Ağıtları, Aşıklık, Bozлак, Osmaniye Yöresi Halayı/Hala, Yaya Okçuluk, Pekmezli Kömbe, Osmaniye Andız Pekmezi, Yufka/ Lavaş/ İnce Ekmek, Bayram Kömbesi, Yoğurtlu Kömbe, Teleme Yoğurdu; **Sivas**'ta Ağızlıkçılık/ Çubukçuluk, Bıçakçılık, Gümüşçülük, Kemik Tarak Yapımcılığı, Şarkışla Kilim Dokumacılığı, Sivas Halısı Dokumacılığı, Çorap Örucülüğü, Aşık Oyunu, Çelik Çomak, Noççuk, Beştaş, Taş Dikmece, Kayış Kapmaç, İp Atlama, Bezirgân Başı, Çizgi, Saklambaç, Sekmeç, Uzun Eşek, Köse Süleyman Ziyareti, Kirvelik, Asker Uğurlama, Diş Hediği, Çeyiz Asma, Kına Töreni, Semah, Yağmur Duası, Memecimin Giliği, Hidrellez, Çiğdem Toplama Geleneği (Hatapıya), Nevruz, Koç Katımı, Yunnak, Şeme Şenlikleri, Mâni Söylemek, Aşıklık, Sivas Halayı, Köy Ağırlaması Halayı, Abdurrahman Halayı, Kabak Halayı, İş Halayı, Meddahlık, Saya Gezme, Sinsin, Geleneksel Cirit, Atlı Okçuluk, Aşure, Bağ Bozumu, Lavaş, Yufka; **Şanlıurfa**'da Ahşap Oymacılığı, Keçecilik, Bakırcılık, Telkari, Tespih Yapımcılığı, Taş İşçiliği, Çulha Dokumacılığı, İpek Kazaz Örucülüğü, Şıra Gecesi, Ahilik, Kirvelik, Haccılık ve Haccı Geleneği, Taziye Geleneği, Mevlevilik, Yağmur Duası, Ferace, Zakirlik, Aşıklık, Dengbeçlik, Şanlıurfa Halk Oyunları, Mangala

Oyunu, Kuşçuluk, Bitkisel Şifa Geleneği, Mirra, Lavaş/ Yufka/ Ev Ekmeği, Meyan Şerbeti, Külünce (Peksimet) Yapımı, Isot ve Isot Yapımcılığı, Ciğer Kebap, Çiğ Köfte, Tirit Yemeği; **Bartın**'da Ağaç Oymacılığı, Gemi Yapımcılığı (Ahşap Tekne ve Yat), Tel Kırma, Tel Sarma, Bartın Düğünleri, Bayram Kutlamaları, Küp Dibi, Bartın Yöresi Erkek Oyunları, Geriş Köyü Güreş Geleneği, Taş Sac; **Bayburt**'ta Ahşap Oymacılığı, Taş İşlemeciliği, Kilim Dokumacılığı, Ehram Geleneği, Çarık Yapımı, Bar, Geleneksel Cirit; **Samsun**'da Ağaç İşlemeciliği, Folklorik Bebek, Ağ Örucülüğü (Balık Ağı, Hamak, File), İplik Eğirme Geleneği, Semaver Yapımcılığı, Hediyeelik Süpürge, Süpürgecilik, Taş Oymacılığı ve İşlemeciliği, Kilim Dokumacılığı, Halı Dokumacılığı, İğne Oyası, Zekeriya Sofrası, Geyik Koşan Şenlikleri, Hüseyinde Şenlikleri, Sele Sepet Şenlikleri, Aşıklık, Güreş ve Cazgırlık Geleneği; **Bilecik**'te Ahşap Oymacılığı, Kınık Çömlekçiliği, Bilecik Bezi Dokumacılığı, Ertuğrul Gazi'yi Anma ve Yörük Şenlikleri, Hıdırellez, Aşure; **Bitlis**'te Bastonculuk, Çömlekçilik, Ahlat Taş İşlemeciliği, Harik, Diş Hediği, Kara Çarşamba; **Karabük**'te Bastonculuk, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Kalaycılık, Demircilik, Nalbur ve Nalbantlık, Semercilik, Safranbolu Evleri Yapı Ustalığı, Eflani Çemberbezi Dokumacılığı, Yemenicilik, Kunduracılık, Mestçilik, Sayacılık, Kına Gecesi, Yağmur Duası Törenleri, Kolanga, Ziyat Geleneği, Hıdırellez, Köçeklik, Yaya Okçuluk, Miyane Helvası, Safran, Keşkek; **Zonguldak**'ta Bastonculuk, Yorgancılık, Elpek Dokumacılığı, Beşik Hazırlama, Kına Gecesi, Dini Bayramlar, Hıdırellez, Yaylacılık, Kara Salih Dağı Efsanesi, Uzun Mehmet Söylencesi, Madenci Fıkraları, Terzici Güzeli Masalı, Mâni Söylemek, Alaplı Geleneksel Yağlı Pehlivan Güreşleri, Aşure; **Isparta**'da Talikacılık (Minyatür At Arabacılığı), Keçecilik, Bakırcılık, Doğal Boya/ Kökboyacılık, Kozluca Testisi Yapımcılığı, Semercilik, Dericilik, Kilim Dokumacılığı, Halı Dokumacılığı, Minyatür Halı Dokumacılığı, Çarpana Dokumacılığı, Senirkent Kadın Kıyafeti ve Üç Etek Geleneği, Uluborlu Oyaları, Eğirdir İşlemeleri, Kıl Çorabı Örucülüğü, Iscak Dağıtma, Asker Uğurlama, Diş Hediği, Aydeş Pişirmesi, Köstek Kesme, Kırklama, Kütük Atma, Mendil Alma/Söz Kesme, Kına Gecesi, Düğün, Düğün Yemeği, Tuz Çatlatma, Semah, Yağmur Duası, Pınar Pazarı, Pazarcı Duası Geleneği, Hıdırellez, Nevruz Cemi, Şarkikaraağaç Kızıldağ Helva Bayramı, Mâni Söylemek, Aşıklık, Boğaz Havası, Kız Kaçırma Oyunu, Deve Oyunu, Keloğlan'ın Evlenme Oyunu, Değirmenci Oyunu, Uluborlu Güreşi, Isparta Gül Suyu, Isparta Gül Yağı, Kurt Ağzı Bağlama, Aşure Günü, Yufka Ekmeği, Isparta Ekşi Maya Ev Ekmeği, Şarkikaraağaç Helvası, Pastırma, Et Kurutma, Kakaç; **Sinop**'ta Gemi Modelciliği ve Kotracılık, Bıçakçılık,

Sepetçilik, Çember Dokuma, Sinop Peşkir Dokumacılığı, Mahrama Dokumacılığı, Durağan Entarisi, Nezgep, Ayancık Göynek Yakası, Dana Oyunu, Değirmencilik, Altı Ay Kınası, Çuval Ağzı Açma, Gişi (Kişi) Geleneği, Bolluk Aşu Geleneği (Bayramı), Helesa, Ziraat Kesme, Hıdrellez, Geleneksel Karakucak Güreşleri, Keşkek; **Afyonkarahisar**'da Keçecilik, Çanak Çömlek Yapımı, Semercilik, Saraçlık, Koşumculuk, Kilim Dokumacılığı, Kök Boyalı Bayat Kilimi Dokumacılığı, Yemenicilik, Kanaviçe, Gezekler, Sohbet Geleneği/Yaran, Hıdrellez, Aşıklık, Sultan Divani ve Şifalı Aşure Günü, Afyon Kaymağı, Lokum Geleneği; **Manisa**'da Keçecilik, Sıvama ve Dövme Tekniği ile Bakır İşçiliği, Gökeyüp Köyü Çömlekçiliği, Demircilik, Kilim Dokumacılığı, Zili Dokumacılığı, Cicim Dokumacılığı, Halı Dokumacılığı, Yunt Dağı Halı Dokumacılığı, Tarihi Manisa Bezi Dokumacılığı, Albez, Dörtel, Kula Yarenleri, Suyolculuk, Sinek Sarayı, Yağmur Hayrı, Çıtır Pıtır Gecesi, Geleneksel Mesir Macunu Şenliği, Kırkağaç Çam Mesiresi, Akhisar Çağlak Mesiresi, Ejderha Masalı, Taban Simidi; **Konya**'da Keçecilik, Tahta Kaşık Yapımcılığı, Konya Oturakları, Diş Bulguru, Kına Gecesi, Çetnevir, Mevlana ve Sema, Şivlilik Geleneği, Hıdrellez, Nasreddin Hoca Fıkra Anlatma Geleneği, Aşıklar Bayramı, Bozkır Kaşık Oyunu, Canbazzane/Körmük Geleneği, Atlı ve Yaya Okçuluk, Aşure, Sarıkeçililerde Yufka, Küflü Peynir; **Niğde**'de Keçecilik, Çömlekçilik, Demircilik, Çancılık, Dericilik, Niğde Halısı Dokumacılığı, Tuluk Vurma Oyunu; **Balıkesir**'de Keçecilik, Çömlekçilik-Desticilik, Zili/ Sili Dokumacılığı, Yağcıbedir Halısı Dokumacılığı, Şayak-Aba Dokuma, Gönen İğne Oyası, Barana, Köy Hayırları, Çepni ve Tahtacılar Kamberlik Geleneği, Pamukçu Beldesi Erkek Oyunları, Kız Kaçırma Oyunu, Deve Oyunu, Geleneksel Cihan Pehlivanı Kurtdereli Mehmet Pehlivan Yağlı Güreşleri, Atlı ve Yaya Okçuluk, Sarıbeyler Seferberlik Çöreği; **Aydın**'da Yorgancılık, Çömlekçilik, Semercilik, Dericilik, Kıl Dokumacılığı, Körüklü Çizmecilik, Sünnet Düğünü, Kına Gecesi Ağıtları, Yuvarlama Geleneği; **Kilis**'te Kilis Yorganları, Antep İşi, Çömçe Gelin, Kilis Lebeniye Günleri, Kilis Zılgıt Mânileri, Şıra (Bastık, Sucuk, Hapsa); **Trabzon**'da Yorgancılık, Sürmene Bıçakçılığı, Telkari, Alem Ustalığı, Kazaziye Ustalığı, Çarpana/ Kaytan Dokumacılığı, Şalpaazarı Kıyafet Geleneği, Trabzon Fanılası, Kemeçe Yapımcılığı, Kalandar, Yayla Göçü, Atma Türkü, Sürmene Bıçak Oyunu, Sürmene Kız Oyunu, Akçaabat Horonu (Davul-Zurna), Vakfikebir Ekmeği, El Yapımı Kuzine, Tonya Yayık Tereyağı Kültürü, Çay, Hamsiköy Sütlaç, Hamsi Yemekleri Kültürü; **Hatay**'da Yorgancılık, Cimem, Çömçe Kadın, Hasnı, Hıdrellez, Aba Güreşi, Geleneksel Sıkma Zeytinyağı, İpek Böcekçiliği

(Kazzıt-Harir), Bebeklerde Sürme Çekme, Toprak Üstüne Yatırma, Reyhanlama, Gar Sabunu (Defne Sabunu), Peynirli Künefe; **Mardin**'de Cam Altı Resmi, Telkari, Semercilik, Taş İşlemeciliği, Diş Hediği, Hıdırellez, Hesit Merene, Kızlar Haftası, Bahar Şenliği, Berivan, "Sersal Sersala", Reyhani; **Muş**'ta Tahta Kaşık Yapımcılığı, Heybe, Çuval Yapımcılığı, Çorap Örucülüğü, Dutde, Topadere, Helluk, Kirvelik, Diş Hediği, Kına Töreni, Bırazava/Sağdıçlık, Yağmur Duası, Buka Barane, Nevruz, Beran/Berdan, Kara Çarşamba, Cirok Dinleme Geceleri, Dengbejlik, Köse Glani, Aşure, Helise; **Gaziantep**'te Bakırcılık, Saraçlık, Kutnu Dokumacılığı, Yemenicilik, Köşkerlik, Antep İşi Nakış, Barak Oda Geleneği, Diş Hediği, Çeyiz-Çehiz, Hıdırellez, Sahre, Barak Havası, Aşırtmalı Aba Güreşi, Peçiç Oyunu, Geleneksel Zeytinyağı, Hamam Geleneği, Kahve Geleneği, Aşure, Pekmez-Şıra, Meyan Şerbeti, Yuvarlama Geleneği; **Erzincan**'da Bakırcılık, Bıçakçılık, Yemenicilik, Sıra Gecesi, Herfene, Sultan Seydi, Kırklar Türbesi, Diş Hediği, Mâni Söylemek, Aşıklık, Aşure, Keşkek Günü; **Muğla**'da Geleneksel Kavaklıdere Bakırcılığı, Dont Destisi, Semercilik, Muğla Bacası Yapım Ustalığı, Ahşap Yapı İşçiliği, Milas Halısı Dokumacılığı, Meğri Halısı Dokumacılığı, Muğla Bez Dokumacılığı, Üzümlü Dastarı Dokumacılığı, Çarıkcılık, Sandalet Yapımı, Fethiye Yörük/ Türkmen Kıyafet Geleneği, İğne Oyası, Delbekçilik, Dibekdere Roman Çalgı İcracılığı, Geleneksel Çocuk Oyuncakları Yapımcılığı, Karabağlar Yayla Kahveleri, Hayır Geleneği, Arap Oyunu (Arap Dede), Geleneksel Zeytinyağı, İpek Dokumacılığı, Geleneksel Arıcılık ve Bal Üretimi, Rahvan At Yetiştiriciliği, Sığıla Yağı ve Günlük Kabuğu Yapımcılığı, Tarhana, Çıntar, Saraylı, Keşkek; **Siirt**'te Bakırcılık, Siirt Battaniyesi, Cigor Bayramı, Yumurta Bayramı; **Çorum**'da Bakırcılık, Metal El İşçiliği ve İşlemeciliği, Kargı Bezi Dokumacılığı, Kına Gecesi, Dügün, Çiğdem Aşı Eğlencesi, Sinsin, İskilip Dolması; **Adana**'da Geleneksel Koçboynuzlu Bıçak Yapımcılığı, Yağmur Yağdırma Geleneği, Karacaoğlan Şenlikleri, Aşıklık, Yaya Okçuluk, Kaynar, Keşkek; **Kastamonu**'da Tosya Çakısı Yapımcılığı, Kastamonu Evrenye Bıçağı, Taş Baskı, Azdavay Kuşağı, Çarşaf Bağı, Kastamonu Bağı, Bağlama Yapımcılığı, Değirmencilik, Beziryağı Değirmeni Kültürü, İmece Usulü, Kına Gecesi; **Ardahan**'da Damal Folklorik Bebekleri, Kubbe, Salman Bey Hikayesi, Deve Oyunu, Güveçte Peynir Saklama; **Artvin**'de Folklorik Bebek, Çömlekçilik, Ehram Geleneği, Macahel Çok Sesli Halk Şarkıları Söyleme Geleneği, Karüstü/Karakucak Güreşi; **Van**'da Çömlekçilik, Savatlı Gümüş İşlemeciliği, Parzun Dokumacılığı, Oturmah, Hıdırellez, Hıdırnebi Geleneği, Köse Gelin Oyunu, Van Kahvaltısı; **Gümüşhane**'de

Gudu-Güdi Çömlekçilik, Zilli Kilim Dokumacılığı, Ala Kilimciliği (Şiran), İpek Halı Dokumacılığı, Aşık Oyunu, Herfene, Asker Uğurlama, Diş Hediği, Bebeği Kırklamak, Sünnet, Turnalar, Kuşdili Festivali, Hıdrellez, Kadırğa Yaylası Otçular Şenliği, İnce Bekir Destanı, Mâni Söylemek, Aşıklık, Daldalar, Hava Hatun, Dört Ayak, İki Ayak, Sorda Diki, Sarı Kız, Dizden Kırma, Sıksara, Kalaycı Oyunu, Aralı Emen, Aşure; **Eskişehir**'de Sorkun Köyü Çömlekçiliği, Lületaşı İşlemeciliği, Sivrihisar Cebesi ve İncili Küpesi, Savatlı Gümüş İşlemeciliği, Cicim ve Zili Dokumacılığı, Sivrihisar Beş Bacalı Kilim Dokumacılığı, Dağküplü Dokumacılığı, İğdir Torbası/ Çantası Yapımcılığı, Kırka Zeybeği, Nartlanı Toy Künü, Diş Göllesi, Tel(li) Şırak ve Koraz Telleme, Tepreç, Sabantoy Şenlikleri, Azhvala Şenliği, Nasreddin Hoca Fıkra Anlatma Geleneği, Bebek Kuklası, Macın Kaynatma; **Kırşehir**'de Oniks Taş İşlemeciliği, Halı Dokumacılığı, Kırşehir Abdalları Çalgı İcracılığı, Tura, Ahilik, Şed Kuşatma Töreni, Abdallık, Kırşehir Halayı, Kaşık Oyunu; **Erzurum**'da Oltu Taşı İşlemeciliği- Kehribarcılık, Bardız Kilimciliği, Ehram Geleneği/İhram, Kanaviçe, Aşık Oyunu, Çeyiz Serme, Hamam Takımı- Şekerbaşı, Arefelik Geleneği, Aşıklık, Geleneksel Cirit, Çermik Geleneği, Karnavas Dut Pekmezi, Lavaş Ekmeği, Civil Peyniri, Çaşır, Çiriş, Kıtlama Çay, Ramazan Pidesi; **Düzce**'de Savatlı Gümüş İşlemeciliği, Kabartma Sanatı/Gravür, Çerkez Kemeçesi Yapımcılığı, Aşta ve Aşta Kesme Usulü, Kaplandede Dağı Yağmur Duası, Efteni Gölü Efsanesi, Düzce Leperüş Oyunu, Kaldirik Otu, Melengüççeği Tatlısı; **Yalova**'da Geleneksel Kağıt Yapımcılığı, Boynuz ve Gümüş İşlemeciliği, İpek Halı Dokumacılığı, Çınarcık İşi, Hıdrellez, Camal, Cemal Oyunu, İpek Böcekçiliği, Hamam Geleneği, Aşure /Aşura; **Bolu**'da Kemik Tarak Yapımcılığı, Sepetçilik, Tokalı Örtü Dokumacılığı, Nakışlı Poğ Dokumacılığı, Gelin Tacı, Çoban Kavalı İcracılığı, Birikme, Ahilik Geleneği, Kızık Yayla Bayramı, Köroğlu Türküsü, Oyunu, Hikayesi, Mengen Davul Oyunu, Lavaş/ Yufka, Mengen Aşçılık Geleneği ve Aşçılar Günü; **Ordu**'da Manda Boynuzundan Doğal Tarak, Fındık Çubuğundan Sepet, Kozören Köyü Kilim Dokumacılığı, Kolan Dokumacılığı, Kozören Köyü El Örgüleri, Kına Gecesi- Gecelik Götürme, Düğün Başlama, Yağmur Duası, Bayram Yemeği, Islık Dili, Hıdrellez, Mayıs Yedisi, Hekimoğlu Efsanesi ve Türküsü, Ordu Karşılması, Ağaç Aşılama ve Bitki Yetiştiriciliği, Aşure, Cevizli Helva, Aybastı Cevizli Helvası, Kumru Fizme Cevizli Helvası; **Amasya**'da Semaver Yapımcılığı, Merzifon Bez Dokumacılığı, İğne Oyası, Dilek Geleneği, Dilek Kuyusu, Diş Hediği, Gelin Kirazı, Kına Töreni, Ölü Helvası, Yağmur Duası, Hıdrellez, Geleneksel Bilmeceler, Sinsin, Yaya Okçuluk; **Rize**'de Sepetçilik, Nayla, Serender

Yapı Ustalığı, Tulum Yapımcılığı, Kemeçe İcracılığı, Tahta Araba Yapımcılığı, Su Değirmenleri, Vartivor Şenlikleri, Atma Trk, Pileki; **Kocaeli**'de Karamürsel Sepeti, Hereke İpek Halı Dokumacılığı, Kandıra Bezi Dokumacılığı, Hereke İpekli KumaŐ Dokumacılığı, Keten Helva ekimi, Manavlarda Kına Gecesi, Kına Gecesi Gezmesi, Saraylı Düğünü, Anma, Mevrit ve Etli Pilav İkramı, Yağmur Duası, Abhazların Anma Günü, Hıdrellez Kutlamaları (Türkmen Aleviler), Hıdrellez Kutlamaları (Manavlar ve Romanlar), Kocaeli Mânileri, Dartılı Keşkeği; **UŐak**'ta EŞme Kilimi Dokumacılığı, UŐak Halısı Dokumacılığı, İslamoğlu Zeybeği, Asker Uğurlama, Diş Bulguru, Aylila Geleneği, Kına Töreni, Taziye Geleneği, Hıdrellez, Mâni Söylemek, Atlı Cirit, AŞure, UŐak Tarhanası, Keşkek; **Hakkari**'de Glsarya Kilimi Dokumacılığı, Dokuma Heybe Yapımcılığı, Parzun Dokumacılığı, Desenli Yn oraplar; **Kırkkale**'de Karakeçili Kilim Dokumacılığı, Oya İŞlemeciliği, ŐiŐ Örgüsü, Asker Uğurlama ve Karşılama, Diş Hediği, Kına Gecesi, Bayrak Kaldırma, Yağmur Duası, Hıdrellez, Bozlak, AŞure, Bağ Bozumu, Pekmez; **Kırkareli**'de Kilim Dokumacılığı, Torba Dokumacılığı, Seccade Dokumacılığı, Yağmur Duası, Hıdrellez Kutlamaları, Pehlivanky Sonbahar Panayırını; **Tekirdağ**'da Karacakılavuz Dokumaları (Yöresel El Dokumacılığı), Ahretlik, Diş Buğdayı, Kına Töreni, Yağmur Duası, Hıdrellez Kutlamaları, Tekirdağ Kiraz Festivali, Cemal Oyunu, AŞure Tatlısı, Keşkek; **Kayseri**'de Kayseri İpek Kilim Dokumacılığı, Yahyalı Halısı Dokumacılığı, Kayseri İpek Halı Dokumacılığı, Bünyan Halısı Dokumacılığı, Kolan Dokumacılığı, Birdir Bir, Arı Vız, A Kilit, Munnaraz, Happan, Güvercin atması, Lop (Slek), Dalıe, Söz Kesme, AvŐarlarda Kına Gecesi, GveybaŐı, ocukların Yağmur Duası, Kuzu Yıkama Törenleri, Ağ Gelin Efsanesi, AvŐar Ağıtları, AŞıklık Geleneğinde AŞık Seyrani, Cingzoğlu AŞık Seyit Osman Halk Ozanlığı, Berber Oyunu, Su Oyunu, Culluk (Hindi) Oyunu, Sinsin/ Yumruk Oyunu, Deve Oyunu, Hona/ Hediye Verme, Yılkı Atı Yetiştiriciliği, Gelin Hamamı, Kfter, Çerkes Peyniri, Dolaz, Telteli Tatlısı, Mentef Yemeği, Tepsi Mantısı, Kayseri Mantısı, Pastırma, Kayseri Sucuğu; **Ağrı**'da Ağrı Halısı Dokumacılığı (Halie Halısı), oban Ali; **Burdur**'da Alaca Dokumacılığı, Sipsi Yapımcılığı, İkitelli Kozağa Curası Yapımcılığı, Serenler Zeybeği, Kütük Atma, Düğün Gecesi Eğlencesi/ MaŐala, Ynm, Boğaz Havası-Boğaz Hadası, Teke Zortlatması, Ceviz Ezmesi Geleneği, Burdur ŐiŐ; **Őırnak**'ta Őal-Őapık Dokumacılığı, Nevruz, Kuzu Kırkma ve Yayla Şenlikleri Festivali, GuhŐegi Oyunu; **Giresun**'da Tamzara Dokuma, Kuşdili Festivali, Hıdrellez, Mayıs Yedisi, Mart Bozumu, Otu G, Hasbal Havası, Tfekli Çandır Oyunu, Fındık Yetiştiriciliği, ay; **Bingl**'de Palas-Cacim, Kara arŐamba, Sancak

Balıkliğöl eşmesi Efsanesi, Kartal Oyunu; **Malatya**'da Ahşap ivili Kundura Yapımı, Tura, Akçadağ Taş Oyunları, Kış Yarısı Eğlenceleri, Malatya Dede Korkut Sözlü Geleneği, Arguvan Türküleri, Hekimhan Halayları, Geleneksel Cirit, Yaya Okçuluk; **Diyarbakır**'da Puşı, Diyarbakır Velime Gecesi, Hedik Dökme, Kına Gecesi, Ser-i Sali, Murat Şenlikleri, Gülan Şenlikleri, Dengbejlik; **Batman**'da İğne Oyası, Kirvelik; **İğdir**'da Davul İcracılığı, Garmon İcracılığı, Nağara/Yapımcılığı ve İcracılığı, Zurna İcracılığı, Kirvelik, On Dökme, Şah Bezeme Geleneği, Nevruz Yörük, Nevruz Bayramı, Mâni Söylemek, Bozbaş Yemeği, Taş Köfte, Pilav Başı, Patlıcan Reçeli; **Yozgat**'ta ot, Kına Töreni, Yağmur Duası, Hıdırellez, iğdem Pilavı, Aşıklık, Saya Gezme, Sinsin, Testi Kebabı, Arabaşı/ Ara Aşı; **Adıyaman**'da Harfane Gecesi, **Çankırı**'da Yaran, Seymenlik, Kazanda Keşkek; **Tunceli**'de Sünnet Düğününde Kirvelik, Musahiplik, Heftemal (Hautamal), Gağan, Kerbela Mersiyeleri, Varvara; **Nevşehir**'de, çömlekçilik, Kaya ve Taş İşçiliği, Nahıl-Nahıl Övme Âdeti, Tarihi Nevşehir Pazarı''.

AREGEM tarafından yayınlanan Türkiye'nin SOKÜM ulusal envanterinde bulunan unsurlar ve YİH envanterinde bulunan kişiler yukarıda gösterildiği gibidir.

2.4. Somut Olmayan Kültürel Miras ve Nevşehir

Nevşehir ili için SOKÜM unsuru olarak AREGEM tarafından yayınlanan SOKÜM ulusal envanterinde çömlekçilik, Kaya ve Taş İşçiliği, Nahıl-Nahıl Övme Adeti ve Tarihi Nevşehir Pazarı olmak üzere 4 unsur bulunmaktadır. Bunun dışında Nevşehir'de envantere girmemiő olan birçok SOKÜM unsuru bulunmaktadır.

2.4.1. Nevşehir'de Bulunan Somut Olmayan Kültürel Miras Unsurları

Nevşehir'de bulunan SOKÜM unsurları kapsamında "El Sanatları" ön plana çıkmaktadır. Buna örnek olarak, Ürgüp ve Avanos'ta ön plana çıkan halı kilim dokumacılığı, Avanos'ta çömlekçilik, Hacı Bektaş'ta oniks taş işlemeciliği, Soğanlı'da Soğanlı Bebekleri bölgenin el sanatları ürünlerine örnek olarak verilebilir (Sözleşen, 2021: 44). Nevşehir'de en çok ilgiyi gören geleneksel el sanatı çömlekçilik olup daha çok Avanos ve Çavuşin'de yapıldığı bilinmektedir. Bununla beraber Nevşehir ili, en önemli halı dokuma merkezi olarak kabul görmektedir. Ürgüp adı altında ekstra ince ve Avanos adı altında da kaba sınıfına giren bu yöreye has olan özellikte el dokuması halı ve kilimlerin ön planda olduğu söylenebilir (Erdoğan, 2020: 332; Sözleşen, 2021: 46). Oniks taş işlemeciliği ise, Ürgüp, Avanos, Uçhisar ve Göreme'de yaygın olarak görülmektedir.

Somut olmayan kültürel miras içerisinde önemli bir yeri olan mutfak kültürü bakımından Nevşehir yemekleri, İç Anadolu mutfağında bulunan geleneksel özellikleri yansıtmaktadır. Nevşehir yemekleri, bakliyat ve tahıl ürünlerinin etle harmanlanması ile ön plana çıkmaktadır. Buna örnek vermek gerekirse, yapımı zor olan ve pişirme süresi uzun olan testi kebabı, Nevşehir tava ve çömlek fasulyesi söylenebilir (Sözleşen, 2021: 48). Hatta Derinkuyu’da yapılan Çömlek fasulyesi coğrafi işaret olarak tescillenmiştir. Bununla beraber Nevşehir’de tandır adı verilen yerlerde yapılan yufka ekmeği önemli ölçüde ilgiye sahiptir (Dinleyen, 2011: 61-62; Sözleşen, 2021: 48).

Nevşehir denilince akla gelen bir diğer SOKÜM unsuru da “Üzüm İşlemeciliği ve Şarapçılık” olarak bilinmektedir. Köklü bir şarapçılık geleneğine sahip olan Nevşehir, bu yöreye has üzümlerden üretilen beyaz şarap ile ün almıştır (Ahiler Kalkınma Ajansı, 2014: 23; Sözleşen, 2021: 48).

Nevşehir’de ön plana çıkmış olan bir diğer SOKÜM unsuru “Geleneksel Türk Eğlence Uygulamaları ve Yöresel Eğlence Uygulamaları” olarak bilinmektedir. Bölgede bulunan turistik animasyon ve eğlence hizmetleri sunan birçok işletmede Türk Halk dansları ve geleneksel eğlence uygulamaları gibi gösterilere yer verildiği görülmektedir. Buna örnek olarak Geleneksel Türk SOKÜM unsurlarından olan “Mevlevi Sema Ritüeli” ve “Bektaşî Semah Ritüeli” verilebilmektedir. Nevşehir bölgesinde geleneksel tarzda var olan halk dansları, “halay yöresi” grubu içerisinde yer almakta olup halk danslarının daha çok düğün ve eğlence ortamlarında uygulandığı bilinmektedir.

Nevşehir bölgesi, halk müziği ve halk oyunları bakımından da zengin bir bölge olarak ön plana çıkmaktadır. Bölgede bulunan mahallî sanatçılarından biri olan “Ürgüplü Refik Başaran”, TRT repertuarına birçok halk müziği eseri kazandırmıştır (Sözleşen, 2021: 49). Nevşehir’in ilçesi olan Hacıbektaş ise “nefesler, deyişler ve semah ezgileri” bakımından oldukça zengin bir kültüre sahiptir (Eroğlu, 1999; Akt., Sözleşen, 2021: 49). Nevşehir’de var olan halk dansları “Kaleden Kaleye Şahin Uçurdum (Ağırlama), İstanbul’dan Üsküdar’a (Ağırlama), Peşkir Çektim (Ağırlama), Ürgüp Yolu (Ağırlama), Arzu Kamber (Ağırlama), Üçayak, Allılar, Cezayir, Cemalim, Düzleme (Düzayak), Ürgüp Düzü, Fır Fır, Halime, Pınarım, Hoşbilezik, Kayalar, Sektirme, Temurağa, Yağmur Yağar, Yareli Gelin, Nari, Leblebi, Kadın Halayı, Sarıkız, Bindallı, Hoşlaşma, Seke Seke, Kaşık Oyunu, Mustafapaşa Sekmesi, Çömçeçamçe, Sin Sin, Yıldız Ve Oyun Havaları” olarak bilinmektedir (Demirsipahi, 1975; Şenol, 1996; Serbest, 2020; Akt., Sözleşen, 2021: 49-50).

Nevşehir Ürgüp'te zengin halk dansları, fasıl halayları kültürüne rastlanılmaktadır. Ürgüp'te icra edilen bu halk dansları örnekleri ağırlama adı verilen ağır ve yavaş hareket ve figürlere sahip halaylar ile başlayarak hoplatma adı verilen ve gittikçe hızlanan bir seyirde ilerleyen halaylar şeklinde sunulan, birçok bölümü içeren fasıllar halindedir. Bölgede icra edilen bu halaylara örnek olarak (Demirsipahi, 1975; Akt., Sözleşen, 2021: 50):

- Kaleden Kaleye Şahin Uçurdum (Ağırlama)
- İstanbul'dan Üsküdar'a (Ağırlama)
- Peşkir Çektim (Ağırlama)
- Ürgüp Yolu (Ağırlama)
- Arzu Kamber (Mataramı Suya Daldırdım-Ağırlama)
- Üçayak (Hoplatma)
- Allılar (Hoplatma)
- Cezayir (Hoplatma)

Nevşehir'de turizm faaliyetleri içerisinde yer alan, kültürel animasyon bağlamında gerçekleştirilen “Türk Gecesi” organizasyonlarında geleneksel halk dansları “kaya oyma” olarak isimlendirilen mekanlarda turistik ürün olarak hizmete sunulmaktadır. Türk Gecesi programlarını yapan turistik işletmeler “Halay Han Restoran (Uçhisar), Altınocak Restoran (Avanos), Uranüs Restoran (Avanos), Yaşar Baba Restoran (Uçhisar), Yemeni Restoran (Uçhisar), Harmandalı Restoran (Kavak), Karakuş Restoran (Ürgüp/Mustafapaşa)” olarak bilinmektedir (Sözleşen, 2021: 75). Halk dansları uygulamaları ile beraber “düğün ve kına canlandırmaları, fasıl dinletileri, ritim ve perküsyon gösterileri, oryantal gösterileri” de Türk Gecesinde gösteriye sunulmaktadır. Türk Gecesi programları dahilinde uygulanan halk dansları “Gaziantep, Trabzon, İzmir, Aydın, Kar-Kafkas, Adıyaman, Tekirdağ, Bilecik, Roman danslar ve çeşitli koreografilerle oluşturulmuş farklı dans çeşitleri uygulamaları” olarak bilinmektedir.

Nevşehir/Avanos bölgesinde kurulan “Kapadokya Yaşayan Miras Müzesi”, bölgenin SOKÜM unsurlarının yaşatıldığı ve aktarıldığı önemli uygulama alanlarından biri olarak geleneksel eğlence kültürünün tanıtılması ve aktarılması noktasında önemli turistik mekanlardan biridir.

2.4.2. Nevşehir'de Somut Olmayan Kültürel Mirasın Aktarımı Noktasında Turizm Sektörü

Geçmişten günümüze kadarki süreç çerçevesinde çok fazla uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Nevşehir sahip olduğu kültürel miras açısından hem bu bölgede yaşayanlar için hem de uzak bölgelerden gelen turistler için önemli bir yer olarak karşımıza çıkmaktadır. Nevşehir'in birçok uygarlığı geçmişte bünyesinde barındırmış olmasından dolayı sahip olduğu çok zengin kültürel miras varlığı sayesinde bu bölgeye yönelik ziyaretlerde artışa yönelim olmasına neden olmuştur. Nevşehir'e ilişkin turizm literatürüne bakıldığında bölgenin özellikle "Fransız bir rahip olan Guillaume de Jerphanion tarafından kaleme alınan ve Göreme Vadisi'nde yer alan kiliselere ilişkin bilgiler içeren yazılarıyla" ulusal ve uluslararası anlamda tanınırlığı artmıştır (Kaya, 2018: 99; Soylu, 2019: 129).

Turizm planlarında özellikle Nevşehir Bölgesi, gelişimi ve tanıtımı teşvik edilen, kültür turizmi kapsam ve planlamalarında merkez varış noktalarından biri olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanında, Kaya'ya (2018) göre, "bölgenin ilk turizm hareketlerine bakıldığında, özellikle belirlenen politikaların hayata geçirilmesi aşamasında bölge halkının misafirperverliklerinin ve bölgeye gelen turistleri ağırlama noktasında inisiyatif alacak davranışlar göstermeleri bölgenin gelişmesine katkı sağladığı" düşünülmektedir (Soylu, 2019: 129). Ve bir de uygulamaya konulan proje, politika ve teşvikler ile özel sektörde bulunan temsilcilerin yatırım ve işletme imkânları da Nevşehir bölgesinin geçmişten günümüze ulaşmasını ve kültürel mirasa köprü olmasını sağlamıştır. Nevşehir bölgesi sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi kaynaklar ile turistleri bölgeye çeken bir yapıdadır. Nevşehir bölgesi yaptığı çeşitli etkinlik ve faaliyetler ile yıl içerisinde hem yerli hem de yabancı turistlere imkân ve olanaklar sunmaktadır. Bu şekilde birçok turiste ev sahipliği yapan bölge hem ekonomik olarak turizmden geçimini sağlarken hem de kültürel değerleri pazarlayarak aktarmaktadır.

3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde, SOKÜM'ün aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünü araştırırken kullanılan yöntem ve materyallerden bahsedilmektedir. Bu çalışmada nitel ve nicel olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmıştır.

3.1. Nitel Araştırma Yöntemi

İnsan davranışlarını ve olayları daha iyi anlayabilmek açısından nitel araştırmanın etkisinin daha iyi olduğu bilinmektedir (Deveci, 2018; Akt., Keskin, 2020: 28). Bireyler ya da olaylar ile ilgili gerekli ve yeterli bilgiyi toplamak ve de daha iyi sonuçlara ulaşabilmek açısından bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

3.1.1. Araştırma Deseni

Çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yöntemi kullanılmıştır.

3.1.1.2. Durum Çalışması

Basseş'e (1999) göre durum çalışması, bireyi, grubu veya kültür durumunu anlamak, tanımlamak veya tahmin etmek için kullanılan bir araştırma yaklaşımı; Yin'e (2014) göre, bir olay ya da bağlam arasında var olan sınırlar belli olmadığı zaman güncel bir durumu gerçek yaşamda irdelemek; Stake'e (1995) göre, yöntemsel bir seçenek olmayıp ne seçeceğini belirlemektir (Keskin, 2020: 28).



Şekil 1: Ardışık Durum Çalışması Modeli (Yin, 2014; Uyarlayan Keskin, 2020: 30)

Araştırma sürecine ışık tutması açısından durum çalışması modellerinden ardışık durum çalışması modeli kullanılmıştır. Bu bağlamda çalışma planlanmış, daha sonra hangi yöntem ve desenlerin kullanılacağına karar verilmiş, bununla ilgili gerekli hazırlıklar yapıldıktan sonra veriler toplanmaya başlanmış ve daha sonra elde edilen veriler rapor haline getirilerek analiz edilmiştir (Şekil 1).

3.1.2. Araştırma Süreci

SOKÜM'ün aktarılmasında turizm acentelerinin rolünü araştırmayı amaçlayan bu çalışmada ilk olarak çalışmanın yöntemi belirlenmiştir. Daha iyi sonuçlar elde etmek, olayı daha iyi neticelere ulaştırabilmek ve kavrayabilmek amacıyla nitel araştırma yönteminin kullanılmasının daha iyi olduğu düşünülmüştür. Bu bağlamda araştırma soruları belirlenerek 15 acente ile görüşmelere başlanmıştır. Belirlenen araştırma soruları acente sahiplerine sorularak 30-40 dakikalık görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler yapılırken ve sorular sorulurken herhangi bir yönlendirme yapılmamasına dikkat edilmiştir. Görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Bununla beraber araştırmacı tarafından alan notları tutulmuştur. Daha sonra elde edilen bu görüşmeler ses kayıt cihazlarından yazılı metinlere dönüştürülmüştür. Rapor haline getirilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Daha sonra temalar yardımıyla bulgular bölümünde okuyucuya araştırmacının da alan notları ve yorumları da eklenerek sunulmuştur.

3.1.2.1. Araştırma Ortamı ve Katılımcılar

Araştırma sürecinde nitel verilerin toplanması amacıyla Nevşehir’de bulunan 15 turizm acentesi sahibi ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler acentede olmuştur. Araştırmacı, acentelerin buldukları alana giderek mekânlarında görüşmeleri gerçekleştirmiştir. Katılımcılar seçilirken sözlü olarak onamları alınmıştır. Aynı zamanda acentelerin uzun süredir faaliyet gösteren acenteler olmasına ve acente sahiplerinin şeffaf bilgi verip vermediklerine dikkat edilerek katılımcılar seçilmiştir.

3.1.2.2. Veri Toplama Aracı

Çalışmada veri toplama araçlarından bireysel ve odak grup görüşmesi, gözlem ve araştırmacı alan notları kullanılarak veriler toplanmıştır.

3.1.2.3. İçerik Analizi

Toplanan veriler analiz edilirken içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi yöntemi ile toplanan veriler derinlemesine analiz edilmekte ve temalar yardımıyla verilerin daha belirgin ve anlaşılır bir biçimde ortaya konulması sağlanmaktadır. Bu çalışmadaki analiz süreci aşağıdaki gibidir (Şekil 2).



Şekil 2: İçerik analizi süreci: (Mcmillan & Schumacher,2010; Akt., Keskin, 2020: 46)

Bu çalışmada kullanılan toplam dört tema ve dokuz kod aşağıdaki gibidir:

- Tema 1: Nevşehir’de Bulunan SOKÜM Unsurları

Elle Tutulmayan Kültürel Değerler (Kod 1)

El Sanatlarından Türk Gecesi, Yeme-İçme (Kod 2)

Turistin İlgisini Çektiği İçin Ülkemizin Pazarı (Kod 3)

- Tema 2: SOKÜM Pazarlaması ve Acenteler

Acente Ne Verirse Turist Onu Alır (Kod 4)

Ekonomiye Bir Katkıdır (Kod 5)

İdealist Olmak Piyasa ile Aynı Anlama Gelmiyor (Kod 6)

- Tema 3: SOKÜM'ün Pazarlamasında Yaşanan Sorunlar

Üreticiden Müşteriye Gidene Kadar Komisyon Üzerine Komisyon (Kod 7)

Eğitim-Liyakat-Bilinç (Kod 8)

- Tema 4: SOKÜM'ün Geleceği

Farkındalık Olursa Maddi Manevi Bu Olur Sürer Devam Eder (Kod 9)

3.2. Nicel Araştırma Yöntemi

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları etik kurul izni ile onaylandıktan sonra Nevşehir'de bulunan 75 acenteye uygulanmıştır. Anket yapan kişiler özellik olarak ya acente sahipleri ya acentede sorumlu müdür ya da satış danışmanı ve çalışanlarından oluşmaktadır. Anketler yüz yüze bireysel olarak doldurtulmuştur. Daha sonra anketler SPSS sistemine girilerek grafik ve tablolar yardımıyla bulgular kısmında sunulmuştur.

3.3. Etik Kurul

Çalışmada, hem nitel araştırma için hem de nicel araştırma için etik kurul raporu alınarak ve gerekli izinler ayarlanarak veriler toplanmıştır.

4. BULGULAR

Somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünü araştırmayı amaçlayan bu çalışmada nitel ve nicel olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmıştır. Bu kapsamda bulgular nitel araştırma sonucu elde edilen bulgular ve nicel araştırma sonucu elde edilen bulgular olmak üzere iki ana başlık altında incelenmektedir.

4.1. Nitel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular

SOKÜM'ün aktarılmasında turizm acentelerinin rolünün araştırıldığı bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ile toplanan bulgular 4 tema (Nevşehir'de Bulunan SOKÜM Unsurları (1), SOKÜM Pazarlaması ve Acenteler (2), SOKÜM'ün Pazarlamasında Yaşanan Sorunlar (3), SOKÜM'ün Geleceği (4) altında toplanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Nitel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular

BULGULAR				
Nevşehir'de	Bulunan	SOKÜM Pazarlaması ve	SOKÜM'ün	SOKÜM'ün
SOKÜM Unsurları		Acenteler	Pazarlamasında	Geleceği
			Yaşanan Sorunlar	

Elle Tutulmayan Kültürel Değerler
El Sanatlarından Türk Gecesi, Yeme-İçme
Turistin İlgisini Çektiği İçin Ülkemizin Pazarı
Acente Ne Verirse Turist Onu Alır
Ekonomiye Bir Katkıdır
İdelalist Olmak Piyasa ile Aynı Anlama Gelmiyor
Üreticiden Müşteriye Gidene Kadar Komisyon Üzerine Komisyon
Eğitim-Liyakat-Bilinç
Farkındalık Olursa Maddi Manevi Bu Olur Sürer Devam Eder

4.1.1. Tema 1: Nevşehir’de Bulunan SOKÜM Unsurları

(*Elle Tutulmayan Kültürel Değerler*) Katılımcı acentelere SOKÜM’ün onlar için ne ifade ettiği sorulduğunda “*emek ve özel yetenek gerektiren faaliyetler, halen toplumda devam etmekte olan kültürel faaliyetler, halkın yaşam tarzı ve günlük hayatı, elle tutulamayan kültürel değerler*” olduğunu dile getirmişlerdir. SOKÜM unsurlarına örnek olarak da “*dil, deyimler, eski bayramlar, Nasretin Hoca fıkraları, sünnet, kına, düğünler, söyleşiler, yağmur duası*” gibi unsurları örnek vermişlerdir:

“*Emeği ve özel yeteneği ifade ediyor*” **Acente 1.**

“*Günümüz şartlarında yaşantımızda ve toplumumuzda devam eden kültürel etkinliklerdir*” **Acente 2.**

“*Nasretin Hoca fıkraları, sünnet, kına, düğünler dernekler, söyleşiler, yağmur duası, söyleşiler*” **Acente 3.**

“*Eski bayramlar geldi aklıma*” **Acente 4.**

“*Buradaki halkın yaşam tarzı, günlük hayatı*” **Acente 7.**

“Elle tutulmayan kültürel değerler. Mesela ilk olarak dil. Dille oluşan müzik. Deyimler” Acente 8.

(El Sanatlarından Türk Gecesi, Yeme-İçme) Katılımcı acentelere, Nevşehir bölgesinde pazarlanan SOKÜM unsurları sorulduğunda katılımcılar *“El Sanatları, Şölenler, Müzeler, Hacivat-Karagöz Oyunları, Düğün-Dernekler, Ayinler, Türkü Gecesi, Halk Gösterileri, Kına Merasimi, Semazen Gösterisi, Çanak Çömlek, Halı Dokuma, Türk Gecesi, Halı-Kilim Dokumacılığı, Testi Kebabı, Seramik, Bez Bebekler, Derviş, Semah, Mevlana, Yemek Kültürü”* olarak dile getirmişlerdir:

“El sanatları, şölenler, halı kilim dokumacılığı, seramik çizimleri, yemencilik, el sanatları, bez bebekler” Acente 1.

“Örneğin derviş, semazen gösterisi ya da halı ve kilim dokumacılığı. Neşet Ertaş. Evet, şuan aramızda yaşamıyor ama kendisinin bütün eserleri insanlar tarafından birer değer olarak kabul görerek yaşatılmaya devam ediliyor” Acente 2.

“Müze, Hacivat-Karagöz, düğün-dernekler, ayinler, türkü gecesi, halk gösterileri, kına merasimi, semazen gösterisi” Acente 3.

“Avanos'ta bulunan yaşayan müze, ebru, kurşun dökme, Hacivat-Karagöz” Acente 4.

“Çanak çömlek, halı dokuma, Türk gecesi, halı, testi kebabı” Acente 6.

“Derviş, semah, Mevlana” Acente 10.

(Turistin İlgisini Çektiği İçin Ülkemizin Pazarı) Katılımcı acentelere turistlerin en çok ilgisini çeken SOKÜM unsurları sorulduğunda ortaya *“Sema, Semazen, Türk gecesi, Folklor, çini üzerindeki motiflerin anlamları, Açık Hava Müzesi”* olarak ortaya çıkmıştır. Bununla beraber turistlerin ilgisini daha çok çeken diğer konular yemek kültürü ve düğün derneklerimiz olduğu ancak eskisi kadar düğünlere turistlerin götürülmediği ve yemek konusunda da tam olarak kültürümüzü yansıtacak sunumların yapılmadığı ileri sürülmüştür. Bununla beraber turistlerin bizim geleneklerimize, kültürel değerlerimize genel olarak bir ilgilerinin olduğu ve bizim geleneklerimizi ve kültürümüzü kendi kültürleri ile kıyasladıklarında farklı geldiği için ayrı bir heyecan ve hayranlık besledikleri dile getirilmiştir:

“Hem inanç konusunda var olanlar hem de diğer ilmi konularda olan kültürel miraslarımız her zaman turistler arasında ilgi çeken etkenlerdir... Turistleri en çok heyecanlandıran bizim kültürel mirasımız, değerlerimizdir. Sahip olduğumuz gelenek ve göreneklerimizdir. Bir turist düğünlerde halay çekimini gördüğü zaman heyecanlanıyor. Turistler bunları kendi kültürel değerleriyle karşılaştırıyor. Bu turistin ilgisini çektiği için ülkemizin pazarı oluyor. Bugün nasıl Meksika için Meksika dansı önemliyse Türkler için de sahip olduğu değerler o kadar önemli. Türkiye turizmini daha çok geliştirmek için bu sahip olduğumuz değerleri iyi bir şekilde pazarlamak korumak kollamak da turizmcilerin görevidir ” **Acente 2.**

“Semalara ilgi gösteriyor. Göreme Açık hava müzesi en çok ziyaret edilen müze. Demek ki turistler gerçekten ilgi duyuyor ve ilgi gösteriyor” **Acente 3.**

“Gösteri tarzı; Semazen, Türk Gecesi vb. Aslında en çok turistler düğünleri sever orda acayip fotoğraf çekerd. Ama şimdi götürmüyorlar” **Acente 7.**

“Semazen, Türk Gecesi, Folklor, yemek kültürü, çini örneğindeki motiflerin anlamlarını ve hikâyelerini merak ediyorlar” **Acente 8.**

“Mevlana çok talep ediliyor. Çini satışları ağırlıkta. Bizim geleneklerimizi aşırı merak ediyorlar” **Acente 9.**

“Turistler en çok yemeğe ilgi duyuyorlar. O konuda da iyi değiliz” **Acente 10.**

“Türk Gecesi ve Semah görüp de ben sevmedim diyen yoktur” **Acente 11.**

“Düğün, yemek kültürü” **Acente 12.**

4.1.2. Tema 2: SOKÜM Pazarlaması ve Acenteler

(*Acente Ne Verirse Turist Onu Alır*) Katılımcı acentelere SOKÜM’ün pazarlanmasında acentelerin rolü hakkındaki düşünceleri sorulduğunda acentelerin büyük rolünün olduğu görülmüştür. Bu rol açıklanmak gerekirse, acenteler hem turistlere kültürel değerleri tavsiye veya paket şeklinde sunarak talebi oluşturuyorlar hem de turistler kendileri talep ediyor ve acenteler yine bu talebi yerine getiriyorlar. Turistlere yapılan yönlendirmeler ve gelen talepler doğrultusunda yapılan faaliyetler ile turistler SOKÜM değerleri ile buluşturulmaktadır.

Acente, bünyesinde bulunan tüm personeller ile birlikte, burada turist ile SOKÜM değerleri arasında bir aracı görevini üstlenmektedir. Böylelikle kültürel mirasımızın ve söz konusu SOKÜM değerlerimizin tanıtımında acentelerin rolü bulunmaktadır:

“Acenteler turistleri alıp halkın içine götürdüğü ve gezdirdiği için turistler oradaki değerleri görüyorlar. Götürmeseler turistler bunu göremez. Kültürel mirasın tanıtımında acenteler rol oynuyor. Turistleri oralara yönlendiriyor. Bayram günü mesela turisti halkın içine götürür. Çocuk bayramında, dini bayramlarda. İnsanlar bunu görüyor. Bunlar acenteler sayesinde görünüyor. Kendi başlarına gidip göremeyecekler belki. Ama acente programda olduğu için gösteriyor. Bu şekilde tanıtımında rol oynuyor” Acente 1.

“Acenteler her zaman SOKÜM’ün pazarlanması kısmında etkin rol oynuyor. Çünkü bunu turistlere sunacak ve farklı dillerde farklı programlarla bunu turistlere en güzel anlatacak olan acentelerdir. Acentelerin bünyesinde olan ekip bunu en güzel şekilde yapacaktır. Bir ülkenin SOKÜM değerlerinin tanıtılmasında ve pazarlamasında acenteler büyük rol oynuyor... O yöre halkının sahip olduğu kültürel mirasların en güzel şekilde pazarlamasını yaparak, turistlere resim ve video görsel anlamda ya da birer sunum şeklinde turistlere sunması ile turistlerin bunu satın almasına bir katkı sağladığını rahatlıkla görebiliriz” Acente 2.

“Acente aracıdır. Acente aktarır, müşteri de talep eder. Biz ne verirsek turist onu alır. Ya da kendileri daha önce araştırıp okur bizden talep ederler” Acente 3.

“Turist bilmez. Acente nereye yönlendirirse turist oraya gidiyor. Önceden bu köprü görevini rehber kuruyordu şimdi rehberden çıktı iş, telefon çıktığından. Artık her şeye acente olarak bizler karar veriyoruz. O yüzden iş rehberden çıktı acentede” Acente 4.

“Turizm demek merak demektir. Kültür merak edilir ama sen gösterirsen merak edilir. Adam daha önce görmediği bir şeyi kafasında canlandıramaz. Sadece gördüğünü kafasında canlandırır ve merak eder. Eğer acenteler bunu canlandırır yansıtırsa, canlılık oluşturursa insanlar bunu merak eder ve devam ettirir” Acente 7.

“Tüm aktivitelerin satışını bizler yapıyoruz. Biz tavsiye ediyor, yine satışını bizler yapıyoruz” **Acente 9.**

“Her şeye acenteler karar veriyor. Sonra bütün ekip ve bütün ekipman bunun üzerine kuruluyor” **Acente 11.**

“SOKÜM’ün kuşaktan kuşağa aktarılması konusunda acente ve rehberlerin rolü vardır” **Acente 12.**

(**Ekonomiye Bir Katkıdır**) Katılımcı acentelere SOKÜM’ün pazarlanması konusundaki düşünceleri sorulduğunda katılımcılar bunun iyi bir şey olduğunu ve olması da gerektiğini söylemişlerdir. Her ülke vatandaşının bir başka ülkeye gittiği zaman görmek istedikleri öncelikli şeylerden birinin kültürel değerler olduğu bu yüzden de turistlere bu değerlerin en güzel şekillerde sunulması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bununla beraber kültürel değerlerimizin tanıtılmasının hem bireysel hem de ülke ekonomisine olan katkısına da değinmişlerdir:

“Tabii ki pazarlanması lazım. Ekonomiye bir katkıdır. Mesela bayanlar dokumacılık yapıyorlar ve ekonomilerine katkıda bulunuyorlar. Çanak-Çömlek Yapımı mesela. Atıl malzemeler de değerlendiriliyor, bir ürün olarak satılıyor ve ekonomiye kazandırılıyor” **Acente 1.**

“Farklı ülkelerden farklı ülkelere giden kitlelerin görmek istediği en önemli şeylerden birisi kültürel mirastır. İnsanların el emekleriyle kendi hayal dünyasının bir haliya nasıl yansıtıldığını bizler turistlere kültürel değerlerimiz arasında göstermeye çalışıyoruz. Ülkemizin en büyük pazarlarından biri bence kültürel mirasımız. Hatta Nevşehir bunun en iyi örneği. Dünya ülkelerinin başka ülkelere seyahate çıktıklarında en çok görmek istedikleri şey kültürel mirastır. Bunlar insanların bakış açısını değiştirdiği için güzel bir şekilde pazarlaması da lazım” **Acente 2.**

“İyi bir şey kendi kültürümüzü tanıtıyoruz” **Acente 10.**

(**İdealist Olmak Piyasa ile Aynı Anlama Gelmiyor**) Katılımcı acentelere bölgede SOKÜM olarak pazarlanmayan ama pazarlanabilmesi muhtemel değerler sorulduğunda bu değerlere “Sepetçilik, Hasır Sepet, Keçecilik, Türbeler, Mehter Takımı vb. film gösterileri, Bağ Bozumu, Şarap Üretimi” gibi kültürel değerler örnek verilmiştir. Birtakım kültürel değerlerin hâlihazırda hiç tanıtılmadığı söylenirken birtakımının da eskisi kadar tanıtılmadığı

söylenmektedir. Bazı el işi ve becerisi gerektiren SOKÜM unsurları için onları anlayan ustaların eksikliği söz konusudur. Bunların ustaları “Yaşayan İnsan Hazinesi” olarak değerlendirilebilmekte olup sayıca yok denecek kadar az bulunmaktadır. Katılımcı acentelere göre somut olmayan kültürel değerlerin tanıtımı diğer kültürel miraslara göre zor olarak görülmekte olup pazarlanmasının yapımı az sayıdadır. Çözüm önerileri ise bunların daha görsel hâle getirilerek video ve fotoğraflarının da çekimi ile daha fazla reklamının yapılması gerektiği yönündedir. Turistlere bu şekilde sunulduğunda talebin de artacağını dile getirmişlerdir. Hali hazırda bulunmayan ancak uygulanabilir olan Acente 4’ün bir hayali “turistlere Yörüklerin tanıtımı kapsamlı geziler”dir. Ancak yine bu katılımcı acenteye göre realiteye uzak bir hayal olarak görülmektedir. Çünkü acenteler bazı SOKÜM değerlerinin pazarlanmasının çok maliyetli olduğu, pazarlanması söz konusu olduğunda kendilerinin maddi olarak zorlanacaklarını, böyle buna benzer değerlerin ancak sivil toplum veya Kültür ve Turizm Bakanlıkları aracılığıyla olabileceğini dile getirmişlerdir. Bu tür destekler olmadığı sürece çoğu SOKÜM değerlerimizin kaybolduğu ve daha da kaybolacağını söylemişlerdir. Bununla beraber düğün gibi bazı turistlerin ilgisini çeken değerlerimizin de turistlere sunulmadığı söylenmiştir. Yine yemek kültürü bakımından çok zengin bir mutfağa sahip olsak da bu özelliklerimizin turistlere yansıtılmadığı, yeme içme bakımından zengin içeriklerimizden ve sunum aşamasında yer sofrası gibi kültürel değerlerimizden turistlerin yoksun bırakıldığı söylenmiştir:

“Sepetçilik, Hasır Sepet, Keçecilik gibi, mesela yünden keçe yapılabilir ama yapılmıyor. O işi yapan ustalar bulunup turlarda falan değerlendirilebilir. Veya ustalardan bilgi alınıp turizm sektörünün içine katılabilir. Daha sonra da ilerletebiliriz bu mirasları. SOKÜM’e bir ürün daha kazandırabiliriz”

Acente 1.

“Örneğin Türbeler. Eskiden sadece inanç olarak insanlar gidip oraları ziyaret ederken günümüzde artık farklı inançtaki insanların ilgisini çekebilmek için bunun pazarlaması da daha çok yapılabilir. Kültürel miras aynı zamanda bir halk bilimidir. Halkın içinde gelenekleri ve görenekleri, var olan etkinlikleri korumak için insanların günlük ritüelleri devreye giriyor. Gelecek nesil içinde daha iyi olabilmesi için bizler acenteci olarak daha iyi pazarlamalıyız” **Acente 2.**

“Acenteler olarak SOKÜM değerlerini aktivitelerde gösteriyoruz ama sitelerde tanıtım olarak eksik sunuluyor. Kültür bilgilerimiz çok eksik. Orda

acenteler olarak daha çok bilgi vererek insanların daha çok ilgisini çekebiliriz. Daha çok somuta odaklandığımız için soyut maalesef geriplanda kalıyor. Pazarlanması da çok zor aslında. Somut olanı direkt pazarlayabiliyoruz ama soyut olanı evet gösterebiliriz ama resim ve videolarla gösterilebilir. Onun için ayrı bir şey yapılmalı. Talep olursa yapılabilir ama talep olması için aslında gene bizim bir adım atmamız gerekiyor, biz anlatmazsak müşteri talep edemez haliyle. Turlara eklenebilir. Hep somut olanı göstermek yerine bu tür şeyler turlara eklenebilir. Kültür turizmi içinde bu tür şeylere yer verilebilir” **Acente 3.**

“Benim bir hayalim vardı, Yörükleri turistlere tanıtmak, onları turistlere göstermek. Ama idealist olmak piyasa ile aynı anlama gelmiyor. Piyasa bunu kaldıramıyor. Bir realite var, dönen bir ticaret var. Sen Don Kişot gibi yel değirmenlerine savaş açacağım diyemiyorsun. Desen de başarılı olamıyorsun. Hayalde kalıyor... Kimse ayakkabının fabrikada nasıl imal edildiğini merak etmez. Ama bir bakır nasıl dövülüyor nasıl yapılıyor dikkat çeker. SOKÜM değerlerinin gösterildiği film seti gibi bir set kurulsa. Ama işte... Mehter Takımını sunabiliriz” **Acente 4.**

“Yeteri kadar sunamadığımız eski eserlerimiz var. Öncelikle yemek kültürü konusunda son derece zayıfız. Buranın gelin alması vardır. Ürgüp’ün mutfağı gerçekte saray mutfağıdır. Mesela zerde, bunu sadece eski İstanbullu bilir. Bamya çorbası, düğün yemeklerinde mutlaka olur. Kayısı yahnisi. Gelini alıp eve gelirken gelin at üzerinde nakıl adı verilen bir şeyle önde birisi onu devamlı sallar, bu şaman kültüründen mesela. Yok olmak üzere. Defçi Hatice teyze vardı öldü. Ürgüp sayfasında bunun videosu var. Yani kayboluyor bunları sunmamız lazım. Ben mümkün olduğu kadar gruplarımıza hangi köyde bir düğün var onu bulup götürmeye çalışırım. Turistlerin en çok sevdiği şeydir. Yemek ve düğün dernekler kayboluyor... Bu işlerde en önemli olay sivil toplu örgütleridir. Onlar olmadan bu destek sağlanamaz” **Acente 5.**

“Bununla ilgili valilik, turizm bakanlığı ve acentelerin birleşmesiyle bir proje yapılabilir” **Acente 6.**

“Bağ bozumu, bağcılık, halı dokuma, eskiden yapılırdı ama günümüzde erozyona uğradı. Kabak çekirdeği, pekmez. Şaraplar bile artık burada üretilmiyor... Reklam yapılabilir. Görselliğe çok önem verilir. Her şey görsel olacak ve tanıtım yapılmalı. Burada bir tane eski giyim tarzını giyininip kuşanan var mı yok. Kültürü yansıtan yok. Görsel olarak özendirilmiyor. Acentelerin hepsi tur fotoğrafı tur ismi, kültüre ait görsel fotoğrafı göremezsiniz.” **Acente 7.**

“Öncelikle turizm bakanlığı bu işe el atmalı” **Acente 8.**

“Doğru düzgün yöresel yemek sunan yer yok. Turist geldiğinde yöre nasıl yiyorsa biz öyle yiyelim diyor ama yer sofrası yöresel yemek yok. Onlar sıradan düzenden bıkmış. Böyle bir yer açılabilir” **Acente 10.**

“Misafirperverlik. Tanıtılmaya en muhtaç özelliğimiz o. Hiçbir şeyi tanıtmayı beceremiyoruz aslında... Hasır kültürü pazarlanmıyor. El işi yok olup gidiyor bir amca kalmış sadece. O da ölürse” **Acente 11.**

4.1.3. Tema 3: SOKÜM’ün Pazarlamasında Yaşanan Sorunlar

(*Üreticiden Müşteriye Gidene Kadar Komisyon Üzerine Komisyon*) Katılımcı acentelerle SOKÜM pazarlamasında yaşanan sorunlar hakkında görüşleri sorulduğunda acenteler “doğru pazarlayamama, hiç pazarlamama, komisyonculuk, pahalı ürün satışı” gibi karşılaştıkları sorunlara değinmişlerdir. Bunlardan biri olan komisyonculuğu, acentelerin veya bünyesindeki rehberlerin turistler üzerinden götürdükleri, gezdirdikleri veya satış yaptırdıkları yerlerde oradaki yetkili kişiden para alması olarak söyleyebiliriz. Katılımcı acentelere göre, tabii ki bir nebze ticaret olmalı ancak bahsi geçen komisyonların çok afaki fiyatlar olmasıdır. Bu yüzden aslında turiste satılan mal veya hizmet aslında rehberin veya acentenin de komisyonunu barındırmaktadır. Sadece rehber veya acentenin komisyonunun da haricinde birkaç komisyonun da eklendiği ücretler turiste katlanarak çok maliyetli bir fiyat bedeli olarak dönmektedir. Bununla beraber yine acente veya bünyesindeki rehberler komisyon alabilecekleri bir ortam yoksa turisti içinde birçok kültürel değerlerimizin olduğu ortamlara götürmediği sonucuna da ulaşılmıştır. Bir başka soruna değinecek olursak, zengin yeme içme kültürümüzün de doğru bir şekilde pazarlanmadığı görülmektedir. Ucuz yemek çıkarmak için maliyetlerin kısılması yönünde ilerleyen restoranların yemeklerin kalitesini çok düşürdükleri söylenmektedir. Yine el yapımı olan ve Türk kültürünü yansıtan Hereke halısının artık Çin’den tahsis edilerek el yapımı diye turiste satıldığı söylenmiştir. Halının hem Türk yapımı

el işi adı altında satılmakta olduğu hem de yine çok yüksek fiyatlarda satıldığı dile getirilmiştir. Bu şekilde el emeği ile dokuma yapan kesimin zamanla kaybolmaya gittiği söylenmektedir. Başka bir şey de şarap kültürüyle ünlü Kapadokya'da şarabın el yapımı olarak değil daha çok fabrikasyon ürün olarak satışının yapıldığı söylenmektedir. Katılımcılara göre şaraplar el yapımı olarak pazarlansa hem bir kültürel değerimiz pazarlanmış olacak hem de emeği geçenlere istihdam alanı yaratılacaktır. Yani kültür turizmi pazarlanırken acente veya rehberlerin bunu tam anlamıyla doğru bir şekilde pazarlamadıkları sonucuna ulaşılmaktadır:

“Azıcık bir para kazandıktan sonra işi sahtekârlığa döküyoruz. Bizim çok güzel dokunan halılarımız var. Şu anda bunun turistlere pazarlanması yüzde 45 komisyona döndü. O da yetmedi Çin’de yaptırılıyor sahte halı satılıyor, ben bir acenteci olarak satılan halılara bizim halımız diyemiyorum. Utanıyorum. Evet, ülkemizde yapılan halıda maliyet fazladır ama bir değeri vardır. Emek vardır. Yani fabrikalara ya da Çin’den getirilendense el emeği ile yapan ablalara verilse o para. Ticaretimiz ahlaklı değil. Elbette bu işin ticari boyutu var para kazanılacak. Ama böyle de bir ticaret olmamalı. 50 liralık taşı 50 euro’ya satıyoruz. Dolandırıcılık. Acenteler önce hakkıyla turdan para kazanacak. Komisyondan para almak için uğraşmayacak”

Acente 4.

“Pazarlanmasında çok kötü bir stratejimiz var. İçinde para olan her şey pazarlanıyor. Paraya çevrilebilirse pazarlanır. Mesela soğanlıyı kimse pazarlamıyor. Aslında kültürümüzü yansıtan birçok şey var orada ama orada komisyon alabileceği bir eşya satışı yapılacak yer olmadığı için acente ve rehberler tercih etmiyor. Burada bu tür bir satış kanalı olmadığı için parasal yönden pazarlaması yok gibi... Yeme içme konusunda çok zayıfız. Ama bunda acentelerin de rolü var. Acenteler restoranlarda ciddi baskı kuruyorlar. Düşük fiyatlı ürün çıkarmasını istiyorlar. Bu da yemeğin kalitesinin düşmesine neden oluyor... Üzüm kültürü var Nevşehir’de. Ama hep fabrikasyona yönelmişler. Bence ev yapımı olarak satışlar artırılıp hem de böylece bir istihdam yaratılabilir.” **Acente 6.**

“Soyut olsun somut olsun buradaki olay ticarete dökmek. Kültür mirasına sahip çıkıp kuşaktan kuşağa aktarmak değil de daha çok para kazanma şevkiyle aktarmasıdır. Kimse hayrına aktarmıyor. Ticaret olmasa niye

aktarsın... Burada bulunan acentelerin tek bildiği para. Elinden geldiği kadar daha fazla şey göstereyim amacıyla değiller. Yazılı yerleri göstereyim, satış yaptırıp, komisyon alayım derdindeler. Rehberler müşteri memnuniyetine bakmıyorlar. Önce rehberlerin zihniyetini değiştirmesi lazım. Müşteriye kültürel tur gözü ile bakmıyor alışveriş gözü ile bakıyor... Bizim buradaki rehberler alışveriş yaptırmaya çalışıyor turiste. Buraya adamlar kültürel tur yapmaya geliyor. Oradan alacağı komisyona göz dikiyor. İlla satacaksan kabak çekirdeği sattır, bu bölgenin şeyi. Bu bölgede komisyon olayı baskılanmalı. Her turda 3- 4 kere alışverişe, halı, çanak çömlek. Böyle turizm olmaz. Kimse bu bölgenin kültürel yapısını anlatmıyor. Doğru düzgün bilgi vermiyorlar. İndir bindir. Başka bir şey yok. Gelen müşteri sadece balon için geliyor. Aslında o kadar zengin ki Kapadokya kültürel olarak. Üzüm niye yapıyor, pekmez kültürü nedir. Keşke restoranlardan ziyade birkaç kadın bu bölgenin gerçek yemeklerini çıkarıp bir şeyler yapsa biz de oraya götürsek grupları. Acentelerin destek verip böyle yerlere yönlendirmesi lazım. Bunu ticaretten ziyade belediyelerin yapması lazım. 25 TL'ye Türk kahvesi olur mu. Kâğıt bardakta veriyor bir de. Tabak yapıp satıyorlar en kalitesiz ürünü yapıyorlar ve pahalı satıyorlar. Müşteriye de bunu sanat diye kakalıyorlar. 50 TL maliyeti var 1000 TL'ye satıyorlar. Müşteri öyle bir kazıklanıyor ki. Aslında müşteri gerçek yöresel ürünlere de ulaşamıyor. Üreticiden müşteriye gidene kadar komisyon üzerine komisyon” **Acente 7.**

“Biz kültürel ürünlerimizin hepsini tam olarak pazarlayamıyoruz. Biz daha çok para odaklı çalışıyoruz. Hangisi daha çok para getirirse onu satmaya çalışıyoruz... Kendi Hereke halımızı Çin'den alıyoruz ” **Acente 9.**

“Halıları Yörük köylerinden kadınlarından alırken çok az para veriyorlar. Olmaz ki. En küçük halı 3 ayda dokunuyor. Böyle yaparak o kadınları öldürdüler. Ver hakkını sen de kazan o da kazansın bu kültür de ölmesin. Ama yok. Hereke halı yapan kalmadı Çin'den geliyor. Sahte şekilde Türk herekesi diye de satıyorlar... Komisyonculuk olur ama bu kadar olmaz, maksimum yüzde 10'dur. Bizde işin şeyi çıkmış... Turizmin en büyük düşmanı satış mağazaları... Her şeyi hor bir şekilde tüketiyoruz.

Türkiye'deki kadar eşsiz bir destinasyon, kültür dünyada yok. Ama biz bu ülkeyi sadece fiyat politikamızla pazarlıyoruz.” Acente 11.

(**Eğitim-Liyakat-Bilinç**) Katılımcı acentelere göre turizm sektöründe nitelikli eleman eksikliğinin olduğu, sadece alanında eğitimli ve uzman kişiler tarafından sektörde istihdamın olmayıp bu alanda nitelik sahibi olmayan kimselerin de sektörde olduğu söyleniştir. Bununla beraber acente kurmanın belli şartlarının sağlanmadığı bu yüzden acentelerin idari yapısının güçlü olmadığı dile getirilmiştir. Bunun da SOKÜM unsurları pazarlanırken birtakım olumsuzluklara yol açtığı görülmektedir:

“Sektörde inişli çıkışlı durumlar nitelikli insan kaybına yol açıyor. İş bulamayınca adam başka sektörlere kayıyor. Eleman kaybediyoruz. Devletin desteği de şart. Beni desteklesin ki ben de işime eğileyim. Ayrıca iyi eleman yetiştiremiyoruz biz. Gelen rehberlere bir baksanız elinde sigara sürekli telefonla görüşüyor, nitelik yok. Rehber o acenteyi batırır da kaldırır da. Rehber o ülkeyi çok iyi tanıtır da tanıtamaz da. Yani rehberlik çok iyi, çok önemli bir konu. Acente bu yüzden o organizasyonu, o ekibi iyi kuralmalı. Bir ülkeyi tanıtıyoruz, böyle bir misyonumuz var bizim. Ama bu misyona anlayışa sahip kaç kişi var tartışılır” Acente 5.

“Bütün rehberlerin bir akademisyenden jeoloji, coğrafya dersi alması lazım. Eğitimsizler.” Acente 7.

“Dünyada acente olmak belirli şartlar gerektiriyor, belli bir yeterlilik, iş tecrübesi ve lisans diploması istiyor. Ama ülkemizde maalesef böyle değil. Seyahat acentesi açarken hiçbir kriter istenmiyor. Biz Kapadokya bölgesinde kültür turları satıyoruz, en geniş kültüre sahip rehber kimse onunla çalışıyoruz. Zincirlerin halkaları gibi birbirine bağlı bu iş. Temel unsur acenteler aslında. Biz acente olarak 25 kilisenin de 25'i hakkında bilgiye vâkıf olsun istiyoruz. Soyut bir mirası birebir görsün duysun ona temas etsin istiyoruz... Bilinçli insanlar bir araya gelip turizm yaparsa bu iş olur. Eğitim şart. Turizm yapanların yüzde 50'si bilinçsiz. Turizme bakış açıları sadece para. Kültürsüz bir adam rehberlik yapmasın. Rehberler en azından eğitim alıyorlar, acentelerde hiç eğitim şartı yok. Herkes olayı materyalleştirip somutlaştırma derdinde... Eğitim ve sistem yok. Bilinç olmalı” Acente 11.

4.1.4. Tema 4: SOKÜM'ün Geleceği

(Farkındalık Olursa Maddi Manevi Bu Olur Sürer Devam Eder) SOKÜM sürdürülebilirliği hakkında katılımcı acentelere görüşleri sorulduğunda acenteler, ilgili devlet kurumlarının desteğinin olması gerektiğini dile getirmişlerdir. Eğer devlet destek verirse SOKÜM değerlerimizin geleceğe aktarılabilceğini söylemişlerdir. Örneğin alanlarında yaşıyan son hazine olan ustalarımızın bilgi, beceri ve deneyimlerini aktarabilecekleri çırakların olmadığı bu alanda gerekli teşvikler verilirse bu çırakların olabileceği böylece ustaların yaptıkları kültürel değerlerin daha da geleceğe aktarılabilceği söylenmiştir. Katılımcı acentelerin bir kısmı SOKÜM değerlerinin geleceğe aktarılamayacağını söylerken bir diğer kısım aktarılabilceğini dile getirmiştir. Aktarılabilir olduğunu savunan kısım, korur ve sahip çıkarsak ve gerekli projeler ile desteklenirse geleceğe taşıyabilceğini; aktarılamaz olduğunu savunan kesim ise bu şekilde bozuk bir düzen ve sistemle aktarılmasından çok kaybolup gitmesinin muhtemel olduğunu dile getirmişlerdir:

“Sürdürülebilir. Aslında devletin burada biraz destek çıkması lazım. Yani teşvik etmesi lazım. Çünkü mesela yaşıyan ustalar belki son örnekleri. Ve çırak bulmakta zorlanıyor gördüğüm kadarıyla. El sanatlarında çırak bulunmuyor. O yüzden de devlet ya kurs açarak bunu devam ettirmeli ya da bu SOKÜM değerlerini devam ettirecek çıraklara teşvik vermesi lazım ki geleceğe aktarılsın. Sonuçta kazançla alakalı olduğu için insanlar kazanamazsa biter yani. Bir yıl sonra devam ettiren kalmıyor. Geçmişte belki para önemli değildi ama günümüz şartlarında insanlar geçim için kullanıyor. Önceden hatır için yapıyordu hatta etrafındaki insanlarla birlikte yapıyorlardı, o şekilde devam ediyordu ama şimdi artık insanlar geçim için kullanıyor, para açısından kullanıyor. Yaptıkları ürünleri mecburen satıyorlar ki dönüşüm olsun. Kazanç sağlamadığı bir şeyi insan yapmaz yani. O yüzden devletin destek çıkması lazım bu kişilere, sanatı icra eden kişilere. Böylece insanlar o sanatı sürdürebilsin ve geleceğe taşısin”

Acente 1.

“Tabii ki bu değerlerimizi korumamız gerekiyor. Bunu bazen müzelerde, bazen halk arasında bazen de günlük hayatımızda tamamen korumak, kollamak ve onu yaşatmak gerekiyor. Bunu da var olanla, örneğin halı. Yıllardır göçebe olan bir Türk yaşamı kent yaşamından şehirleşmeye geçen bir toplum düşün ama günümüz şartlarında halının hâlâ üretimi ve yapımı

var ve devam ediyor. Bunu ne ile yapabiliyoruz. İşte koruyarak, devam ettirerek ya da ticari bir konuma getirerek yapıyoruz. En çok da ticari kısım ile koruyoruz. Maneviyat da etkili tabii ki. Ama bu tarz şeyler de ticari kısım önemlidir. Çünkü antikleşiyor. İnsanların her zaman ilgisi geçmiştir. Geleceğe merakla bakarız geçmişe de özlemle bakarız. Onu almak, edinmek için geleceğe de yön vermek için böyle bu tarz kültürel miras önemlidir”

Acente 2.

“Bence yok olup gitmeye maalesef çok meyilli. Çünkü tekrar edilmiyor, aktarılmıyor. Aktarılmadığı için de yok olmaya mahkûm. Biri çıkar biz bunun için bir girişimde bulunabiliriz yapar belki anca öyle” **Acente 3.**

“Büyük ve parası çok olan acentelerin bir kere vicdan sahibi olması lazım. Öyle bir rekabet ortamı var ki. Alıcının ve acentelerin eğitim seviyesi yükselirse, paraya değil değere kıymet verirse o zaman sürdürülebilir. Buraya gelen turistlerin çoğu kültürlü insanlar, seni dinlerler... Bence değerli olacak. Geleceğin istikbali olacak. Çünkü az olan kıymetli. İnsanlar bunu isteyecek, talep edecek. Turistler gelip burada 5 yıldızlı otelde kalmaktansa kayada kalmayı tercih ediyor. Bu sanal dünyadan insanlar illaki bir gün bıacaklar ve gerçek hayata dönecekler” **Acente 4.**

“Hiçbir şey yapılmasa da kendi kendini satan bir pozisyona geldiği için Nevşehir sürdürülebilir. Çünkü çok farklı destinasyon, kültürel miras zenginliğine sahip Kapadokya. Herkese hitap ediyor. Ülkenin dış politikası da önemli” **Acente 6.**

“Dünya bu şekilde ilerledikçe maalesef bir şeylerden feragat edeceğiz. SOKÜM de bunlardan biri olacak. Biz önce koruyacağız sonra pazarlamasını yapacağız. Modası çok çabuk geçiyor her şeyin. Çok çabuk tüketiyoruz” **Acente 8.**

“Bununla ilgili bir girişim bir proje yapılırsa devamı da gelir” **Acente 10.**

“İnsanların bu değerlerimizin farkına varması lazım. Bu bir değer, bunun kaybetmememizin farkına varmaları lazım. Bunu devamlılığını sağlamak için madden de katkı sağlamaları lazım. Farkındalık olursa maddi manevi bu olur sürer devam eder” **Acente 11.**

4.2. Nicel Araştırma Sonucu Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde anket yöntemi uygulanarak acentelerden elde edilen bulgular verilmektedir.

4.2.1. Demografik Bilgiler

Bu bölümde anket yapılan katılımcı 75 acente yetkilisine ait cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumları verilmiştir.

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde (%)
Kadın	24	32,0
Erkek	51	68,0
Total	75	100,0

Anket yapılan 75 acente yetkilisinin % 32'si kadın, % 68'i erkektir.

Yaş	Sıklık	Yüzde (%)
16-20	1	1,3
21-25	14	18,7
26-30	21	28,0
31-35	14	18,7
36-40	8	10,7
41-45	6	8,0
46-50	7	9,3
51-55	3	4,0
61-65	1	1,3
Total	75	100,0

Ankete katılan acentelerin % 28'i 26-30 yaş aralığında, % 18,7'si 21-25 yaş aralığında, % 18,7'si 31-35 yaş aralığında, % 10,7'si 36-40 yaş aralığında, % 9,3'ü 46-50 yaş aralığında, % 8'i 41-45 yaş aralığında, % 4'ü 51-55 yaş aralığında, % 1,3'ü 16-20 yaş aralığında ve % 1,3'ü de 61-65 yaş aralığındadır.

Medeni Durum	Sıklık	Yüzde (%)
Evli	33	44,0
Bekâr	42	56,0
Total	75	100,0

Katılımcıların % 44'ü evli, geri kalan % 56'sı bekarıdır.

Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde (%)
İlköğretim	3	4,0
Lise	11	14,7
Ön Lisans	28	37,3

Lisans	31	41,3
Lisansüstü	2	2,7
Total	75	100,0

Katılımcıların % 41,3'ü lisans, % 37,3'ü ön lisans, % 14,7'si lise, %4'ü ilköğretim ve %2,7'si lisansüstü eğitim almıştır.

Turizm eğitimi aldınız mı?	Sıklık	Yüzde (%)
Evet	45	60,0
Hayır	30	40,0
Total	75	100,0

Katılımcıların % 60'ı turizm eğitimi alırken geri kalan % 40'ı turizm eğitimi almamıştır.

Görev	Sıklık	Yüzde (%)
Acente Sahibi	21	28,0
Acente Sorumlu Müdürü	17	22,7
Satış ve Pazarlama Müdürü	10	13,3
Diğer	27	36,0
Total	75	100,0

Katılımcıların % 28'i acente sahibi, % 22,7'si acentede sorumlu müdür, %13,3'ü satış ve pazarlama müdürü ve geri kalan % 36'sı diğer pozisyonlarda görev yapmaktadırlar.

Acentenin grubu	Sıklık	Yüzde (%)
A Grubu	75	100,0

Ankete katılan acente yetkililerinin hepsi de acentelerinin A grubu acente olduğunu söylemiştir. Bunun nedeni ise acente olarak faaliyet göstermek için bu şekilde açılmasının zorunlu tutulmasıdır.

Acente faaliyet süresi	Sıklık	Yüzde (%)
1 yıldan az	12	16,0
1-5 yıl	30	40,0
6-10 yıl	22	29,3
11-20 yıl	7	9,3
21 yıl ve üzeri	4	5,3
Total	75	100,0

Katılımcıların % 40'ı 1-5 yıldır, % 29,3'ü 6-10 yıldır, % 16'sı 1 yıldan az süredir, % 9,3'ü 11-20 yıldır ve % 5,3'ü 21 yıldan fazladır acentelerinin faaliyetini sürdürmekte olduğunu söylemiştir.

Acente Hedef Pazarı	Sıklık	Yüzde (%)
% 50 Türk, % 50 yabancı	8	10,7
% 50'den az Türk, % 50'den fazla yabancı	57	76,0
% 50'den fazla Türk, % 50'den az yabancı	10	13,3
Total	75	100,0

Katılımcı acentelerin % 76'sı daha çok yabancı turiste, % 13,3'ü daha çok yerli turiste ve geri kalan % 10,7'si hem yerli hem yabancı turiste eşit ağırlıkta hizmet vermektedir.

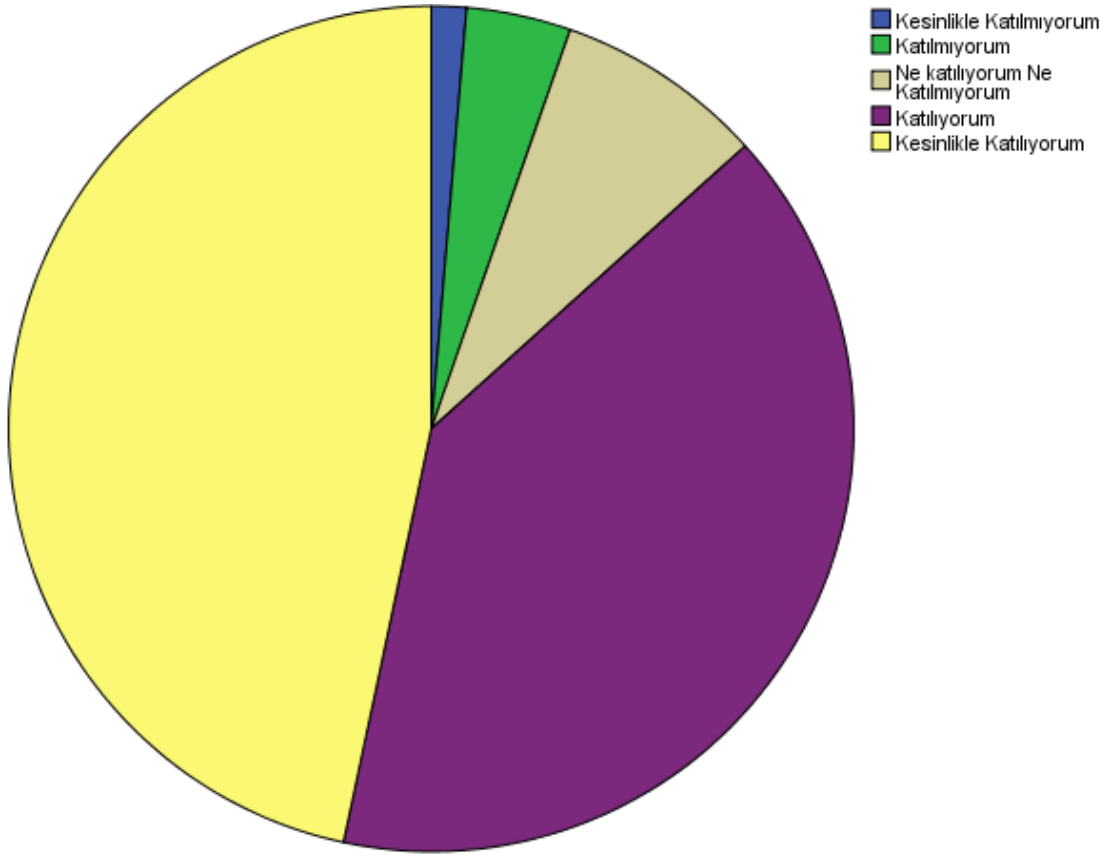
Acentenin Şirket Yapısı	Sıklık	Yüzde (%)
Şahıs işletmesi	9	12,0
Limited Şirket	57	76,0
Anonim Şirket	9	12,0
Total	75	100,0

Katılımcı acentelerin % 76'sı Limited şirket, % 12'si anonim şirket ve % 12'si şahıs işletmesidir.

4.2.2. Anket Sonuçları

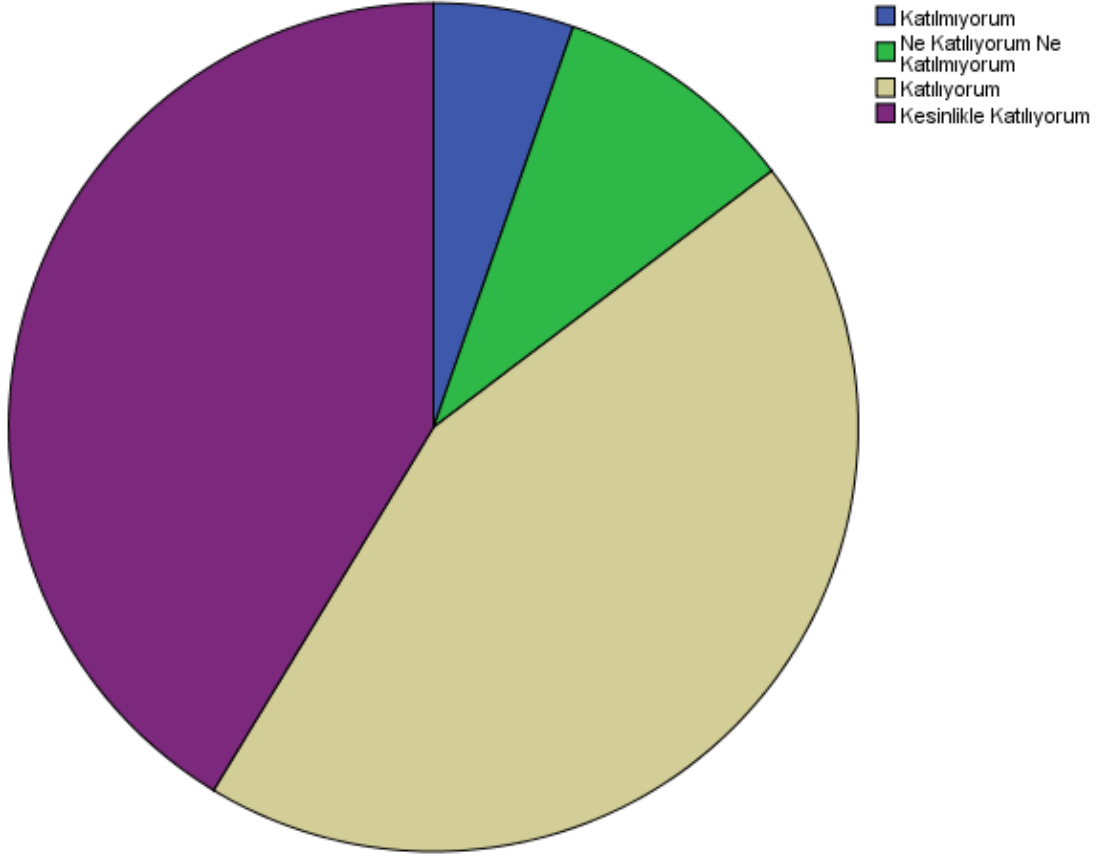
Bu bölümde, SOKÜM'ün aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünün araştırıldığı bu çalışmanın anket sonuçları verilmiştir. Bu bölümde anket sonuçları verilirken aynı zamanda araştırmacı alan notları ve gözlemlerinin de sonuçlar yorumlanarak açıklanmıştır.

Acentelerin somut olmayan kültürel mirasın yaşamasında ve aktarılmasında rolü vardır.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3
Katılmıyorum	3	4,0
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	8,0
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	35	46,7
Total	75	100,0



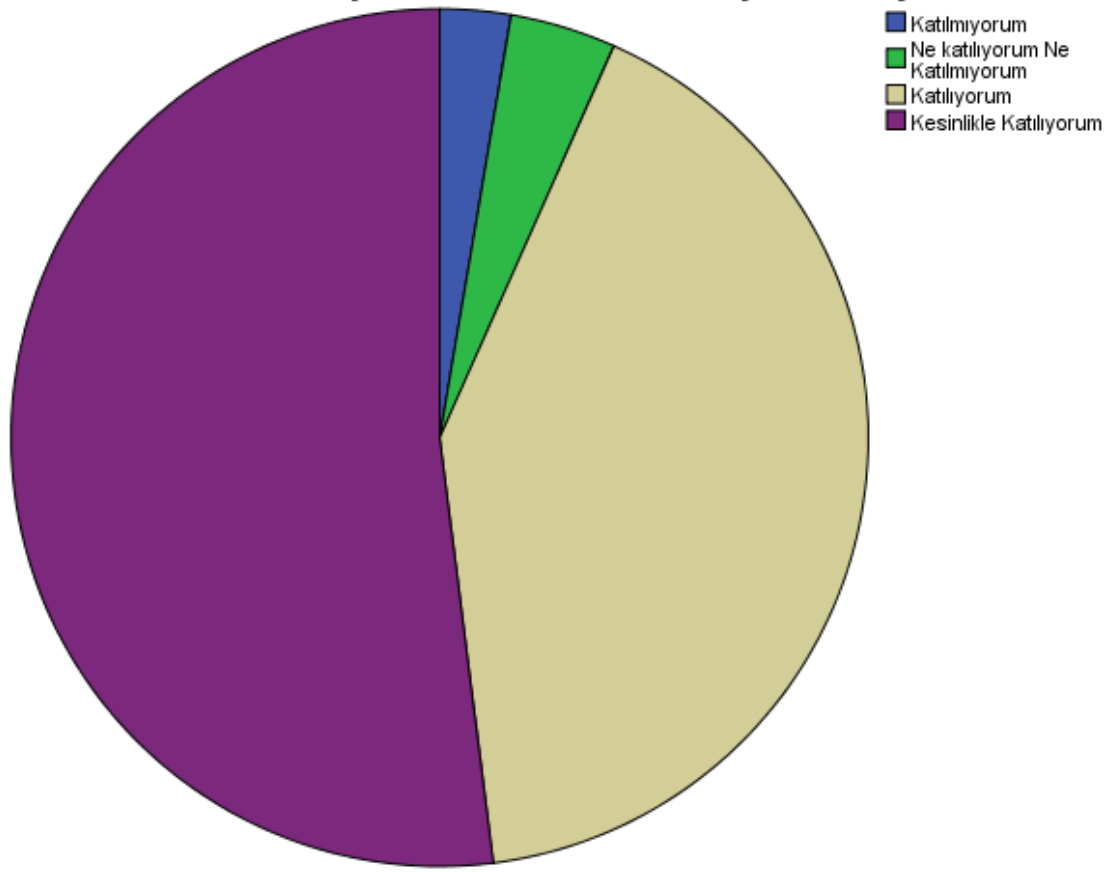
Acentelerin somut olmayan kültürel mirasın yaşamasında ve aktarılmasında rolü olduğuna katılımcıların % 46'7 si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 40'ı “Katılıyorum”, %8'i “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 4'ü “Katılmıyorum”, % 1,3'ü “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler insanların somut olmayan kültürel mirası anlayabilmesi ve aktarmasına yardımcı olur	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	4	5,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	9,3
Katılıyorum	33	44,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	41,3
Total	75	100,0



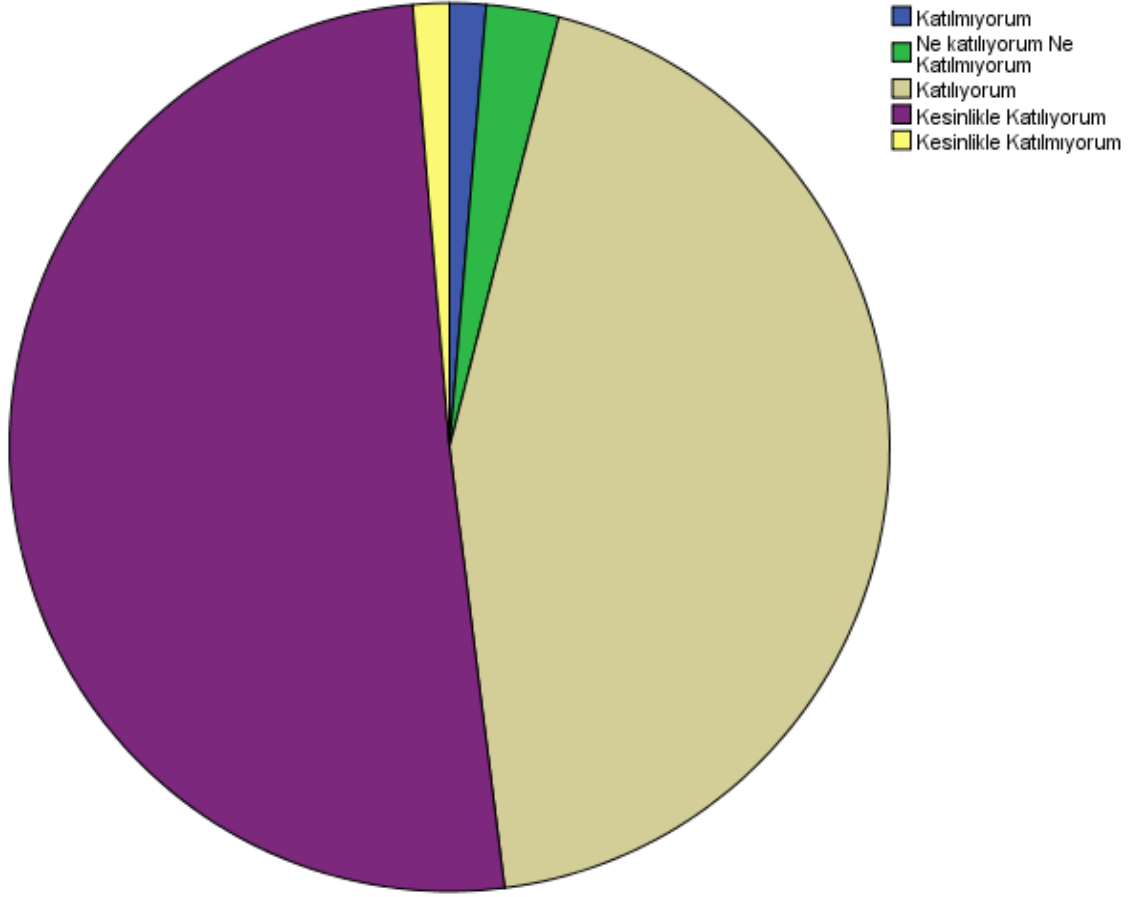
Acenteler insanların somut olmayan kültürel mirası anlayabilmesi ve aktarmasına yardımcı olduğu görüşüne katılımcıların % 41,3'ü "Kesinlikle Katılıyorum", % 44'ü "Katılıyorum", % 9,3'ü "Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum" ve % 5,3'ü "Katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Acenteler sahip oldukları kurumsal yapı ve bilgileriyle kültürü yorumlayarak turistlerin ziyaretlerini kültürel bir deneyime dönüştürür.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	3	4,0
Katılıyorum	31	41,3
Kesinlikle Katılıyorum	39	52,0
Total	75	100,0



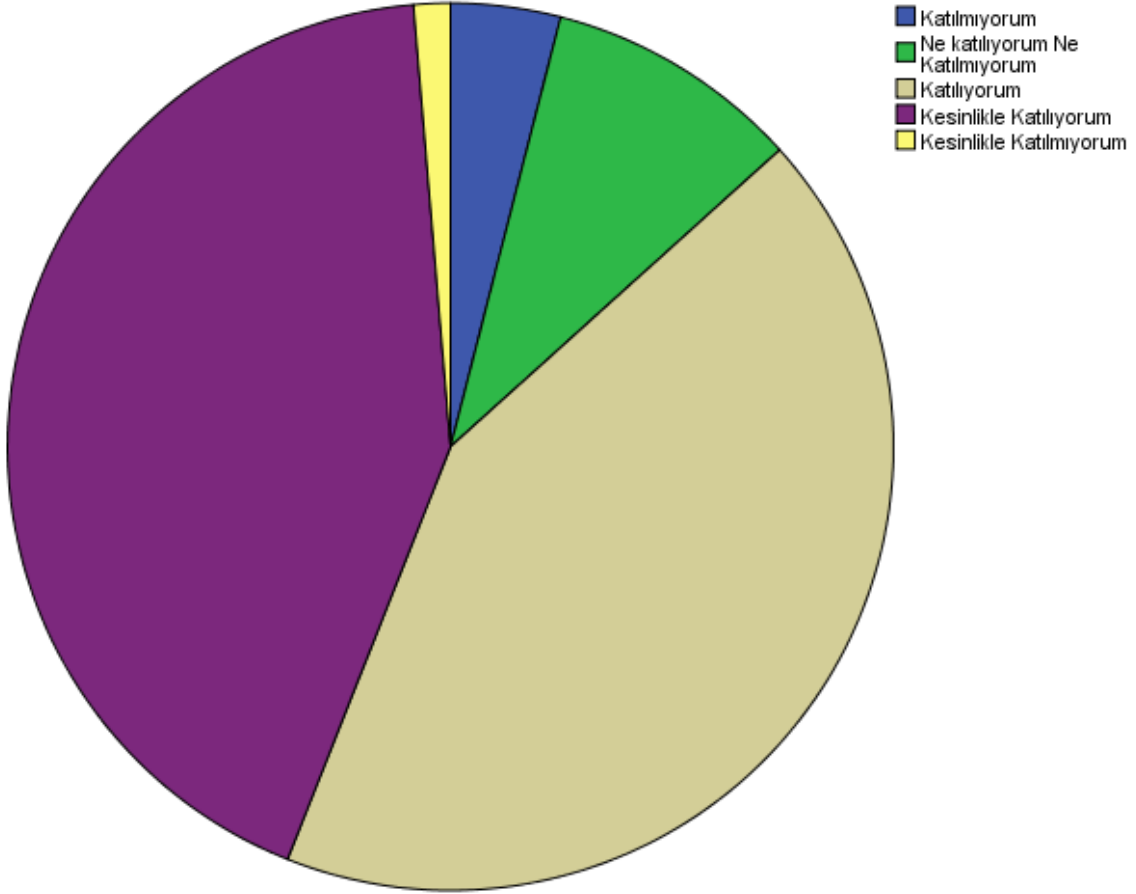
Acentelerin sahip oldukları kurumsal yapı ve bilgileriyle kültürü yorumlayarak turistlerin ziyaretlerini kültürel bir deneyime dönüştürdüğü görüşüne katılımcıların % 52'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 41,3'ü “Katılıyorum”, % 4'ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler ziyaretçilerin yerel gelenekleri kavramasına aracılık eder.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	2	2,7
Katılıyorum	33	44,0
Kesinlikle Katılıyorum	38	50,7
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3
Total	75	100,0



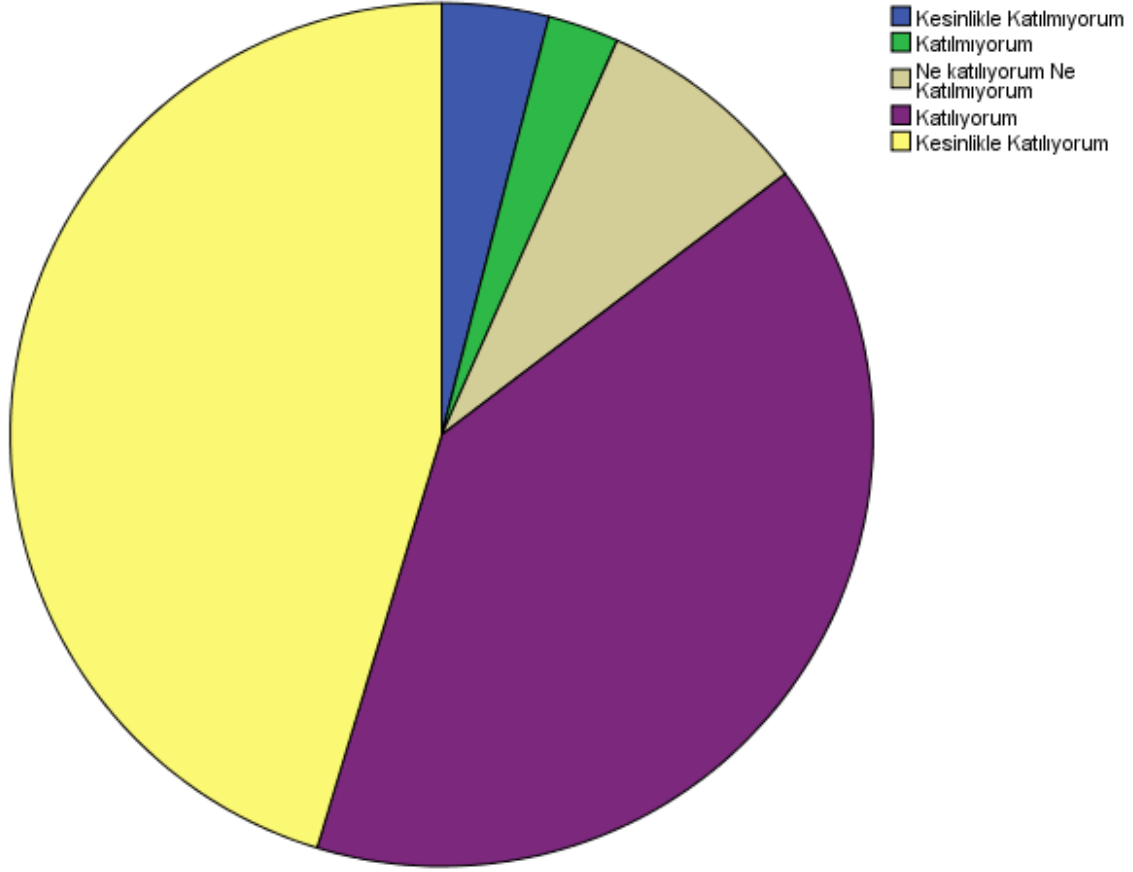
Acentelerin ziyaretçilerin yerel gelenekleri kavramasına aracılık ettiği görüşüne katılımcıların % 50,7'si "Kesinlikle Katılıyorum", % 44'ü "Katılıyorum", % 2,7'si "Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum", % 1,3'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" ve % 1,3'ü "Katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Acenteler geçmiş ile bugün arasında bağlantıya aracılık eder.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	3	4,0
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	9,3
Katılıyorum	32	42,7
Kesinlikle Katılıyorum	32	42,7
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3
Total	75	100,0



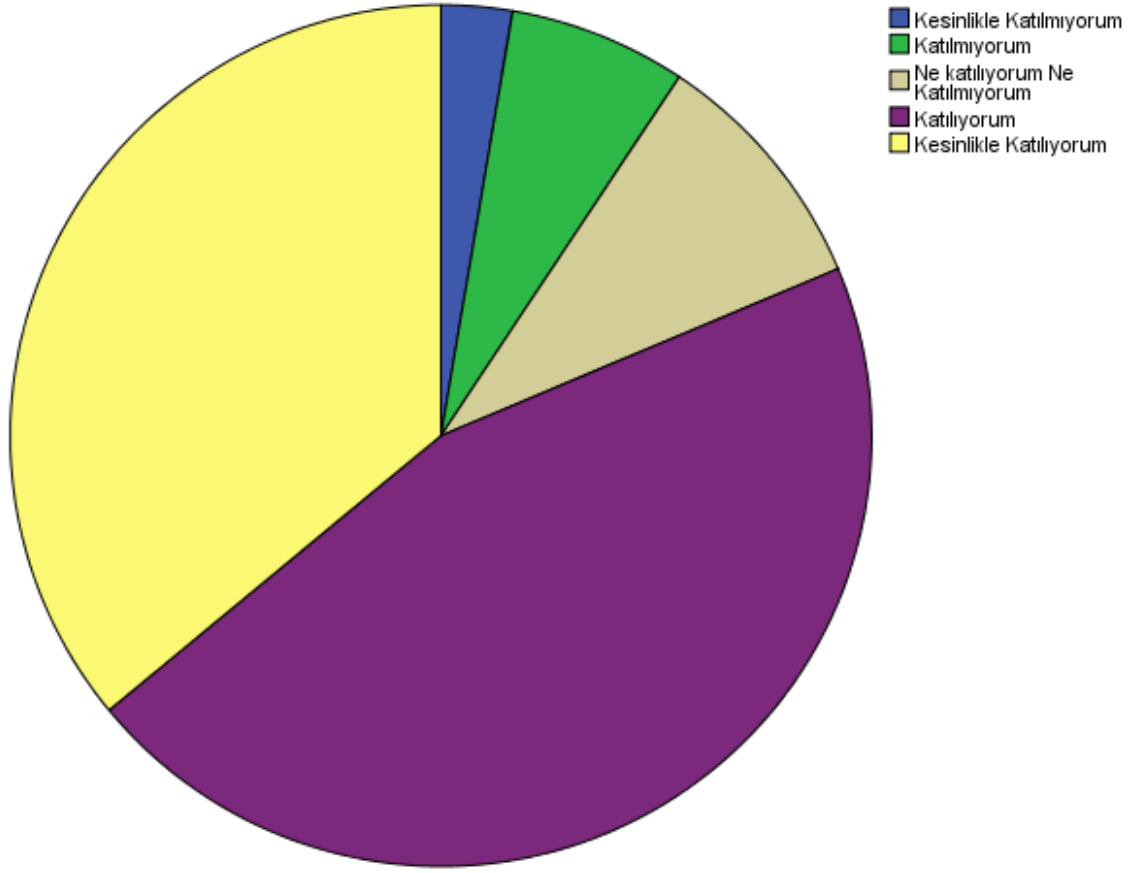
Acentelerin geçmiş ile bugün arasında bağlantıya aracılık ettiği görüşüne katılımcıların % 42,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 42,7'si “Katılıyorum”, % 9,3'ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 1,3'ü “Kesinlikle Katılmıyorum”, % 4'ü “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler ziyaret edilen yörenin kültürel değerlerinin korunması için destek sağlar.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	3	4,0
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	6	8,0
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	34	45,3
Total	75	100,0



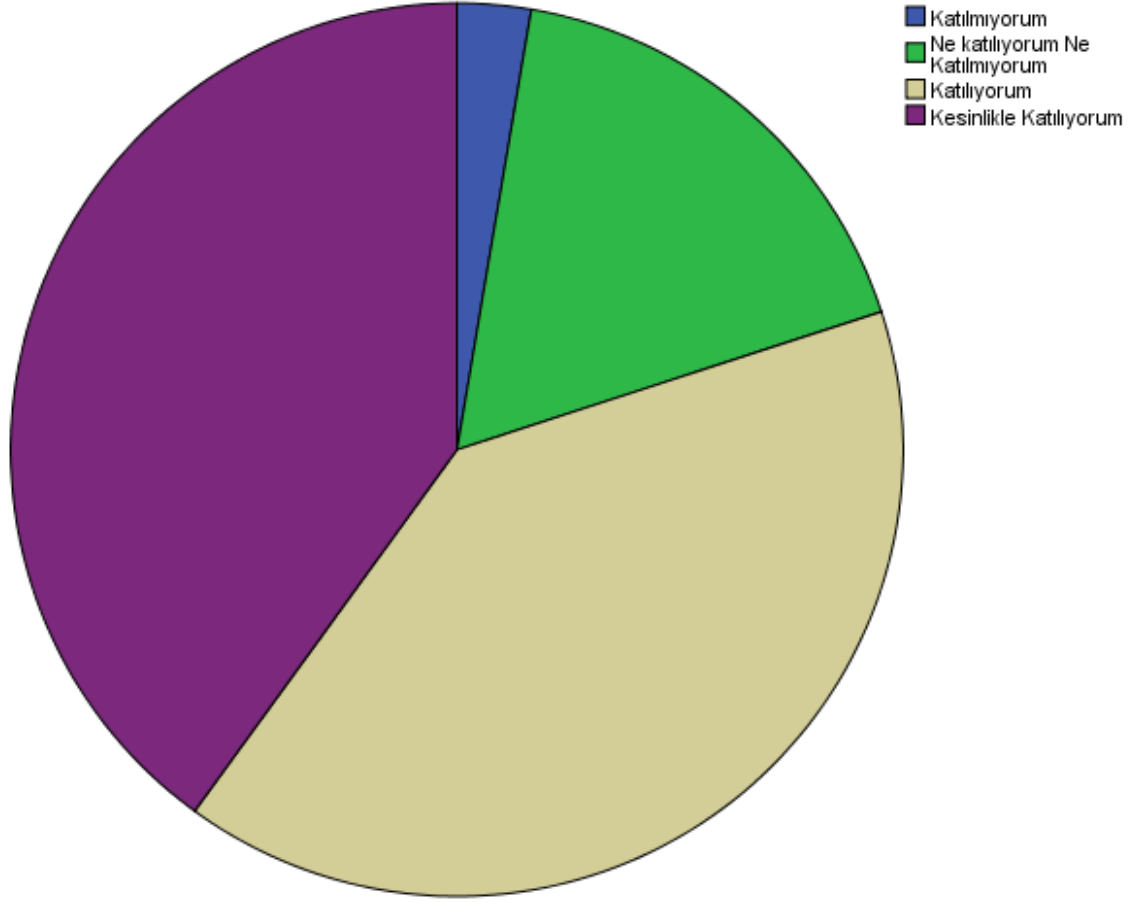
Acenteler ziyaret edilen yörenin kültürel değerlerinin korunması için destek sağladığı görüşüne katılımcıların % 45,3'ü “Kesinlikle Katılıyorum”, % 40'ı “Katılıyorum”, % 8'i “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 4'ü “Kesinlikle Katılmıyorum” ve % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler, turistlerin yerel halk ile iletişim kurmasını sağlayarak kültürel takas imkânları yaratır.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	2	2,7
Katılmıyorum	5	6,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	9,3
Katılıyorum	34	45,3
Kesinlikle Katılıyorum	27	36,0
Total	75	100,0



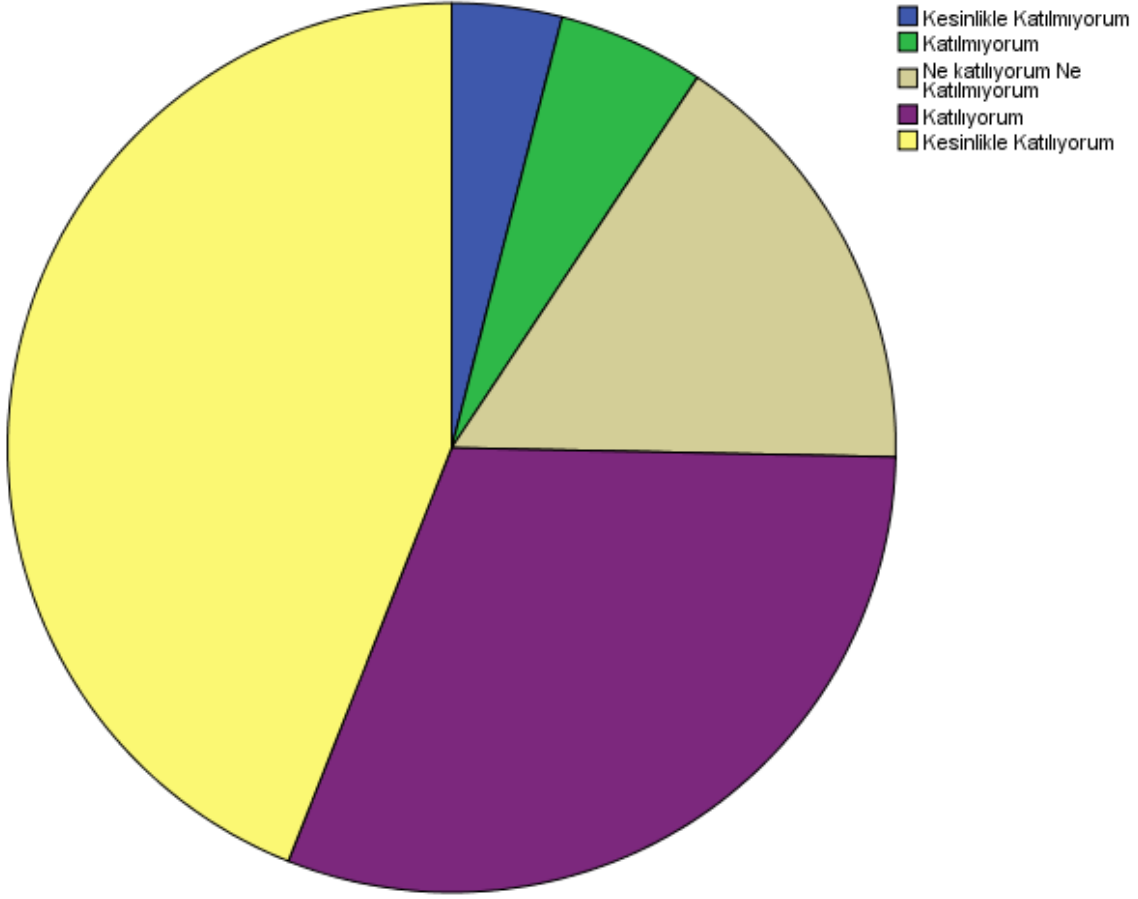
Acentelerin turistlerin yerel halk ile iletişim kurmasını sağlayarak kültürel takas imkânları yarattığı görüşüne katılımcıların % 36'sı “Kesinlikle Katılıyorum”, % 45,3'ü “Katılıyorum”, % 9,3'ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 2,7'si “Kesinlikle Katılmıyorum” ve % 6,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acentelerin sunduğu hizmetler arasında kültürel konulu faaliyetler ağırlıktadır.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	17,3
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	30	40,0
Total	75	100,0



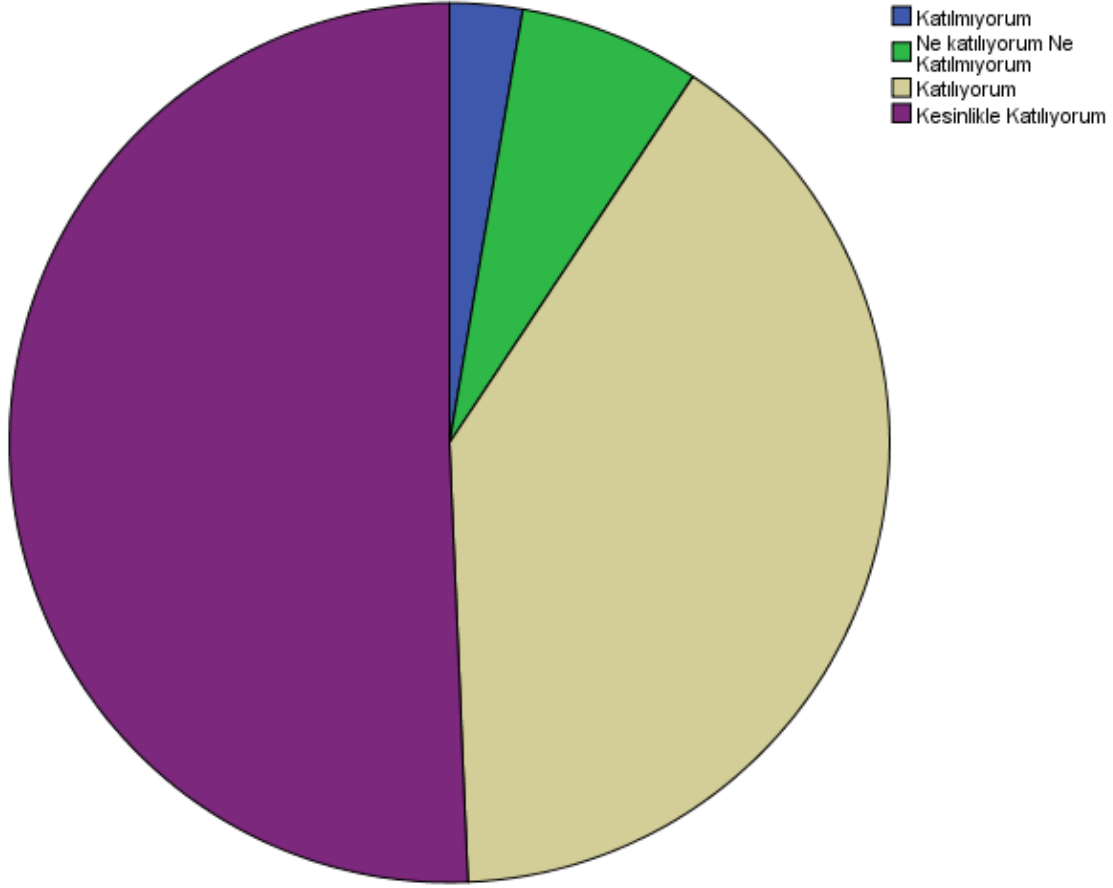
Acentelerin sunduğu hizmetler arasında kültürel konulu faaliyetlerin ağırlıkta olduğu görüşüne katılımcıların % 40'ı ‘Kesinlikle Katılıyorum’, % 40'ı ‘Katılıyorum’, % 17,3'ü ‘Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum’, % 2,7'si ‘Katılmıyorum’ cevabını vermiştir.

Acentelerin asıl görevi ev sahibi kültürün ziyaretçiler tarafından anlaşılmasını sağlamaktır.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	6	8,0
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	8	10,7
Katılıyorum	32	42,7
Kesinlikle Katılıyorum	29	38,7
Total	75	100,0



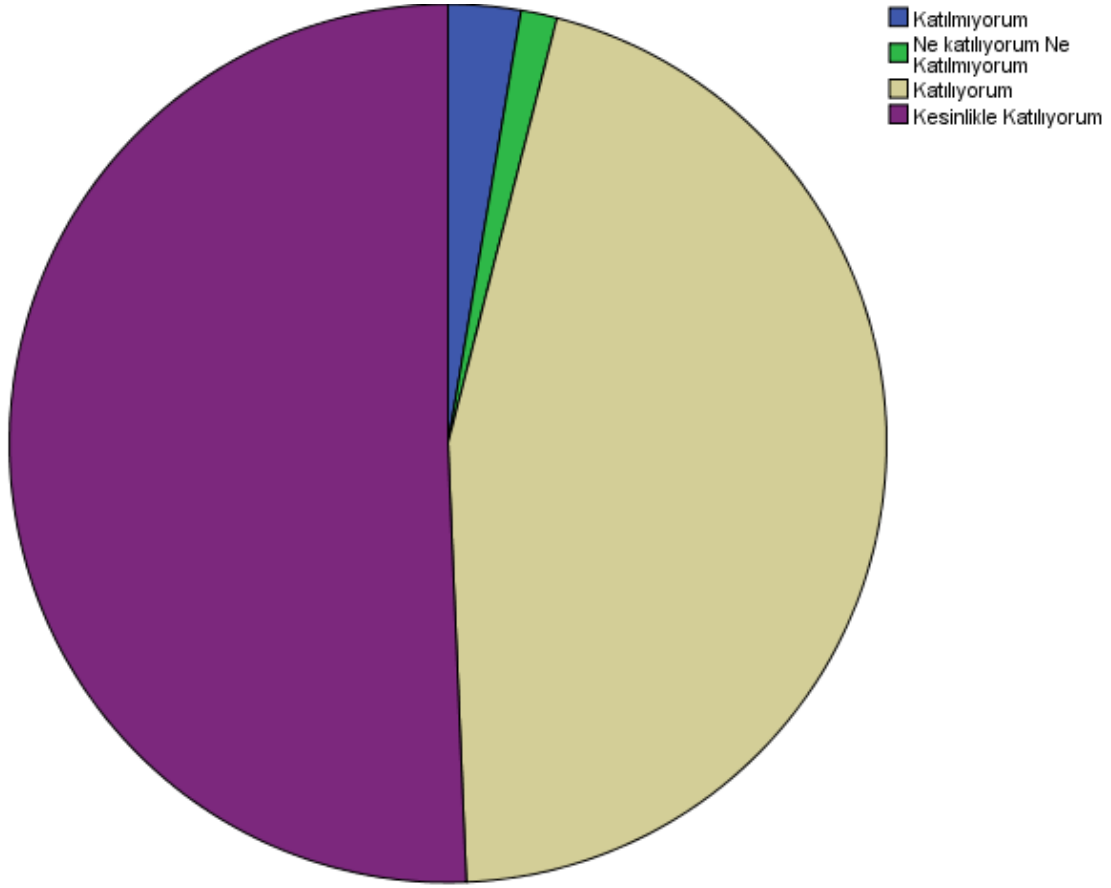
Acentelerin asıl görevinin ev sahibi kültürün ziyaretçiler tarafından anlaşılmasını sağlamak olduğu görüşüne katılımcıların % 38,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 42,7'si “Katılıyorum”, % 10,7'si “Ne katılmıyorum Ne Katılmıyorum”, % 8'i “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler kültürel çeşitliliğe saygı gösterir.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılmıyorum Ne Katılmıyorum	5	6,7
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	38	50,7
Total	75	100,0



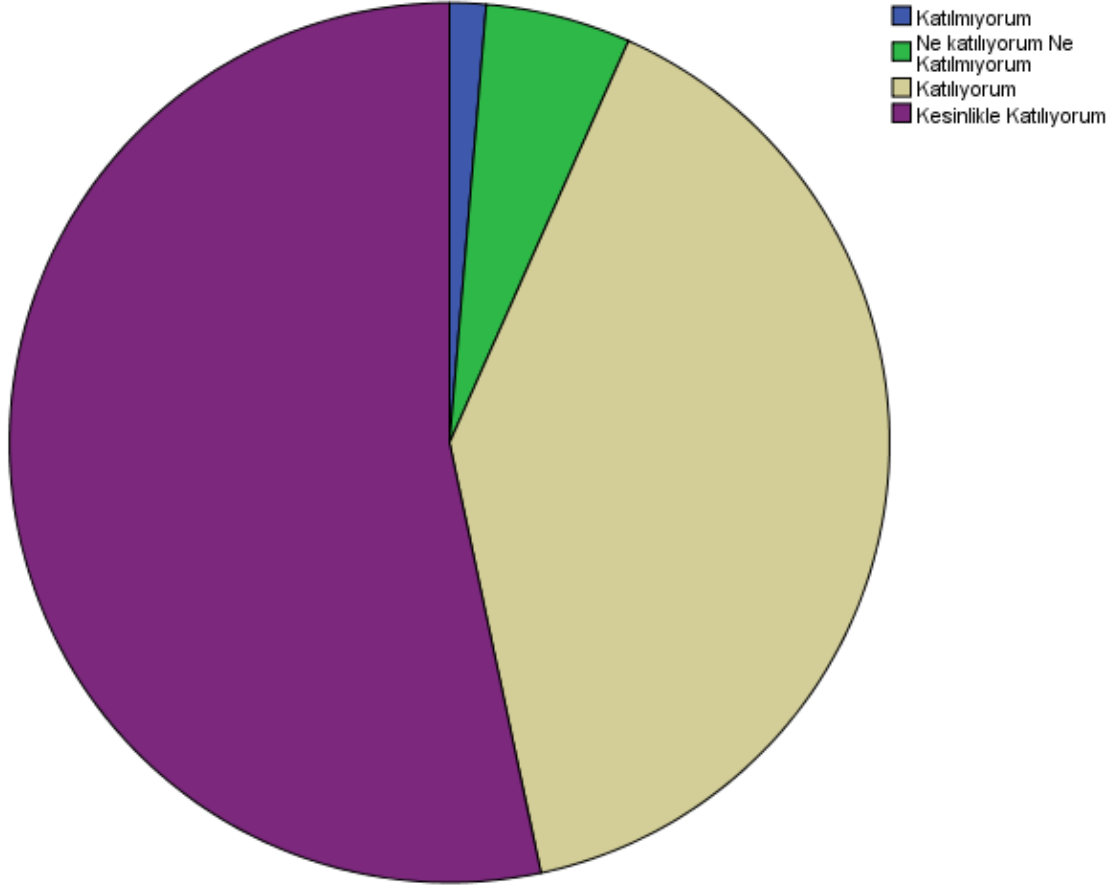
Acentelerin kültürel çeşitliliğe saygı gösterdiği görüşüne katılımcıların % 50,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 40'ı “Katılıyorum”, % 6,7'si “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler, turistlerin destinasyonun farklı yönlerini kavramasını sağlar.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	1	1,3
Katılıyorum	34	45,3
Kesinlikle Katılıyorum	38	50,7
Total	75	100,0



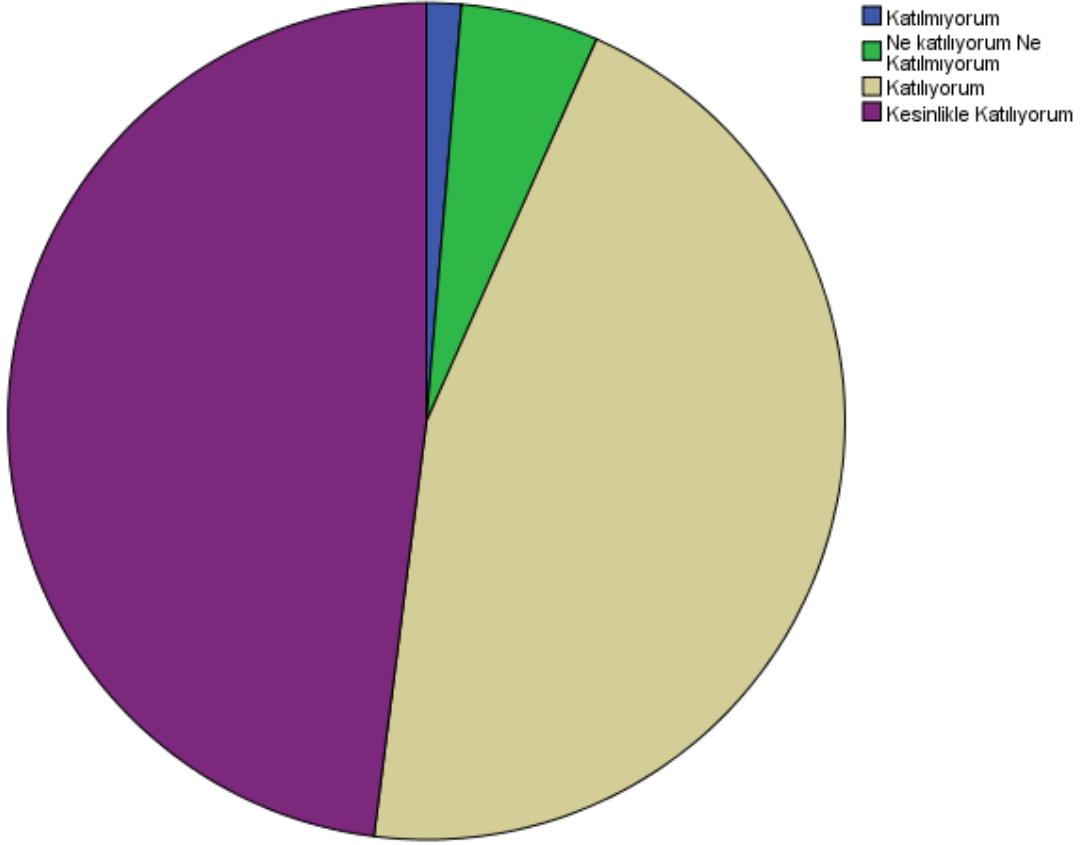
Acentelerin turistlerin destinasyonun farklı yönlerini kavramasını sağladığı görüşüne katılımcıların % 50,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 45,3'ü “Katılıyorum”, % 1,3'ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler, ziyaretçilerin kültürel farklılıkları deneyimlemesine olanak sağlar.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	4	5,3
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	40	53,3
Total	75	100,0



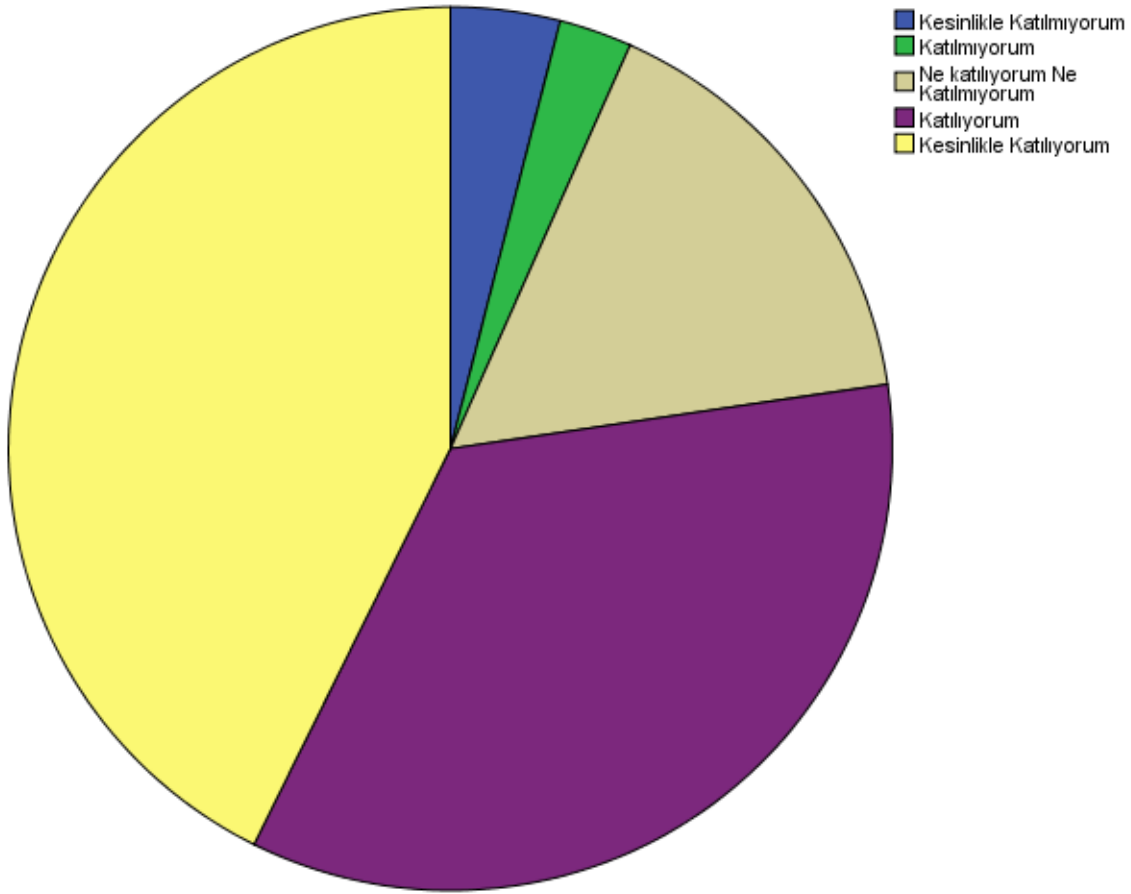
Acentelerin ziyaretçilerin kültürel farklılıkları deneyimlemesine olanak sağladığı görüşüne katılımcıların % 53,3'ü "Kesinlikle Katılıyorum", % 40'ı "Katılıyorum", % 5,3'ü "Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum", % 1,3'ü "Katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Acenteler kültürel farklılıkların ziyaretçiler tarafından gözlemlenmesine olanak sağlar.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	4	5,3
Katılıyorum	34	45,3
Kesinlikle Katılıyorum	36	48,0
Total	75	100,0



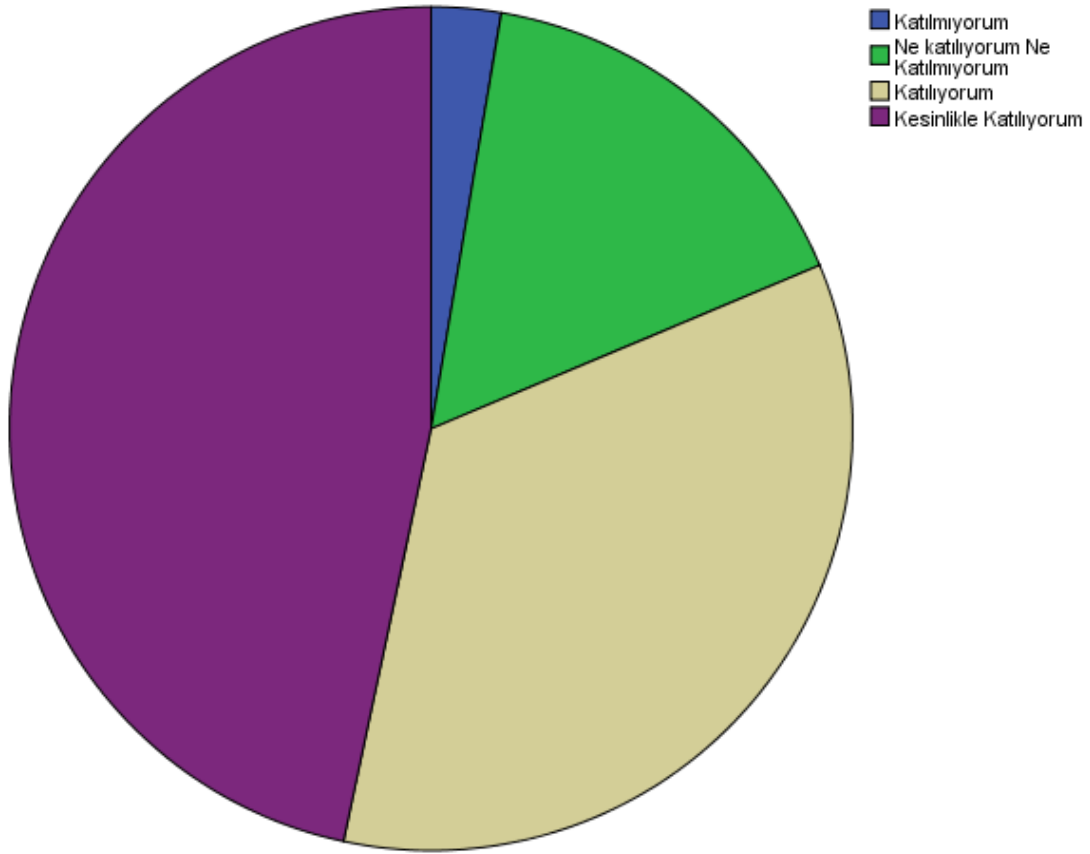
Acentelerin kültürel farklılıkların ziyaretçiler tarafından gözlemlenmesine olanak sağladığı görüşüne katılımcıların % 48'i “Kesinlikle Katılıyorum”, % 45,3’ü “Katılıyorum”, % 5,3’ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 1,3’ü “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler kültürel mirasın kuşaktan kuşağa aktarılmasına aracılık eder.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	3	4,0
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	16,0
Katılıyorum	26	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	32	42,7
Total	75	100,0



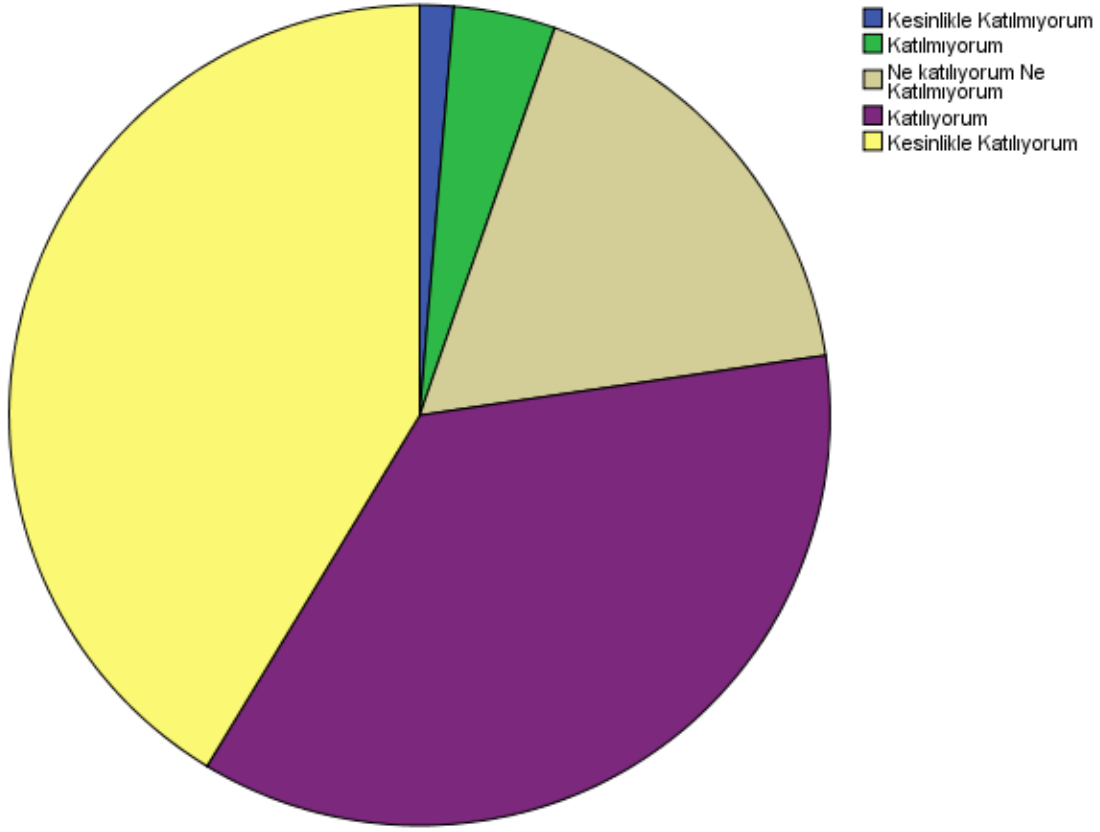
Acentelerin kültürel mirasın kuşaktan kuşağa aktarılmasına aracılık ettiği görüşüne katılımcıların % 42,7'si ‘‘Kesinlikle Katılıyorum’’, % 34,7'si ‘‘Katılıyorum’’, % 16'sı ‘‘Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum’’, % 2,7'si ‘‘Katılmıyorum’’ ve % 4'ü ‘‘Kesinlikle Katılmıyorum’’ cevabını vermiştir.

Acentelerin Somut olmayan kültürel miras ile ilgili yaptığı faaliyetler turistler tarafından başkalarına aktarılır.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	12	16,0
Katılıyorum	26	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	35	46,7
Total	75	100,0



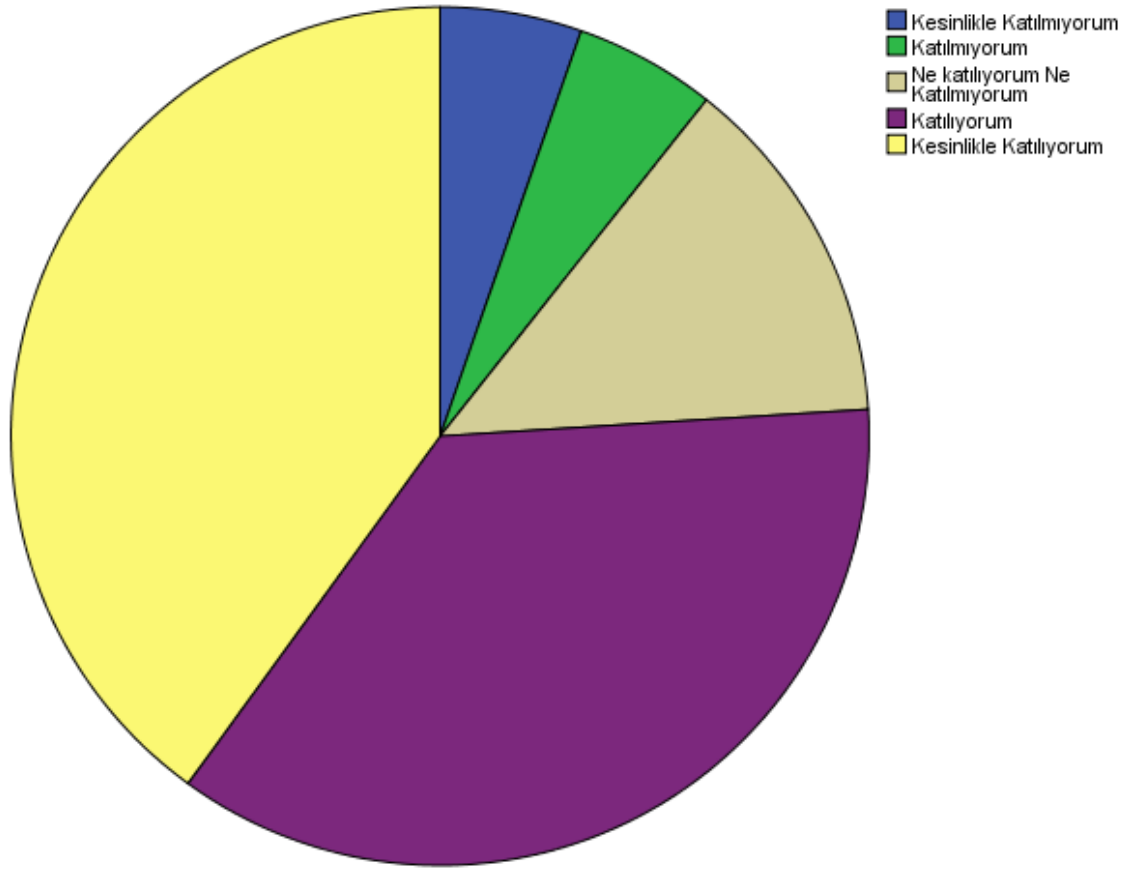
Acentelerin somut olmayan kültürel miras ile ilgili yaptığı faaliyetlerin turistler tarafından başkalarına aktarıldığı görüşüne katılımcıların % 46,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 34,7'si “Katılıyorum”, % 16'sı “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum” ve % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler vasıtasıyla gidilen bölgeye ait toplumsal uygulamalar (ritüeller, şöenler vb.) hakkında aktarımlarda bulunduğunda turistler bunu kendi kültürleriyle kıyaslar.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3
Katılmıyorum	3	4,0
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	13	17,3
Katılıyorum	27	36,0
Kesinlikle Katılıyorum	31	41,3
Total	75	100,0



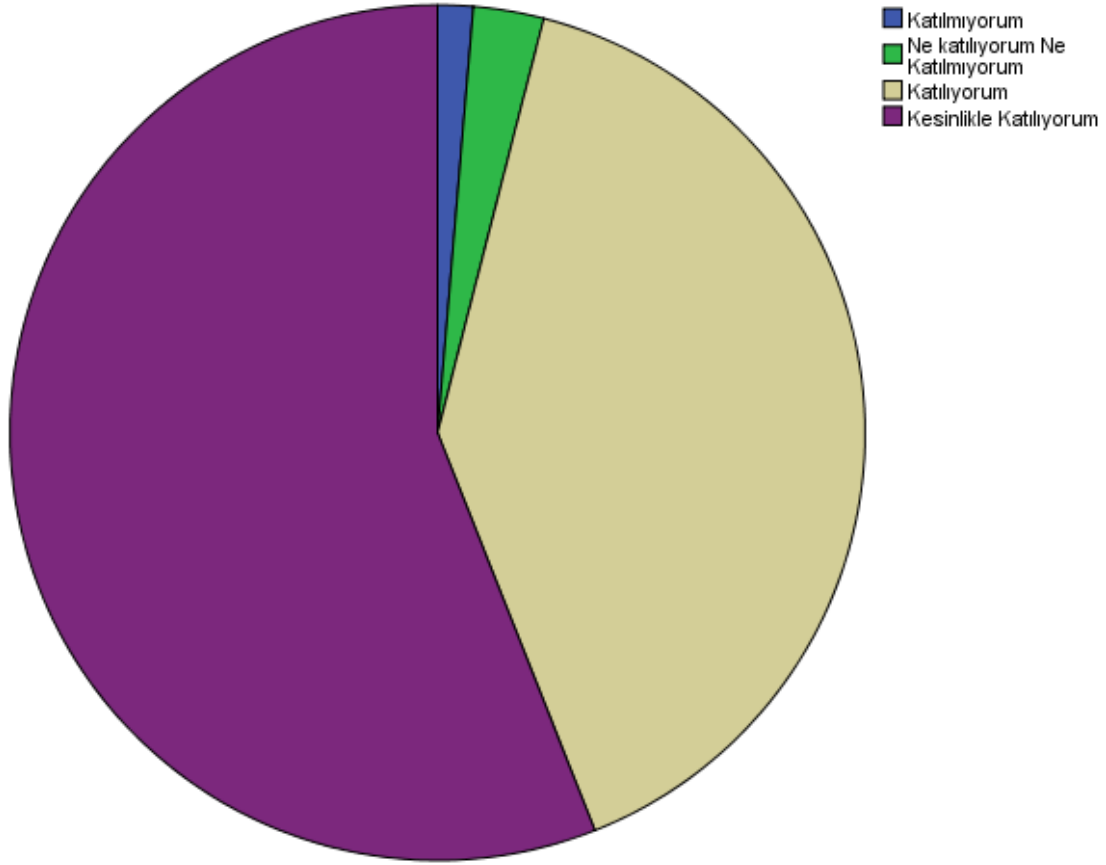
Acentelerin vasıtasıyla gidilen bölgeye ait toplumsal uygulamalar (ritüeller, şöenler vb.) hakkında aktarımlarda bulunduğunda turistlerin bunu kendi kültürleriyle kıyasladığı görüşüne katılımcıların % 41,3'ü ‘‘Kesinlikle Katılıyorum’’, % 36'sı ‘‘Katılıyorum’’, % 17,3'ü ‘‘Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum’’, % 4'ü ‘‘Katılmıyorum’’ ve % 1,3'ü ‘‘Kesinlikle Katılmıyorum’’ cevabını vermiştir.

Acenteler vasıtasıyla aktarılan sözlü gelenekler(destanlar, halk hikâyeleri, efsaneler, atasözleri, fıkralar vb.) turistler tarafından başkalarına aktarılır.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	4	5,3
Katılmıyorum	4	5,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	10	13,3
Katılıyorum	27	36,0
Kesinlikle Katılıyorum	30	40,0
Total	75	100,0



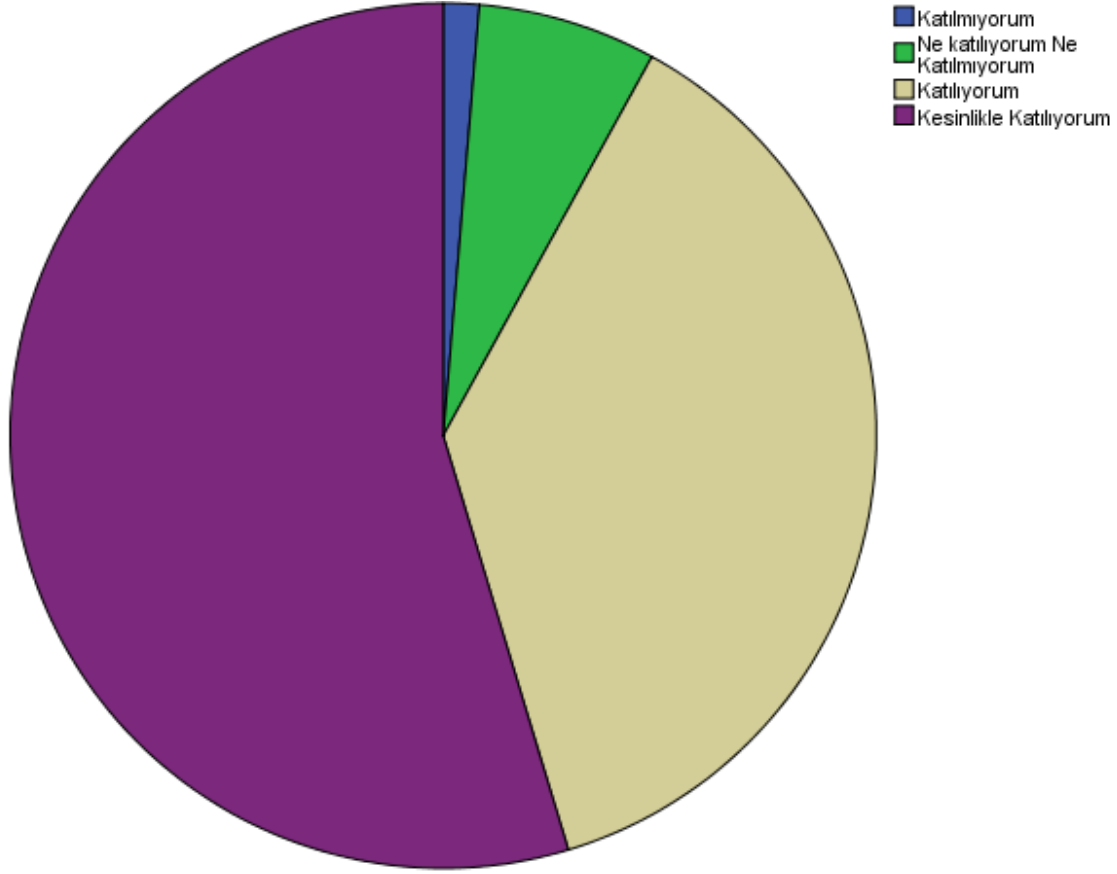
Acentelerin vasıtasıyla aktarılan sözlü geleneklerin (destanlar, halk hikâyeleri, efsaneler, atasözleri, fıkralar vb.) turistler tarafından başkalarına aktarıldığı görüşüne katılımcıların % 40'ı “Kesinlikle Katılıyorum”, % 36'sı “Katılıyorum”, % 13,3'ü “Ne katılmıyorum Ne Katılmıyorum”, % 5,3'ü “Katılmıyorum” ve % 5,3'ü “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acenteler aracılığıyla ziyaret edilen bölgenin el sanatları geleneğini (dokumacılık, telkâri, bakırcılık, halk mimarisi vb.) turistlerin ilgisini çeker.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılmıyorum Ne Katılmıyorum	2	2,7
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	42	56,0
Total	75	100,0



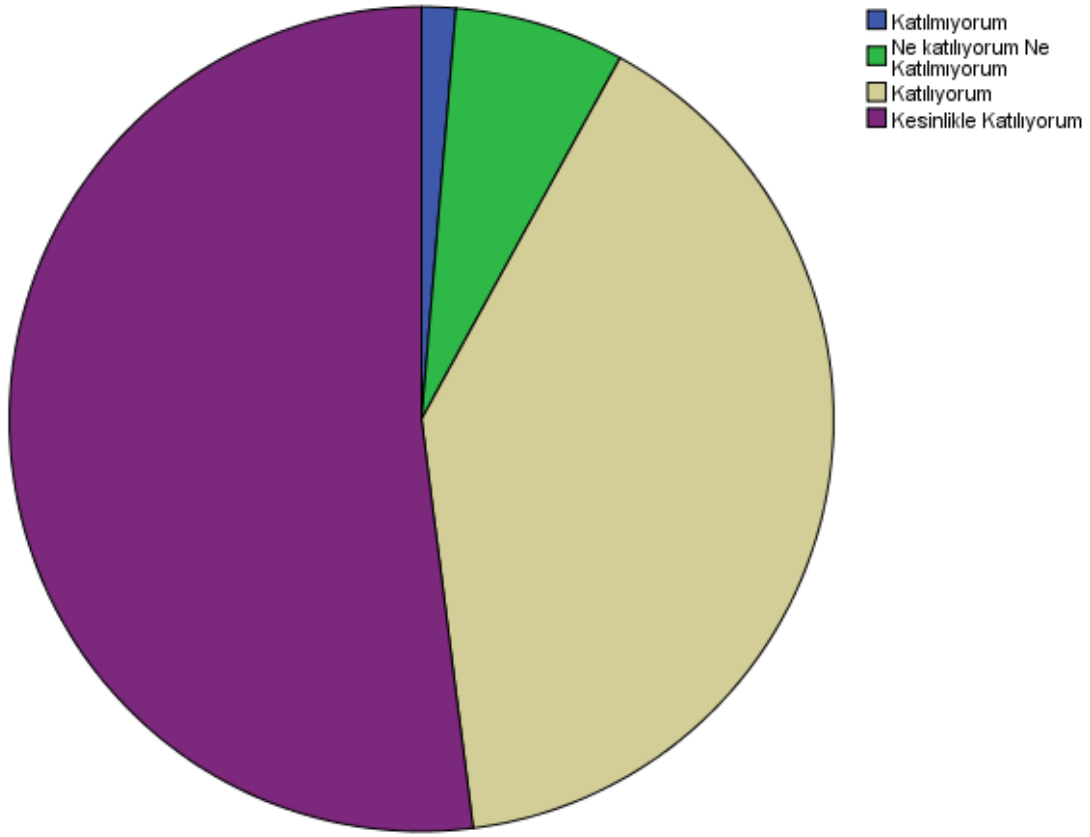
Acentelerin aracılığıyla ziyaret edilen bölgenin el sanatları geleneğinin (dokumacılık, telkâri, bakırcılık, halk mimarisi vb.) turistlerin ilgisini çektiği görüşüne katılımcıların % 56'sı “Kesinlikle Katılıyorum”, % 40'ı “Katılıyorum”, % 2,7'si “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 1,3'ü “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acentelerin aracılık ettiği yerel kültüre has doğa ve evrenle ilgili uygulamaları (geleneksel yemekler, halk hekimliği vb.) turistlerin tur deneyimini renklendirir.		Sıklık	Yüzde (%)
Valid	Katılmıyorum	1	1,3
	Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	6,7
	Katılıyorum	28	37,3
	Kesinlikle Katılıyorum	41	54,7
Total		75	100,0



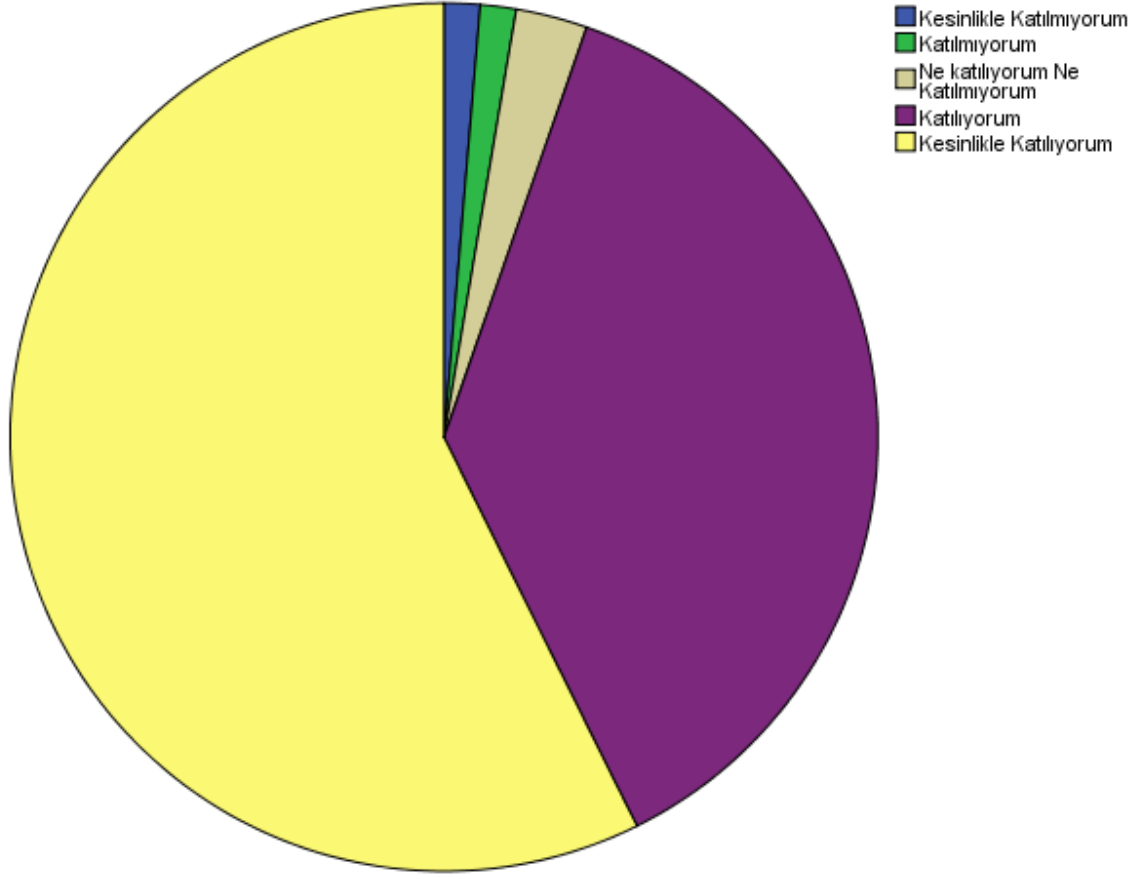
Acentelerin aracılık ettiği yerel kültüre has doğa ve evrenle ilgili uygulamaların (geleneksel yemekler, halk hekimliği vb.) turistlerin tur deneyimini renklendirdiği görüşüne katılımcıların % 54,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 37,3'ü “Katılıyorum”, % 6,7'si “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum”, % 1,3'ü “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Acentelerin, yörede üretilen yerel el sanatını zanaatkâr kişilerden yardım alarak uygulamalı bir biçimde tanıtılmasına aracılık etmesi turistlerin yöresel ürünlerin önemini kavramasını kolaylaştırır.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	6,7
Katılıyorum	30	40,0
Kesinlikle Katılıyorum	39	52,0
Total	75	100,0



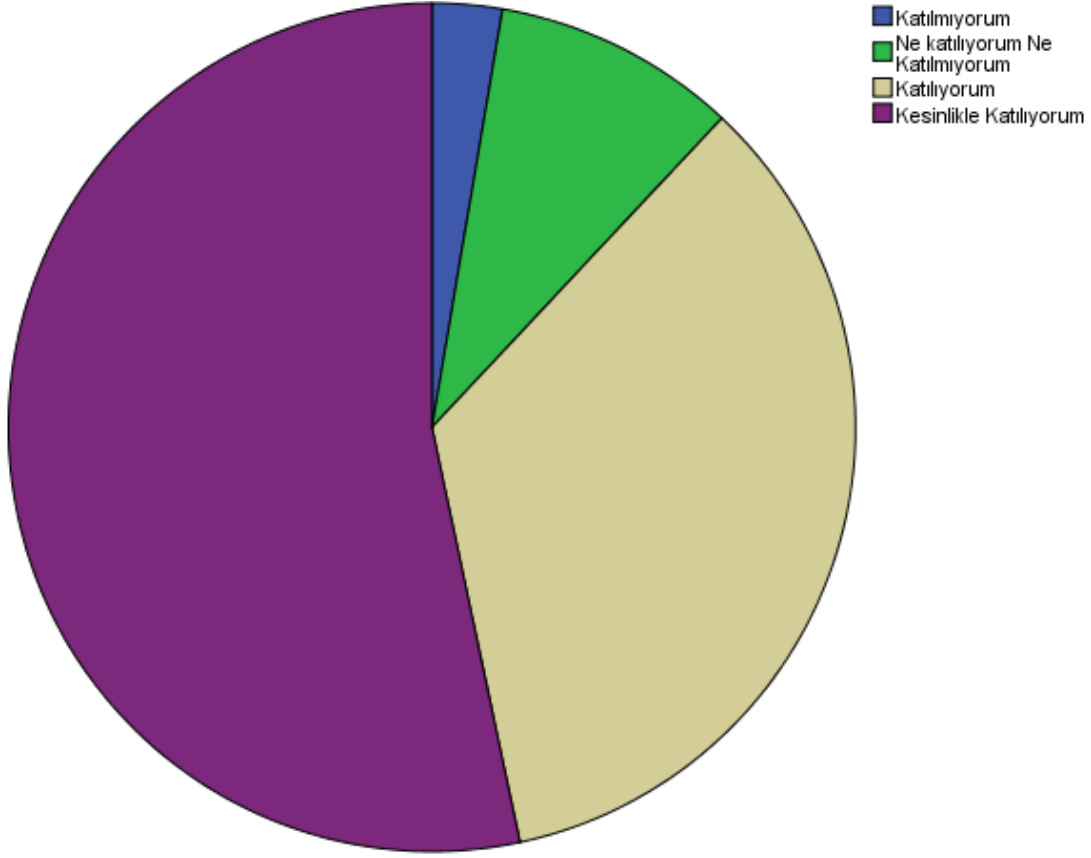
Acentelerin yörede üretilen yerel el sanatını zanaatkâr kişilerden yardım olarak uygulamalı bir biçimde tanıtılmasına aracılık etmesinin turistlerin yöresel ürünlerin önemini kavramasını kolaylaştırdığı görüşüne katılımcıların % 52'si "Kesinlikle Katılıyorum", % 40'ı "Katılıyorum", % 6,7'si "Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum" ve % 1,3'ü "Katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Acentelerin aracılık ettiği ziyaret edilen destinasyona ait varsa gösteri sanatını (halk oyunu, orta oyunu vb.) canlandırması turisti memnun eder.	Sıklık	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,3
Katılmıyorum	1	1,3
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	2	2,7
Katılıyorum	28	37,3
Kesinlikle Katılıyorum	43	57,3
Total	75	100,0



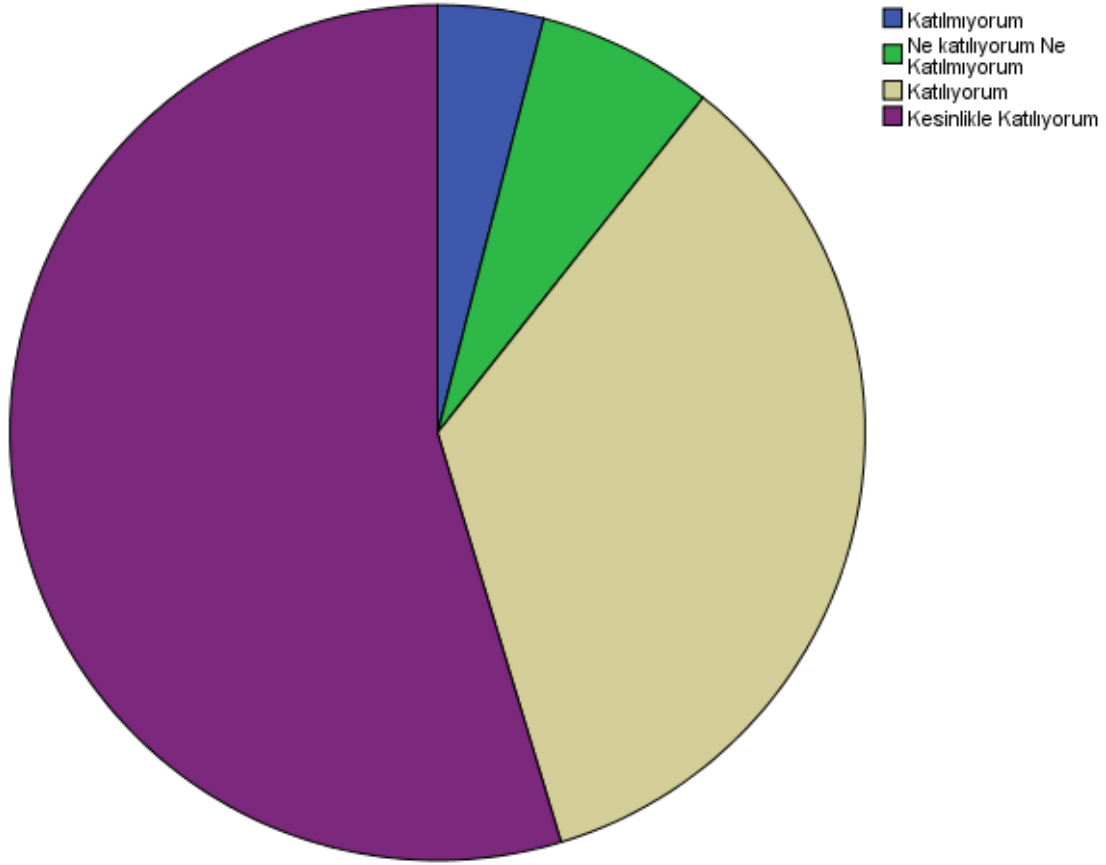
Acentelerin aracılık ettiği ziyaret edilen destinasyona ait varsa gösteri sanatını (halk oyunu, orta oyunu vb.) canlandırmasını turisti memnun ettiği görüşüne katılımcıların % 57,3'ü "Kesinlikle Katılıyorum", % 37,3'ü "Katılıyorum", % 2,7'si "Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum", % 1,3'ü "Katılmıyorum" ve % 1,3'ü "Kesinlikle Katılmıyorum" cevabını vermiştir.

Turistler, acenteler aracılığıyla edindiği yerel kültüre ait bilgileri tur sonrası başkaları ile paylaşır.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	2	2,7
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	7	9,3
Katılıyorum	26	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	40	53,3
Total	75	100,0



Turistlerin acenteler aracılığıyla edindiği yerel kültüre ait bilgileri tur sonrası başkaları ile paylaştığı görüşüne katılımcıların % 53,3'ü “Kesinlikle Katılıyorum”, %34,7'si “Katılıyorum”, % 9,3'ü “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum” ve % 2,7'si “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Turistlerin kültürel mirasın yaşatılması konusundaki hassasiyeti acentelerin aracılık ederek sağladığı bilgiler sayesinde artar.	Sıklık	Yüzde (%)
Katılmıyorum	3	4,0
Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum	5	6,7
Katılıyorum	26	34,7
Kesinlikle Katılıyorum	41	54,7
Total	75	100,0



Turistlerin kültürel mirasın yaşatılması konusundaki hassasiyetini acentelerin aracılık ederek sağladığı bilgiler sayesinde arttığı görüşüne katılımcıların % 54,7'si “Kesinlikle Katılıyorum”, % 34,7'si “Katılıyorum”, % 6,7'si “Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum” ve % 4'ü “Katılmıyorum” cevabını vermiştir.

4. DEĞERLENDİRME, SONUÇ VE ÖNERİLER

Elde edilen veriler sonucu ulaşılan bulgular değerlendirildiğinde, acentelerin SOKÜM'ün aktarımı noktasında olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Anket sonuçları değerlendirildiği zaman, acentelerin SOKÜM'ün aktarımı noktasında etkisinin ölçüldüğü, sorulara genel olarak “Kesinlikle katılıyorum” veya “Katılıyorum” şeklinde cevap verdikleri görülmüştür. Bu sebeple yapılan araştırma sonucuna dayanarak, acentelerin SOKÜM'ün aktarımı noktasında etkisinin olduğu söylenebilir. Aynı şekilde nitel araştırma sonucu elde edilen verilere bakıldığında, acentelerin SOKÜM'ün aktarımı noktasında etkisinin olduğu ancak bunun dışında birtakım sistemseller sorunların olduğu ve bu sorunların çözülmesi hâlinde bu aktarım mekanizmasının daha iyi işleyeceği görülmektedir.

Sonuç olarak, acentelerin somut olmayan kültürel mirasın aktarımı noktasında büyük rolü bulunmaktadır. Acenteler turistlerle doğrudan iletişim kurarak onlara kültürel değerlerimizi sunmakta ve pazarlamasının yapılmasını sağlamaktadır. Böylece hem ekonomik açıdan ülke ekonomisine katkı sağlanmakta hem de kültürel değerlerimiz turistlere aktarılmaktadır. Aynı zamanda kaybolup gitmektense kendini tekrarlayarak canlılığını korumaktadır. Fakat bununla beraber bazı SOKÜM değerlerimiz pazarlanamadığından dolayı yok olmaya başlamış ya da yok olma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Bu değerler maddiyata dönüşemeyip turistlere yeterince aktarılamadığı için zamanla unutulmaya başlanmıştır. Eğer aktarılamayan bu değerlerimiz için gerekli destekler sağlanmaz ve projeler yapılmazsa pazarlanamayan bu değerler zamanla unutulurken yok olacaktır. Bununla beraber bazı acenteler ve bünyesinde bulunan personelleri turizmde daha fazla para kazanmak adına maddi getirisi olmayan SOKÜM değerlerini pazarlamak yerine maddi getirisi fazla olan değerleri pazarlayarak komisyon alma gibi yollara başvurmaktadır. Bununla ilgili gerekli kurum ve kuruluşlar önlem almadıkları takdirde SOKÜM değerlerimiz doğru bir şekilde pazarlanamamaya devam edecektir. Bazı SOKÜM değerlerimiz aslında kültürel miras olmadığı takdirde asılları yerine sahteleri satılarak pazarlanmaktadır. Yine bununla ilgili de gerekli önlemler alınmalıdır. Hem acente sahiplerinin hem de acentede çalışan diğer çalışanların turizm konusunda eğitilmiş ve bilgi sahibi olması için bazı kurallar konulabilir, böylece SOKÜM değerlerimiz daha eğitilmiş, bilinçli ve liyakat sahibi insanlarca daha doğru şekillerde pazarlanabilir.

SOKÜM'ün aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünün araştırıldığı bu çalışmada hem nitel hem de nicel yöntem ışığında veriler toplanmış ve gerekli testler ve

araştırmacı yorumu yapılarak sonuca ulaşılmıştır. Her iki yöntem ile bir araştırma yapıldığından dolayı sonucu iki alt başlık altında incelemek mümkündür.

- Yapılan Nitel Araştırma Nihayetinde Ulaşılan Sonuçlar:

Yapılan nitel araştırma sonucunda ulaşılan bulgular şu şekildedir:

Acentelerin SOKÜM tanımına hâkim oldukları ve bunun farkındalığını taşıyor oldukları görülmüştür.

Nevşehir'de acentelerin tanıklık ettiği SOKÜM unsurlarının el sanatları, şölenler, müzeler, Hacivat-Karagöz oyunları, düğün-dernekler, ayinler, türkü gecesi, halk gösterileri, kına merasimi, semazen gösterisi, çanak çömlek, halı dokuma, Türk gecesi, halı-kilim dokumacılığı, testi kebabı, seramik, bez bebekler, dervif, semah, Mevlana, yemek kültürü vb. olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Turistlerin en çok ilgisini çeken SOKÜM unsurlarının Sema, semazen, Türk gecesi, folklor, ini üzerindeki motiflerin anlamları, açık hava müzesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber turistlerin en çok ilgisini çeken SOKÜM unsurunun yemek kültürü ve düğün olmasına rağmen Nevşehir bölgesinde bunun eskisi kadar turistlere tanıtılmadığı, bu konuda gerek tanıtımı noktasında gerekse bunların pazarlanması noktasında eski özverinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

SOKÜM'n aktarımı noktasında acentelerin rolünün büyük olduğu savunulmuştur. Bu rolü tanım olarak açıklamak gerekir ise, ‘‘acenteler kültürel değerleri içeren faaliyetleri tavsiye ederek veya gerekli pazarlama teknikleri içerisinde paketlere dâhil ederek turistlere sunmakla beraber onların istekleri doğrultusunda da SOKÜM unsurlarını içeren faaliyetleri pazarlayarak kültürel değerlerimizin aktarımını turistlere sağlamaktadır’’ şeklinde söylenebilir.

Acenteler ve bünyesinde bulunan rehber, insan kaynakları, pazarlama danışmanı gibi tüm personelleri; SOKÜM unsurları ile turistler arasında bir aracıdır.

SOKÜM gibi kültürel miraslarımızın turistlere pazarlanmasının hem bireysel hem Nevşehir hem de ülke açısında ekonomik katkısının çok fazla olduğu öne sürülmüştür.

Nevşehir'de var olan SOKÜM değerlerinin birçoğunun turistlere aktarımının olmadığı ve pazarlama unsuru olarak değerlendirilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu değerlerin aktarılmamasının onların kaybolup gitmeye yüz tutmasına neden olacağı endişesi

duyulmaktadır. Pazarlanamama nedeni ise ilgili kurumlar tarafından gerekli destek ve teşviklerin verilmemesi, bu yönde taleplerin olmaması veya maliyet olarak yüksek ve satışından kar elde edememe gibi çıkarımlar olarak sunulmuştur. Çözüm olarak bu kaybolmaya yüz tutmuş SOKÜM değerlerinin tanıtım ve görsellerle reklamlarının ön plana çıkması gerektiğini böylece talebin artması ile arzın da olacağını ifade etmişlerdir.

SOKÜM unsuru olarak değerlendirilmeyen ancak olabilme olasılığı var olan değerlerin fikir olarak acentelerde olduğu ama bunu sadece hayal olarak yaşatıp realiteye dökemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Acenteler ile yapılan görüşmeler sonucu, ilgili merciler tarafından gerekli destekler ve imkânlar verilirse SOKÜM değerlerinin daha iyi şekillerde pazarlanabileceğini ve ekonomik katkısının hem bireysel hem de ülke ekonomisi olarak katkısının daha fazla olacağı ancak eğer destekler verilmezse bazı SOKÜM değerlerimizin de yok olup gideceği sonucuna ulaşılmıştır.

SOKÜM gibi kültürel değerlerimizin turistlere pazarlanması noktasında doğru şekilde pazarlayamama, pazarlamaya gerek görmeme, komisyonculuk, gereğinden fazla pahalı ürün satışı gibi sorunların varlığının olduğu sonucuna varılmıştır.

Turizm sektöründe nitelikli eleman eksikliği olduğu ve acentelerin kurulması noktasında gerekli şartların aranmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

SOKÜM'ün sürdürülebilir olmasının hem acentelerin hem turistlerin hem de SOKÜM'ün aktarımı noktasındaki tüm bireylerin bilinçli olmasına ve bu konuda bir farkındalığın oluşması gerektiğine bağlı olduğu sonucuna varılmıştır.

- Yapılan Anket Sonucunda Ulaşılan Sonuçlar:

Yapılan anket sonucunda ulaşılan bulgular şu şekildedir:

Acentelerin idari yapısının çoğunlukla erkek olduğu, bu kimselerin daha çok 26-30 ve 21-25 yaş aralığında olduğu, hemen hemen yarısının evli olduğu, lisans diplomasının yarısından azında var olduğu, sadece yüzde atmışının turizm eğitime sahip olduğu görülmüştür.

Acenteler daha çok yabancı turistlere faaliyet göstermektedir.

Acentelerin somut olmayan kültürel mirasın yaşamasında ve aktarılmasında olumlu rolünün olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

Somut Olmayan Kültürel Mirasın aktarımı noktasında turizm acentelerinin rolünün araştırıldığı bu çalışma sonucunda bazı noktalar konusunda öneriler mevcuttur:

Kültürel mirasımızın daha iyi aktarılması noktasında gerekli kurum ve kuruluşlar tarafından verilen destekler artırılabilir ve SOKÜM'ün aktarımında payı olan kimselerin daha bilinçli olması noktasında bazı eğitimler verilebilir,

Hâlihazırda var olan ancak yeterince sunulamayan SOKÜM unsurlarının tanıtımının yapılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Akay, A. S. (2006). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Tarih Araştırmalarında Kaynak Olma Özelliği. Milli Folklor Dergisi, 18 (70): 38-58.

Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Akademik İncelemeler, 2 (1): 77-109.

Ar, H. (2015). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunmasında Turist Rehberlerinin Rolü. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

AREGEM (2021). Erişim Adresi: <https://aregem.ktb.gov.tr/>.

Artun, E. (2008). Halk Kültürü Araştırmaları “Halk Kültürlerinin Gelecek Kuşaklara Taşınması”. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Aslan, Z., Ardemagni, M. (2006). Introducing young people to the protection of heritage sites and historic sites. (http://www.iccom.org/ifrcdn/pdf/ICCROM_09_ManualSchoolTeachers_en.pdf).

Aydın, H. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Olarak Meddahlık Geleneği ve Bu Bağlamda “Eyvah Nadir” Adlı Tiyatro Oyunu Üzerine Bir Değerlendirme. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Belber, B. G., Sözbilen, G. (2019). Turizm Öğrencilerinin Boş Zaman Etkinlikleri İçerisinde Somut Olmayan Kültürel Miras (Soküm) Unsurlarının Yeri. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(2): 897-916.

Çakır Ş. C. (2010). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Müzelenmesi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi.

Dinleyen, M. (2011). Nevşehir'de Yufka Ekmek Yapımı. Nevşehir Kültür ve Tarih Araştırmaları Dergisi, (14): 61-64.

Erdoğan, Y. (2020). Çekirdek Kapadokya'da Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Dijital Pazarlamanın Satış Etkisi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Karaca, Y., Keskin, M. T. (2021). Osmaniye İli'nin Turizm ve Rekreasyon Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. H. Ulucan, İ. Kuyulu (Ed.), Bilimsel Spor 1 içinde (173-208 ss.). Gece Kitaplığı, Ankara.

Kaya, Fazıl (2018). Otantiklik ve Misafirperverlik Algılarının Turist Deneyimi Üzerine Etkisi: Kapadokya Bölgesi Örneği, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

Keskin, M. T. (2020). Farklı Rotalarda Yürüyüş Yapan Katılımcıların Akıllı Rota Uygulamasına Dayalı Risk Algılarının Ortaya Konulması ve Deneyimleri. Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi.

OĞUZ, Ö. (2013). Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir? Ankara: Geleneksel Yayıncılık.

OĞUZ, Ö. (2013). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleceği Türkiye Deneyimi, Ankara: Grafiker Yayınları, s.5-6.

Rzayeva, S. (2019). Küreselleşme ve Somut Olmayan Kültürel Miras İlişkisi: Azerbaycan Örneği. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halkbilimi Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Soylu, Y. (2019). Doğal Destinasyonlarda Rekreatif Faaliyetlere Katılan Ziyaretçilerin Çevreci Davranış ve Çevreci Satın Alma Davranışı: Kapadokya, Köprülü Kanyon ve Kazdağları Örnekleri. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

Sözleşen, İ. (2021). Kapadokya'da Turizm ve Kültür İlişkisi Bağlamında Halk Dansları: Nevşehir Örneği. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.