

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Yakın EKİN

**ETKİNLİK TURİZMİ KAPSAMINDA FESTİVALLER VE ANTALYA ALTIN  
PORTAKAL FİLM FESTİVALİ'NİN YEREL HALK ÜZERİNDEKİ SOSYAL  
ETKİLERİ KONULU BİR ARAŞTIRMA**

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2011

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Yakın EKİN

**ETKİNLİK TURİZMİ KAPSAMINDA FESTİVALLER VE ANTALYA ALTIN  
PORTAKAL FİLM FESTİVALİ'NİN YEREL HALK ÜZERİNDEKİ SOSYAL  
ETKİLERİ KONULU BİR ARAŞTIRMA**

Danışman  
Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2011

Akdeniz Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Yakın EKİN'in bu çalışması jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Nevedet Hacıoğlu  
Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Ahmet Akdas  
Üye : Doç. Dr. Cem Serim Köksal D. Koluman  
Üye : Yrd. Doç. Dr. Aydın Gevriç  
Üye : Yrd. Doç. Dr. Cüfer Topaloğlu

Tez Konusu: Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi 26/08/2011

Mezuniyet Tarihi :12/09/2011

Prof.Dr. Mehmet ŞEN  
Müdür

## İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	vii
KISALTMALAR LİSTESİ .....	ix
ÖZET.....	x
SUMMARY.....	xi
ÖNSÖZ.....	xii
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### ETKİNLİKLER, ETKİNLİK TURİZMİ VE FESTİVALLER

1.1. Etkinlikler .....	3
1.1.1. Destinasyon Pazarlaması Ögesi Olarak Etkinlikler.....	3
1.2. Etkinlik Turizmi ve Özellikleri.....	5
1.2.1. Etkinlik Turizminin Sınıflandırılması.....	10
1.2.1.1. Büyüklüklerine Göre Etkinlik Türleri.....	16
1.2.1.1.1. Mega Etkinlikler .....	17
1.2.1.1.2. Hallmark (Yerin Adıyla Anılan – Bölgesel) Etkinlikler .....	17
1.2.1.1.3. Yerel/Toplum Odaklı Etkinlikler.....	17
1.2.1.2. Temalarına Göre Etkinlik Türleri .....	18
1.2.1.2.1. Spor Etkinlikleri.....	19
1.2.1.2.2. Festivaller .....	20
1.2.1.2.3. İş Amaçlı Etkinlikler .....	25
1.2.1.2.4. Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler.....	26
1.2.1.2.5. Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler.....	26
1.2.1.2.6. Politik Etkinlikler.....	26
1.2.2. Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri ve Amaçları .....	26

**İKİNCİ BÖLÜM**  
**TURİZMİN VE ETKİNLİKLERİN SOSYAL ETKİLERİ İLE İLGİLİ**  
**ÇALIŞMALAR**

2.1. Toplum.....	30
2.1.1. Toplum Huzuru .....	32
2.1.2. Sosyal Sermaye .....	33
2.1.2.1. Ağlar.....	34
2.1.2.2. Sosyal Normlar .....	35
2.1.2.3. Güven .....	35
2.1.2.4. Karşılıklılık.....	35
2.2. Turizmin Sosyal Etkilerine Genel Bir Bakış .....	38
2.2.1. Etkinliklerin Sosyal Etkileri.....	42
2.2.1.1. Yerel Halkın Etkinliklerin Sosyal Etkileriyle İlgili Algılarının Ölçümü... 47	
2.2.1.1.1. Yerel Halkın Etki Algılarıyla İlgili Kuramsal Yaklaşımlar .....	48
2.2.1.1.2. İçsel ve Dışsal Çalışmalar .....	51
2.2.1.1.2.1. Dışsal Çalışmalar.....	51
2.2.1.1.2.1.1. Etkinliğin Yaşı.....	51
2.2.1.1.2.1.2. Etkinliğin Büyüklüğü.....	52
2.2.1.1.2.1.3. Etkinlik Teması .....	52
2.2.1.1.2.1.4. Etkinliğin Mekânsal Yoğunlaşması.....	53
2.2.1.1.2.2. İçsel Çalışmalar .....	53
2.2.1.1.2.2.1. Ekonomik Bağlantı .....	54
2.2.1.1.2.2.2. Etkinliklere Yakınlık.....	54
2.2.1.1.2.2.3. Ziyaretçilerle İlişki Düzeyi .....	55
2.2.1.1.2.2.4. Demografik Değişkenler .....	55
2.2.1.1.2.2.5. İkamet Süresi.....	56
2.2.1.1.2.2.6. Tema ile Özdeşleşme .....	56
2.2.1.1.2.2.7. Katılım Düzeyi .....	56
2.2.1.1.3. Yerel Halkın Sosyal Etki Algılarıyla İlgili Analiz Teknikleri.....	56
2.2.1.1.4. Etkinliklerin Sosyal Etkileriyle İlgili Ölçeklerin Gelişimi.....	60

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ'NİN YEREL HALK**  
**ÜZERİNDEKİ SOSYAL ETKİLERİ KONULU BİR ARAŞTIRMA**

3.1. Yöntem .....	64
3.1.1. Festival Seçimi .....	64
3.1.2. Veri Toplama Yöntemleri.....	66
3.1.2.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme (Mülakat).....	66
3.1.2.2. Yerel Halkın Algılarına Yönelik Anket .....	67
3.1.2.2.1. Anketin Ön Testi.....	69
3.1.2.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem.....	70
3.1.2.2.3. Anket Uygulaması.....	72
3.1.2.3. Gözlem .....	73
3.1.2.4. Belge Analizi .....	73
3.1.3. Veri Analizi Yöntemleri .....	74
3.1.3.1. Nicel Veri Analizi Yöntemleri .....	74
3.1.3.1.1. Betimleyici İstatistikler .....	74
3.1.3.1.2. Faktör Analizi .....	75
3.1.3.1.3. Kümeleme Analizi .....	78
3.1.3.1.4. ANOVA ve Post Hoc (Ondan Sonra) Testleri.....	81
3.1.3.2. Nitel Veri Analizi Yöntemleri.....	81
3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	82
3.2. Bulgular ve Tartışma .....	84
3.2.1. Festivalle İlgili Bilgiler .....	85
3.2.2. Katılımcıların Demografik Profili .....	88
3.2.3. Faktör Analizi.....	89
3.2.3.1. Bölünmüş Faktör Yükleri.....	95
3.2.3.2. Güvenilirlik Analizi .....	96
3.2.3.3. Faktör Skorlarının Birbirleriyle Korelasyonları .....	97
3.2.4. Yerel Halkın Etki Algıları – Nicel Sonuçlar .....	99
3.2.4.1. Sonuçların Yorumu.....	100
3.2.4.2. Etki Algıları – Nicel Sonuçlar .....	101
3.2.4.2.1. Sakıncalarla İlgili Algılanan Etkiler.....	101
3.2.4.2.2. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyumla İlgili Algılanan Etkiler .....	103

3.2.4.2.3. Kişisel Engellenme ile İlgili Algılanan Etkiler.....	105
3.2.4.2.4. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları ile İlgili Algılanan Etkiler.....	107
3.2.4.2.5. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi ile İlgili Algılanan Etkiler .....	109
3.2.4.2.6. Davranışsal Sonuçlarla İlgili Algılanan Etkiler .....	110
3.2.4.2.7. Diğer Algılanan Etkiler .....	111
3.2.4.3. Mekâna Bağlılık, Organizasyona Katılım, Etkilerin Yayılması ile İlgili Yanıtlar .....	113
3.2.5. Yerel Halkın Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları – Nitel Sonuçlar.....	117
3.2.5.1. Yerel Halkın Olumlu Sosyal Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları.....	118
3.2.5.2. Yerel Halkın Olumsuz Sosyal Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları.....	121
3.2.6. Kümeleme Analizi.....	125
3.2.6.1. Küme Profilleri .....	125
3.2.6.2. Kümelerin Yorumu .....	127
3.2.6.2.1. Katlananlar-Hoşgörenler (Küme 1).....	128
3.2.6.2.2. Ekonomik Olarak Bağlı Olanlar (Küme 2) .....	129
3.2.6.2.3. Katılanlar (Küme 3) .....	130
3.2.6.2.4. Katılmayanlar (Küme 4).....	130
3.2.6.2.5. Festival İçin Çalışanlar (Küme 5).....	131
3.2.6.3. Kümelerin Sosyal Etkilerle İlgili Algıları.....	132
3.2.6.4. Yerel Halkın Etki Algılarını Etkileyen Dışsal (Extrinsic) Faktörler .....	138
3.2.6.4.1. Etkinliğin Yaşı .....	138
3.2.6.4.2. Etkinlik Teması.....	138
3.2.6.4.3. Etkinliğin Mekânsal Yoğunlaşması .....	139
3.2.6.5. Yerel Halkın Etki Algılarını Etkileyen İçsel (Intrinsic) Faktörler.....	139
3.2.6.5.1. Demografik Özellikler.....	139
3.2.6.5.2. Tema ile Özdeşleşme .....	140
3.2.6.5.3. Katılım Düzeyi.....	140
3.2.6.5.4. Ekonomik Bağlantı.....	140
3.2.6.6. Post Hoc (Ondan Sonra) Çoklu Karşılaştırmaları Analizi .....	141
3.2.6.6.1. Sakıncalar .....	141
3.2.6.6.2. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyum .....	141
3.2.6.6.3. Kişisel Engellenme.....	142
3.2.6.6.4. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları.....	142
3.2.6.6.5. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi .....	142

3.2.6.6.6. Davranışsal Sonuçlar.....	143
3.2.6.6.7. Diğer Etkiler .....	143
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>144</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>152</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>165</b>
Ek 1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu .....	165
Ek 2: Ön Test Sonucunda Değişikliğe Uğrayan ve Anketten Çıkarılan Önergeler.....	172
Ek 3: Post Hoc (Ondan Sonra) Test Sonuçları .....	173
Ek 4: 47. Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali Organizasyon Şeması ....	211
Ek 5: 47. Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali Operasyon Şeması.....	212
<b>Ö Z G E Ç M İ Ş .....</b>	<b>213</b>



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Turizm ve Etkinlik Çalışmalarıyla Bağlantılı Olarak Etkinlik Turizmi	6
Şekil 1.2. Etkinliklerin İşlevleri	9
Şekil 1.3. Etkinlik Turizmi Endüstrisinin Çerçevesi	10
Şekil 1.4. Heenan'ın Kavramsal Modeli	11
Şekil 1.5. Düzenleyiciler Açısından Etkinlikler	12
Şekil 1.6. Etkinliklerin Sınıflandırılması	13
Şekil 1.7. Etkinlik Turizmi Stratejisi Geliştirme/Değerlendirmede Portföy Yaklaşımı	16
Şekil 1.8. Temalarına Göre Etkinlik Türleri	19
Şekil 2.1. Toplum Odaklı Festivallerin Sosyal Etkilerinin Yazındaki Yeri	30
Şekil 2.2. Festivaller ve Sosyal Sermaye ile İlgili Kavramsal Model	34
Şekil 2.3. Sosyal Alışveriş Süreci Modeli	50

## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler	7
Tablo 1.2. Festival Düzenleme Nedenleri	23
Tablo 1.3. Festivallerin İzleyiciler Açısından Sınıflandırılması	24
Tablo 1.4. Festivallerin Belli Ölçütlere Göre Sınıflandırılması	24
Tablo 1.5. Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri ve Amaçları	27
Tablo 1.6. Girdi Hedefleri ve Gelişim Koşulları - Destinasyon Etkinlik Çizelgesi	28
Tablo 2.1. Turizm Gelişiminin Sosyal Etkileri ile İlgili Çalışmalar	40
Tablo 2.2. Etkinliklerin Olası Etkilerinin Sınıflandırılması	41
Tablo 2.3. Etkinlik Değerlendirmesi İçin Fayda ve Maliyetler	43
Tablo 2.4. Etkinliklerin Sosyal Etkileri ile İlgili Bazı Araştırmalar	45
Tablo 2.5. Yerel Halkın Etkinliklere Yönelik Tepkileriyle İlgili İçsel Değişkenler	54
Tablo 2.6. Yerel Halkın Etki Algılarıyla İlgili Çalışmalarda Tanımlanan Kümeler	58
Tablo 3.1. Festival Profili	66
Tablo 3.2. Sosyal Etki Algısı Ölçeğinden Örnek ve Etki Düzeyi Derecelendirmesi	68
Tablo 3.3. Krejcie ve Morgan'ın Anakütleden Çekilecek Örneklem Sayısı Tablosu	71
Tablo 3.4. Ölçeğin Yeniden Kodlanması	75
Tablo 3.5. Kümeleme Değişkenleri	78
Tablo 3.6. Demografik Bilgiler	89
Tablo 3.7. SEA Ölçeği İçin Faktör Yükleri	91
Tablo 3.8. Faktör Karşılaştırmaları	93
Tablo 3.9. Güvenilirlik Analizi Sonuçları	97
Tablo 3.10. Faktör Skorları Arasındaki Korelasyonlar	98
Tablo 3.11. Etki Sonuçları Tablolarının Yorumu	100
Tablo 3.12. SEA Ölçeği Etki Düzeyleri	101
Tablo 3.13. Sakıncalarla İlgili Algılanan Etkiler	102
Tablo 3.14. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyumla İlgili Algılanan Etkiler	104
Tablo 3.15. Kişisel Engellenme ile İlgili Algılanan Etkiler	106
Tablo 3.16. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları ile İlgili Algılanan Etkiler	108
Tablo 3.17. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi ile İlgili Algılanan Etkiler	109
Tablo 3.18. Davranışsal Sonuçlarla İlgili Algılanan Etkiler	110
Tablo 3.19. Diğer Algılanan Etkiler	112

Tablo 3.20. Mekâna Bağlılık, Organizasyona Katılım ve Etkilerin Yayılması ile İlgili Yanıtların Sıklık ve Yüzde Analizleri	114
Tablo 3.21. Olumlu Sosyal Etki Beklentileri	119
Tablo 3.22. Olumlu Etkilerin Gerçekleşmesiyle İlgili Gerekeçeli Yanıtlar	120
Tablo 3.23. Olumsuz Sosyal Etki Beklentileri	122
Tablo 3.24. Olumsuz Etkilerin Gerçekleşmesiyle İlgili Gerekeçeli Yanıtlar	124
Tablo 3.25. Demografik/Davranışsal Kümeleme Değişkenlerine Göre Küme Profilleri	126
Tablo 3.26. Küme 1’i Oluşturan Anahtar Değişkenler	129
Tablo 3.27. Küme 2’yi Oluşturan Anahtar Değişkenler	129
Tablo 3.28. Küme 3’ü Oluşturan Anahtar Değişkenler	130
Tablo 3.29. Küme 4’ü Oluşturan Anahtar Değişkenler	131
Tablo 3.30. Küme 5’i Oluşturan Anahtar Değişkenler	132
Tablo 3.31. Sosyal Etki Değişkenleri İçin Küme Ortalamaları	133
Tablo 3.32. Kümelere Göre Olumlu ve Olumsuz Derecelendirilen Etki Sayıları	134
Tablo 3.33. Faktörlerin Kümelere Göre Etki Düzeyi Ortalamaları	135
Tablo 3.34. Kümelere Göre Etki Derecelendirme Düzeyleri	136

**KISALTMALAR LİSTESİ**

BBÖ	Bayes Bilgi Ölçütü
BIC	Bayesian Information Criteria
FSIAS	Festival Social Impact Assessment Scale (Festival Sosyal Etki Değerlendirme Ölçeği)
MICE	Meeting Incentive Congress Exhibition (Toplantı, Teşvik Gezisi, Kongre, Sergi)
SEA	Sosyal Etki Algısı
SIP	Social Impact Perception
vb.	ve benzeri
vd.	ve diğerleri

## ÖZET

Özel ilgi turizmi kavramı altında incelenen etkinlik turizmi, son yirmi yıldır etkinliklerin hızlı gelişimleri ve yarattıkları ekonomik kazanımlar nedeniyle hızla önem kazanmıştır. Etkinlikler, çeşitlerindeki büyük farklılıklar ve sınıflandırma güçlüklerine rağmen, hem ekonomik hem de -bu çalışmada ağırlıkla incelenen- sosyal boyutları nedeniyle gelecekte turizmle daha iç içe olacaktır.

Turizm ve etkinliklerin kesiştiği yerde kullanılan etkinlik turizmi kavramının düzenlendiği yerle sosyolojik açıdan en gerçekçi, tarihsel, kültürel ilişkilere sahip ve mümkün olduğunca ekonomik yararların ilk planda tutulmadığı bağları beraberinde getiren bir çeşidi olan festivaller bu araştırmaya konu edilmiştir. Bu noktada en önemli denge, festivallerin içinden çıktıkları toplumun değerlerini ve kutlama temasını ekonomik getirilerin çekiciliğine feda etmemesidir. Bu yola giren bir festival eninde sonunda yok olacak ya da toplumsal temellerini kaybederek popüler tüketim yolunda çok sınırlı bir yaşam sürecektir.

Gelişme ve büyüme ile köklerini kaybetmeme dengesini en anlamlı gözetecekler ise kuşkusuz yerel halk olacaktır. Bu nedenle, bu çalışmada yerel halka danışılarak kırkyedi yıllık bir geleneğin dengeli bir biçimde sürdürülebilmesi için düzeltilmesi ve geliştirilmesi gereken yönleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Analizler sonucunda ayrıntıları çalışmada verilen altı sosyal etki boyutu ve bu boyutlarla ilgili farklı algılara sahip beş farklı küme elde edilmiştir. Farklı algıların hangi önermelerden kaynaklandığı ise post hoc (ondan sonra) testleriyle ekler kısmında ayrıntılı olarak sunulmuştur. Bunun yanı sıra yerel halka açık uçlu sorularla düşüncelerini belirtme fırsatı sunulmuş, onların beklenti ve algıları ayrı ayrı incelenmeye çalışılmıştır.

Analiz bulgularıyla yazındaki örneklerden elde edilen çeşitli deneyimler, gelecek yıllarda düzenlenecek festivaller için bazı önerileri de beraberinde getirmektedir. Örneğin, gönüllülük kavramıyla ilgili uygulamalarda görülen eksiklikler önemli bulgulardan biridir. Çünkü incelenen birçok örnekte ve halkın yanıtlarında, gönüllüler hem festivalin örgütlenmesi hem de toplumsal kaynaşma konularındaki katkılarından ötürü çokça öne çıkarılmıştır. Antalya Altın Portakal Film Festivali de bu yönde daha güçlenecek önlemleri alarak toplumla bağını bir adım daha öteye taşımaktadır.

## SUMMARY

### **FESTIVALS WITHIN THE CONTEXT OF EVENT TOURISM AND A RESEARCH ABOUT SOCIAL IMPACTS OF ANTALYA ALTIN PORTAKAL FILM FESTIVAL ON RESIDENTS**

Event tourism, examined as a concept of special interest tourism, has gained importance rapidly in last two decades due to the great developments in events and to the financial earnings created by them. Though they have huge differences in variety and hardnesses to make classifications, events would be more nested with tourism in near future than ever owing to both economic and the social dimensions.

Festivals as a type of event tourism which possess sociologically the most realistic, historical, cultural relations with the place where they take place and which do not consider economic profits in the first rank were selected as the theme of this research. At this point, the most vital balance is not to sacrifice the values and celebration themes of the community in which the festival was born for the sake of the attraction of economic profits. If a festival is in the mentioned way, it will disappear anyway in near future or else it will last a limited life in the way of popular consumption by losing its social roots.

The ones who observe the balance between development and not losing the roots would undoubtedly be the residents. Thus, through consulting the residents, the aspects of a forty-seven year old tradition that need to be corrected and improved in order to be sustained in a balance were addressed to reveal.

As a consequence of the statistical analysis six social impact dimensions and five distinct clusters possessing diverse perceptions about these dimensions were identified. The items causing these different perceptions were determined in detail by the post hoc tests in the appendices. In addition, residents were asked to state their opinions through open-ended questions in the questionnaire and their expectations and perceptions were handled separately.

Analysis findings and some cases from the literature bring about some recommendations for the festivals which will be held in near future. For instance, the lack of volunteered labour is one of the considerable findings. Because, in the cases examined in the literature and in the responses of residents; volunteerism was frequently associated with great importance thanks to its contributions for organization and social cohesion.

## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın düşünce aşamasından başlayarak bu biçimi almasına kadar olan süreçte güven ve desteğini her aşamada hissettirerek deneyimlerini paylaşan danışmanım Sayın Prof.Dr. Ahmet AKTAŞ'a, yakın ilgisini, bilgisini ve görüşlerini esirgemeyen Sayın Doç.Dr. Can Deniz KÖKSAL'a, yapıcı eleştirileriyle yol gösteren Sayın Yrd.Doç.Dr. Aydın ÇEVİRGEN'e öncelikli olarak teşekkürlerimi sunarım.

Tüm yoğunluklarına karşın festival süresi ve sonrasındaki araştırma sürecinde stant ve anketör sağlamanın yanı sıra posta yoluyla anket dağıtımının gerçekleştirilmesinde yükümü en aza indiren ve her ziyaretimde bana genç bir araştırmacıya nasıl destek verileceğini gösteren AKSAV Başkanı ve Altın Portakal Film Festivali Genel Koordinatörü Sayın Göksel KUMSAL ile bana bu araştırmanın kapılarını sorgusuz sualsiz açan Antalya Büyükşehir Belediyesi Genel Sekreteri Sayın Mehmet Rıfki AKTEKİN'e ne kadar teşekkür etsem az kalacağını araştırma ile uğraşan herkes tahmin edebilecektir. AKSAV'ın ve belediyenin güleryüzlü ve yardımsever çalışanlarına tek tek teşekkürü borç bilirim.

Günü gelince arkadaş dost, günü gelince hoca, günü gelince keder ortağı Sayın Doç.Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU'na teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Çıkarısızca ve sonuna kadar desteklenebilme keyfini elde etmek için ne yaptığımı bana sorgulatan Sayın Gülnihal ŞAKRAK ile güleryüzleri ve gerçek anlamda dostluklarıyla Sayın Kevser DEMİRTAŞ ve Sayın Jüdahan YAĞCIOĞLU olmadan bu çalışma son bulamazdı. İyi ki varsınız.

Odayı ve işi paylaşmanın yanı sıra yaşamın güzelliklerini bölüşmek ve sıkıntılarına karşı omuz omuza durabilmekten gurur duyduğum dostum Sayın Veli Erdiç ÖREN'e de ayrıca teşekkürler.

Beni günler, haftalar, aylar ve yıllarca yalnızca oğulları olduğum için çekmek durumunda kalıp bundan bir saniye dahi şikâyet etmeden bu kadar lüksü birarada sunan ve hep doğrunun peşinden koşmayı öğreten annem Asuman Berrin EKİN ve babam SACİT EKİN'e ve örnek aldığım ağabeyim Yalın EKİN'e paha biçilemez desteklerinden ötürü minnet duygularımı göndermek isterim.

## GİRİŞ

Yeni yüzyılın dayattığı ekonomik süreçler, küreselleşmenin zorunlu kıldığı dönüşümlerle birlikte örgütlerarası rekabeti hızlandırmıştır. Bu durum, yalnızca bu süreçlere uyabilecek şekilde değişebilen toplum ve kuruluşların başarılı olabilmesini sağlamaktadır. Çağa uygun rekabetçilik ilkelerine göre tasarlanmamış örgütlenmeler zamanla gerilemeye ve yok olmaya mahkûmdur. Dünya genelinde 2010 yılında 935 milyon turist sayısı ile turizm endüstrisi de bu rekabetten payını almaktadır (<http://www.unwto.org>). Ülkeler ve destinasyonlar çeşitli örgütlenme modelleri, stratejiler, ürünler, satış ve pazarlama yöntemlerini kullanarak bu pastadaki yerlerini en azından koruma, bunun yanı sıra elde ettikleri dilimi daha da büyütme çabasıdadır. Turizm için önemli bir güdüleyici olan etkinlikler de bu çabalar içinde yer almakta ve birçok destinasyonun gelişim ve pazarlama planlarında belirgin bir biçimde görülmektedir.

Turizmde rekabet avantajı sağlayan önemli etkenlerin başında farklılığı yaratan kültür ve onun kalıtları gelmektedir. Tarihi açıdan Anadolu kültürünü yansıtan birçok esere ev sahipliği yapan Türkiye coğrafyasında, yalnızca bu mimarî eserleri temel alarak oluşturulan turizm stratejileri yetersiz kalmaya başlamıştır. Bu nedenle destinasyona ziyaret yoluyla yaşanacak turizm deneyimi ve onun benzersizliğini tüketiciye hissettirebilecek ürün veya hizmetlerin çoğu özgün kültür temel alınarak oluşturulmalıdır. Bu çalışmada ele alınacak etkinlik turizmi, festivaller ve festivallerin yerel halk üzerindeki etkileri de turizm deneyiminin bir türünün sonuçları üzerinde daha sağlıklı fikirler üretmeye yardımcı olacaktır.

Bu bağlamda yörenin, bölgenin veya ülkenin turizm çekiciliklerini ayrı ayrı ürünler olarak tanıtmaya ve pazarlama sık kullanılan bir uygulama olmaya başlamıştır. Planlı etkinliklerin turizmdeki rolü ve turizme etkileri yıllardır belgelenmiş ve bu etkinlikler destinasyon rekabetçiliğinde giderek artan bir öneme sahip olmuştur. Ancak, etkinlik turizmi kavramının hem turizm endüstrisinde hem de araştırmacılar arasında ortaya çıkışı ancak otuz yıl kadar öncesine dayanmaktadır.

Turizm ve etkinliklerle ilgili olarak özel sektör ve toplumun yanı sıra devletin rol ve sorumlulukları da son yirmi yıl içinde önemli bir biçimde değişmiştir. Devletin turizm gelişimi ve tutundurmasındaki anahtar görevinden, diğer bir deyişle süregelen geleneksel faaliyetlerinden ve sorumluluklarından, yerel yetkililer ve makamlar lehine vazgeçerek kendini yeniden keşfetmeye zorlandığı bir duruma gelinmiştir. Bu durumla birlikte, etkinlikler; evsahibi nüfusu ve paydaşları giderek artan bir biçimde sosyal, kültürel,



fiziksel, çevresel, politik ve ekonomik etkenlerle ilişkili olarak olumlu ve olumsuz bir biçimde etkilemektedir.

Bu çalışmadaki temel amaç etkinliklerin etki türlerinden biri olan sosyal etkilerle ilgili olarak yerel halkın algılarını ortaya koyabilmektir. Algıların tartışılacağı etkinlik türü olarak da yerel halkla en sıkı bağları taşıyan festivaller seçilmiştir. Bu algıları oluşturan boyutları belirlemek ve toplumun kendi içinde farklı algılar taşıyan alt gruplara sahip olup olmadığını gün ışığına çıkarmak da diğer bir amaçtır.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde etkinlikler, etkinlik turizmi ve festivallerle ilgili kavramlar ortaya konmuş, etkinlik sınıflandırmaları ve etkinliklerin çeşitleriyle ilgili çalışmalardan yararlanılmıştır. İkinci bölümde bu tez konusunun belirlenmesinde önemli olan ilgili bilimsel yazın gözden geçirilmiştir. Bu bölümde sosyoloji yazınından elde edilen toplum, sosyal sermaye ve toplum huzuru kavramları tartışılmıştır. Toplum odaklı festivaller bir etkinlik türü olarak tanımlanmış ve turizmin sosyal etkilerinin bir uzantısı olarak etkinliklerin sosyal etkileri irdelenmiştir. Aynı zamanda yöntemsel olarak tez çalışmasının temelini oluşturan yerel halkın algılarına yönelik ve etkinliklerin etkileri ölçeklerinin gelişimi ile ilgili şimdiye kadar gerçekleşen araştırmalar özet olarak sunulmuştur.

Üçüncü bölümde tez çalışmasında kullanılan araştırma yöntemi açıklanmıştır. Festivallerin ev sahibi toplum üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik olarak kullanılan araştırma tasarımı belirtilmiş ve araştırma yöntemi ile veri toplama yöntemleri ortaya konmuştur. Ardından araştırma sonuçları incelenmiştir. Öncelikle katılımcıların demografik profilleri belirlenmiştir. İkinci olarak konuyla ilgili altı boyutu ortaya çıkaran faktör analizi sonuçları sunulmuştur. Sonrasında çalışmanın konusu olan yerel halkın sosyal etkilerle ilgili beklenti ve algıları tartışılmıştır. Kümeleme analizi sonucunda bulunan beş alt grup ve bu alt grupların sosyal etki algılarındaki farklılıklar incelenmiştir. Son olarak gelecekteki toplum odaklı festivallerin planlaması ve yönetimi için bu araştırmadan çıkarılabilecek sonuçlar tartışılmış, araştırmanın sağladığı katkılar ve daha ileri araştırmalar için öneriler ortaya konmaya çalışılmıştır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **ETKİNLİKLER, ETKİNLİK TURİZMİ VE FESTİVALER**

#### **1.1. Etkinlikler**

Etkinlikler insanların birlikte hareket etmesi sonucunda gerçekleşen, toplumsal ya da bireysel birtakım ihtiyaçları gidermek veya bireysel olarak başarıya ulaşılamayan durumlarda bir grup ve örgüt olarak ortak amaçlara ulaşmak, ortak bir duygu ya da düşünceyi paylaşmak ve toplumsal yaşam içinde sosyal bir varlık olabilmek vb. amaçlarla düzenlenen olaylardır.

Dinsel ve kültürel farklılıklarına rağmen her toplum yeni bir doğumda mevlit ya da vaftiz töreni, cenazeler, dini bayramlar, şükran günü, paskalya ve Noel gibi birliktelik ve aitlik duygusunun egemen olduğu etkinlikler düzenlemektedir. Bu tür etkinlikler, kültürler ile dinlerin pekiştirici ve birleştirici bir gücü olarak değerlendirilmektedir. Etkinliğe katılan kişilerin ortak duygu, düşünce ve gereksinimlere sahip olması etkinliği daha anlamlı hale getirmektedir.

Tekrarlanan her bir etkinliğin işlevi, bir suçun cezalandırılması veya bir cenaze töreni gibi, bir bütün olan toplumsal yaşamda oynanan oyunun bir parçasıdır ve bu nedenle onun yaptığı katkı, toplumun sürekliliğinin korunmasıdır (Poloma, 2007, s.49).

Yaşanan toplumsal, kültürel, ekonomik, teknolojik vb. değişimler, etkinliklerin düzenlenme amaçlarının, niteliklerinin, düzenlendiği alanların, boyutlarının değişmesine ve etkinlik çeşitlerinin artmasına yol açmıştır. Bu sayede toplumsal birleşme, toplumu etkileme ve hayır işleri gibi genel nedenlerle gerçekleştirilen etkinliklerin boyutu değişmiş ve etkinlikler aynı zamanda örgütlerin rekabet ve sermaye geliştirme programları kapsamında kullanılmaya başlanmıştır (Pira, 2004, s.31). Etkinlikler örgütlerin genel politikalarını destekleyen, örgütsel amaçlara ulaşmada katkı sağlayan bir uygulama olarak da kabul görmüş ve halkla ilişkiler yöneticileri tarafından planlanan stratejik bir yapıya dönüşmüştür (Mekânlı, 2005, s.37).

#### **1.1.1. Destinasyon Pazarlaması Ögesi Olarak Etkinlikler**

Destinasyon birçok turistik ürün, hizmet ve özellikle destinasyona ziyaretten elde edilen deneyimin bileşimidir. Destinasyonlar izleyen bileşenlerden oluşmaktadır:

- Çekicilikler (Attractions): Doğal ve insan yapımı çekicilikler, kalıtlar ile etkinlikler,

- Ulaşılabilirlik (Accessibility): Ulaşım sistemi; deniz, hava, kara ve demiryolu ağları,
- Tesisler (Amenities): Konaklama ve yeme içme tesisleri, alışveriş merkezleri ve diğer turistik tesisler,
- Mevcut paket programlar (Available packages): Önceden hazırlanmış paket organizasyonlar,
- Aktiviteler (Activities): Destinasyon ziyareti süresince sunulan bütün aktiviteler,
- Kolaylaştırıcı hizmetler (Ancillary services): Bankalar, iletişim, postane, hastane vb. (Buhalis, 2000, s.98).

Destinasyon pazarlaması bir alanın, bölgenin ya da bir yerin cazip, uygun ve özellikli olduğunu bireylere ya da organizatörlere göstermek amacıyla gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Destinasyon pazarlamasının öğeleri turizm fuarları, doğrudan satış, satış geliştirme çabaları, reklâm, tanıtım gezileri, yayın ve broşürler, web pazarlaması, etkinlikler ve festivaller, doğrudan posta ve işbirliği programlarından oluşmaktadır (Karagöz, 2006, s.21).

Destinasyon pazarlama süreci tüketici, pazar ve üreticiden oluşan üç ögenin bir araya gelmesi ile oluşur. Destinasyon pazarlamasında temel bileşenler insanlar, pazarlama stratejileri ve kaynaklardır (Özdemir, 2008, s.76). Bu bileşenlerin kullanıldığı turizm uygulamalarından biri de etkinliklerdir. Etkinliklerin düzenlenme amaçlarından biri de destinasyona turist çekmek ve onların hoşça vakit geçirmelerini sağlamaktır.

Etkinlik teriminin birçok tanımı olmasına rağmen (Getz, 1991, s.68; Jago ve Shaw, 1998, s.29; Arcodia ve Robb, 2000, s.158) biri genel olarak kullanılmaktadır ve Getz (1989, s. 125) tarafından öne sürülmüştür. Bu tanıma göre etkinlik, halkın yılda bir veya daha az sıklıkla yalnızca sınırlı bir süre için davet edildiği kutlama veya tema sergisi olarak ifade edilmektedir. Jago ve Shaw (1998, s.29) tarafından önerilen bir diğer etkinlik tanımında bir kez veya seyrek olarak gerçekleşme, kısıtlı bir zaman boyunca sürme ve tüketicilere günlük deneyimlerin ötesinde boş zaman değerlendirme ile sosyalleşme fırsatları sağlama gibi özellikler vurgulanmıştır.

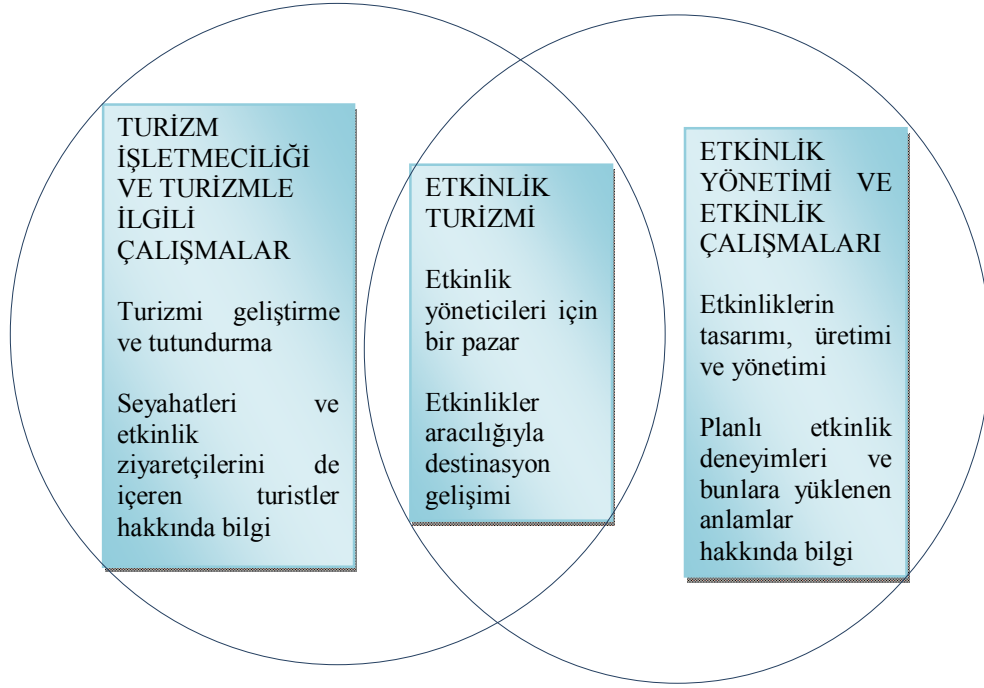
Etkinlikler, boyutlarına ve içeriğine göre destinasyon seçim sürecinde temel neden olabildiği gibi, bazı durumlarda da ilâve çekicilik olarak algılanabilmektedir. Turizm potansiyeline bağlı olarak geliştirilen etkinlikler temel çekiciliklere yardımcı olabilmenin yanında, imaj yaratıcı ya da destekleyici işleve sahip olabilmektedir. Turistler planlanmış etkinliklere katılmak ve aynı zamanda destinasyonu tanımak istemektedir. Bu nedenle etkinlik turizmi turistik destinasyonların tanıtımına yardımcı olmakta ve destinasyon pazarlamasında giderek önem kazanmaktadır (Getz, 2008, s.403).

## 1.2. Etkinlik Turizmi ve Özellikleri

Etkinlik turizmi son yıllarda özel ilgi turizmi çeşitleri arasında turizm endüstrisinin önemli öğelerinden biri haline gelmiştir (Crompton ve McKay, 1997, s.429; Arcodia ve Robb, 2000, s.158). Etkinliklerin çekiciliği, bireylere günlük yaşamları kapsamında var olmayan fırsatlar sağlayarak sundukları benzersiz deneyimlerden kaynaklanmaktadır (Getz, 1995, s.129). Etkinliğin sınırlı bir süre içinde gerçekleşmesi bu benzersizliğe katkıda bulunmaktadır. Etkinlik türüne bağlı olarak belki de yaşam boyunca yalnızca bir kez katılma fırsatı sunulan örnekler de bulunmaktadır (dünya kupası, olimpiyatlar vb.). Bu nedenle, destinasyonda turizm sezonu süresince var olan belli turist çekiciliklerinden farklı olarak etkinlikler nadiren gerçekleşmektedir. Bu durum sınırlı katılım fırsatını elde etmiş olanların gözünde etkinliğe katılmayı benzersiz veya özel kılmaktadır.

Günümüz turizm uygulamalarında yaygınlaşan olgulardan birisi de etkinlik organizasyonları ve bunların yönetimidir. Başarılarında ve çekiciliklerinde turizm endüstrisinin yaşamsal bir paydaş durumuna geldiği ve turistlerin planlı etkinlikler için olası bir pazar oluşturduğu etkinlik yönetimi hızla büyüyen bir iş alanıdır. Ancak, tüm etkinlikler turizm odaklı olmak durumunda değildir. Ayrıca bazıları pazarlama odaklı olmanın olumsuz etkilerinden çekinmekte ve kâr amacı gütmemektedir.

Bunun yanı sıra toplum oluşturmadan kentsel yenilenmeye, kültürel gelişimden ulusal kimliklerin beslenmesine kadar etkinliklerin oynayacağı birçok işlevi bulunmaktadır. Turizm, etkinliklerin yegâne tarafı ya da ortağı değildir (Getz, 2008, s.403). Turizm konusundaki düzenlemeler ve çalışmalar ile etkinlik yönetiminin turizmi kapsayan faaliyetlerinin kesiştiği yerde etkinlik turizmi kavramı ortaya çıkmaktadır. Şekil 1.1'de etkinlik turizminin etkinlik yönetimi ve turizm ile ilişkisi görülmektedir.



**Şekil 1.1. Turizm ve Etkinlik Çalışmalarıyla Bağlantılı Olarak Etkinlik Turizmi**

**Kaynak:** (Getz, 2008, s.403)

Her bir etkinlik büyük bir çabayı bünyesinde barındırmaktadır. Çünkü etkinlik; planlayıcıları, katılımcıları ve bu iki grup arasında iletişimi sağlayan sistemin uyumunu ifade etmektedir. Hiçbir etkinlik birbirine benzememekte ve her bir etkinlik katılımcılarına farklı deneyimler kazandırmaktadır. Etkinliğin gerçekleştiği destinasyonda bulunmak, o ortamı paylaşmak, orada bulunduğunu diğer insanlara anlatabilmek turistlerin ziyaret kararını etkileyen önemli faktörlerdir. Söz konusu etkinliğe katılım gösterilememesi durumu ise potansiyel turistler tarafından kaçırılmış bir fırsat olarak değerlendirilmektedir (Getz, 2008, s.404).

Toplum içinde çeşitli biçimlerde örgütlenmiş olarak yaşamını sürdüren insanların etkinliklere yönelik talepleri artmaktadır. Talep artışını sağlayan başlıca nedenler insan ömrünün artması, teknolojik gelişmeler, harcanabilir gelirin artması ve zaman kavramının önemli hale gelmesidir. Bu faktörlerdeki değişimler Tablo 1.1’de verilmiştir.

**Tablo 1.1. Etkinliklerin Gelişmesinde Etkili Olan Faktörler**

<i>Değişim Konusu</i>	<i>Geçmişte</i>	<i>Şimdi</i>
Nüfus	Genç	Yaşlı
Teknoloji	Düşük	Yüksek
Harcanabilir Gelir	Sınırlı	Sınırsız
Zaman	Tanımlanmış	Tanımlanmamış

**Kaynak:** (Goldblatt, 2000, s.7)

Etkinlik turizmi son yıllarda güçlü bir turizm talebi yaratıcısı haline gelerek turizm, seyahat, boş zaman ve konaklama endüstrilerine önemli bir katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda toplumlar ve destinasyonlar için yararlar sağlayarak çeşitli ekonomik, sosyal, çevresel hedeflere ulaşmada dikkat çeken bir araçtır. Destinasyonlar arasındaki rekabetin artması nedeniyle etkinlik düzenleme ve geliştirme büyük bir sektör haline gelmiştir (Karagöz, 2006, s.5).

Destinasyonlar otellerini, müzelerini, stadyumlarını dolduracak ve harcama yapacak turistleri çekebilmek için birbirleriyle bölgesel, ulusal ve uluslararası boyutta rekabet etmektedir. Rekabet avantajı ise işgücü ve vergi teşvikleriyle ilgili uygulamalardan çok, bölgelerin veya kentlerin turistler tarafından algılanan çekiciliklerinin altında yatmaktadır (Arcodia ve Robb, 2000, s.158).

Turizm ve etkinlikler arasındaki ilişkinin en önemli ögesi etkinliklerle ilişkili imajın destinasyona aktarılması ve bu yolla etkinliklerin destinasyon markasını güçlendirme, destekleme ve değiştirme potansiyelidir. Bu aktarım destinasyondaki doğal ve fiziksel çekiciliklerin harekete geçirilmesinde de oldukça önemlidir (Jago vd., 2002, s.124).

Etkinlik turizmi spor etkinlikleri, sanatsal, kültürel ve bilimsel etkinlikleri içermektedir. Destinasyonlarda bulunan doğal/fiziksel turizm kaynaklarını canlandıran ve imaj oluşturan bir turizm çekiciliği olan etkinliklerin sistematik bir biçimde planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması etkinlik turizmi olarak tanımlanmaktadır. Sözü edilen turizm çeşidi etkinliklerin, destinasyon gelişimi ve çekiciliğinde sağladığı katkıyla ilişkili olarak ortaya çıkmış ve özel ilgi turizminin en hızlı gelişen dallarından biri olmuştur (Karagöz, 2006, s.5).

Getz (1991, s.68), Jago ve Shaw (1998, s.29) etkinliklerin temel özelliklerini şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Sınırlı süreli olma
- Bir kez ya da seyrek aralıklarla gerçekleşme

- Sıradışı olma (günlük hayatın dışında)
- Halka açık olma
- Belirli bir temayı kutlama veya gösteri amacı taşıma
- Sabit bir yapıya (bina, tesis vb.) sahip olmama (spor etkinlikleri hariç)
- Programlarında ayrı ayrı birçok aktiviteyi barındırma
- Tüm aktiviteleri genelde aynı bölgelerde gerçekleştirme.

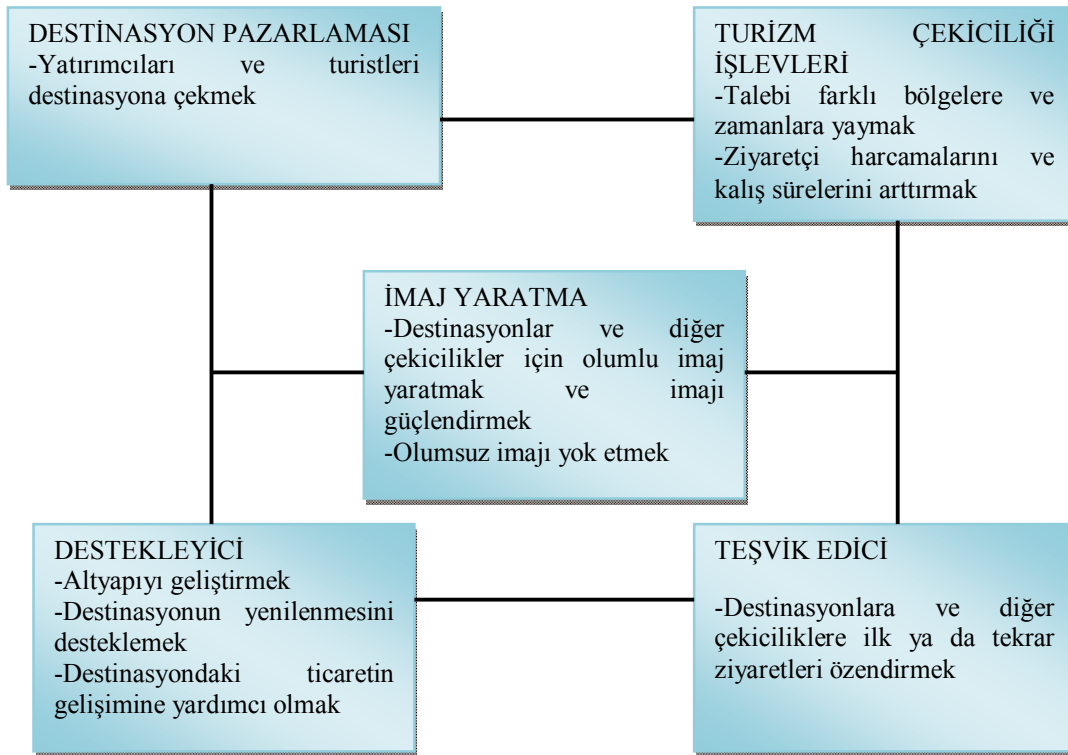
Bazı etkinlik türleri bu çerçevenin dışında kalmaktadır. Fuarlar, spor, sanat ve iş amaçlı etkinlikler sürekli gerçekleşmesi ve sabit yapılar gerektirmesi nedeniyle sözü edilen özelliklerin hepsini göstermemektedir. Sanat gösterileri gibi yılda birden fazla gerçekleşen etkinlikler, iş amaçlı etkinlik türlerinden olan konferans ve kongreler ile motor sporları yarışmaları gibi spor etkinlikleri buna örnek olarak sayılabilmektedir (Karagöz, 2006, s.8).

Ayrıca etkinlikler sadece bir destinasyona turist çekmek için hizmet etmemekte, aynı zamanda oradaki toplumsal kimliğin korunmasına ve gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Birçok toplum ve kurum ekonomik, kültürel ve çevresel alanda bütünleşmeye katkılarından ötürü etkinliklerle ilgilenmektedir. Etkinlikler bir destinasyonda uzun süreli kalışlar için neden oluşturmakta ve aynı zamanda yerel gezginleri bölgede tutmayı sağlamaktadır (Derrett, 2004, s.39).

Turizm endüstrisinin en önemli sorunlarından biri mevsimselliktir. Etkinlikler mevsimselliğin etkisini azaltmakta sezon dışı doğal çekicilikleri kullanarak önemli kazanımlar yaratabilmektedir. Birçok destinasyonda yerel halk kutlamalarını yüksek sezon dışındaki tarihlerde gerçekleştirmektedir. Bu durum ziyaretçiler için daha özgün etkinlikler gerçekleşmesine yol açmaktadır. Ayrıca etkinlik turizmi sayesinde, yoğunlaşmanın ülke içinde az bilinen bölgelere yayılması sağlanabilmektedir (Bowdin vd., 2006, s.74). Sözü edilen faydalardan yola çıkılarak etkinliklerin beş temel işlevi Şekil 1.2’de belirtilmiştir. Özetle etkinlik turizminin sağladığı faydalar şu şekilde sıralanmaktadır (Karagöz, 2006, s.7):

- Turizm sezonunu uzatmak
- Turizmi çeşitlendirmek
- Turizm talebinin farklı destinasyonlara dağılımını sağlamak
- Bölgelere yeni gelir kaynakları yaratmak
- Destinasyonların çekiciliğini ve destinasyonlar hakkındaki farkındalığı arttırmak
- Yeni altyapı ve hizmetlerin oluşturulması ya da mevcut hizmetlerin ve altyapının geliştirilmesi için harekete geçirici bir etken olmak

- Medyanın destinasyona ilgisini çekmek
- Etkin bir imaj ve kültürel temalar yaratarak destinasyonun marka değerine katkıda bulunmak
- Önceden gelenleri tekrar ziyarete özendirmek



### Şekil 1.2. Etkinliklerin İşlevleri

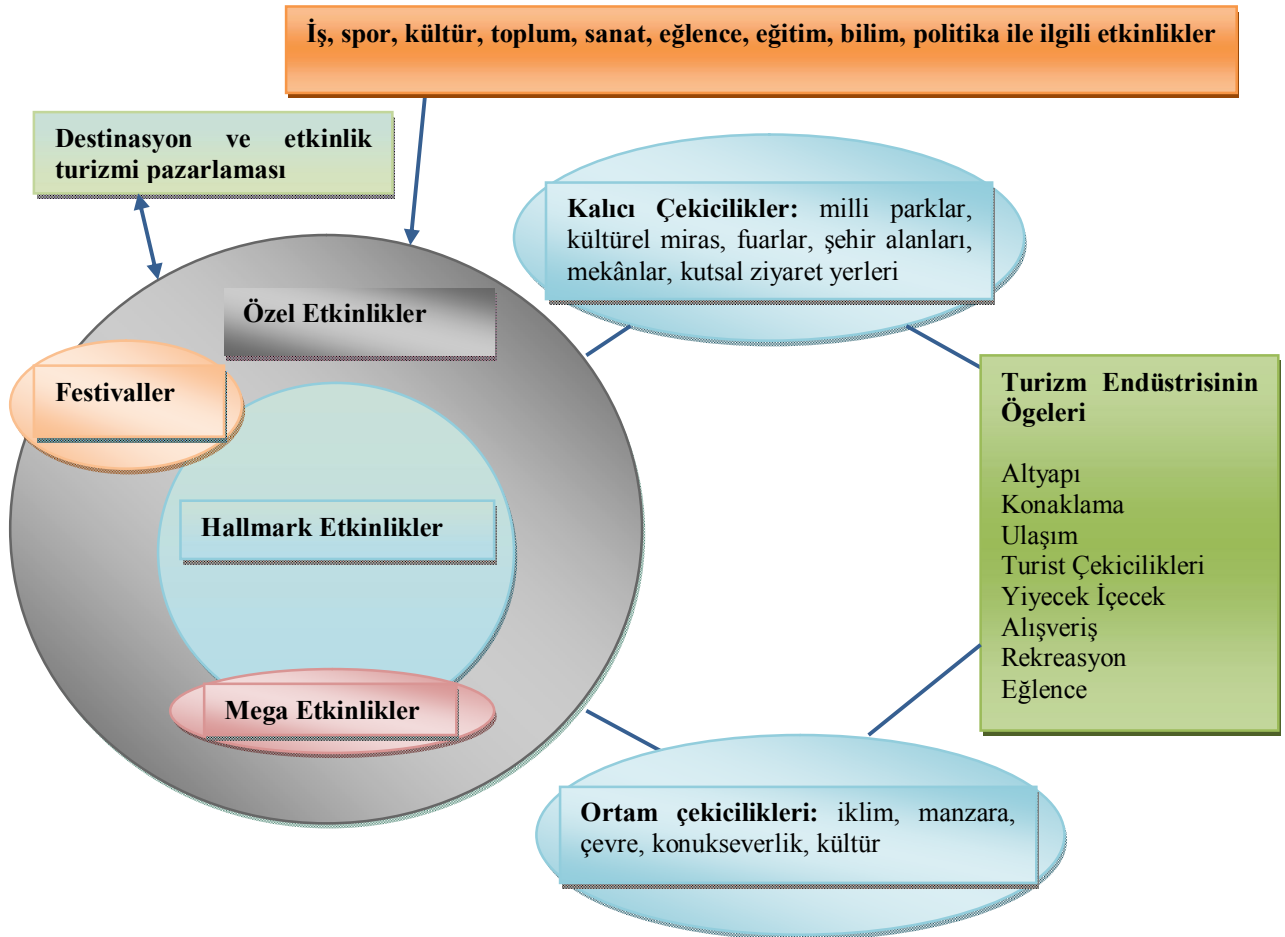
**Kaynak:** (Getz, 1997, s.53)

Getz (1997, s. 16) etkinlik turizminin yönetim ve turizm pazarı bölümlerini temel olarak iki farklı anlamını belirlemiştir. İlkinde etkinliklerin turist çekicilikleri, diğer gelişmeler için (altyapı vb.) hızlandırıcı, imaj yaratıcı olarak destinasyon kapsamında sistematik bir biçimde planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanması ifade edilmektedir. İkinci tanımda ise etkinliklere katılmak için seyahat eden veya evinden uzaktayken etkinliklere katılmaya güdülenme potansiyeline sahip insanlardan oluşan bir pazar bölümüne işaret edilmektedir.

Bu tanımlardaki arz ve talep bileşenlerinin etkileşimini kolaylaştırmak için turizm endüstrisinin destek öğelerine bağlı birçok etkinlik çeşidi bulunmaktadır. Şekil 1.3 bu etkinlikleri ve etkinlik-turizm ilişkisini bir etkinlik turizmi destinasyonunu şekillendiren geçici, kalıcı çekicilikler ve ortam çekicilikleri arasındaki bağlantıları (Getz 1991, s.68) kapsayarak ortaya koymaktadır. Bu karşılıklı ilişkiler kümesi etkinlik turizminin geniş kapsamda endüstriyel çerçevesini göstermektedir.



Şekil 1.3.'te belirtilen etkinlik türlerinden yola çıkılarak etkinlik turizminin temel pazarları anlaşılabilir. Örneğin destinasyonlarda sahnelenen etkinlikler; spor ve sanat tutkunlarını, iş yaşamının temsilcilerini, eğitsel ve dinsel grupları, politikacıları, yerel halkı ve diğer paydaşları pazar olarak belirleyerek kendine çekebilir.



**Şekil 1.3. Etkinlik Turizmi Endüstrisinin Çerçevesi**

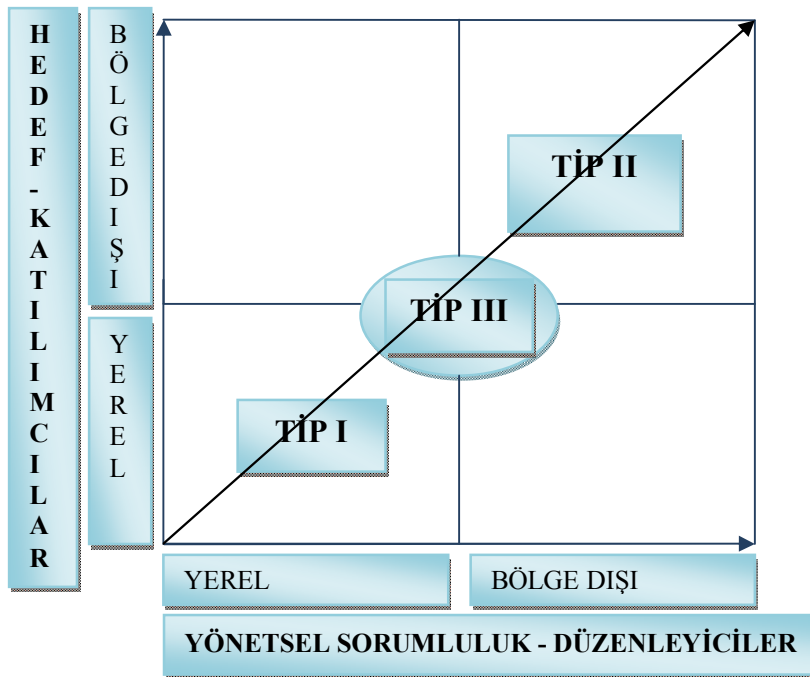
**Kaynak:** (Getz, 1991, s.68)

### 1.2.1. Etkinlik Turizminin Sınıflandırılması

Etkinlikleri büyüklüklerine ve içeriklerine göre sınıflandırmak mümkündür. Büyüklüklerine göre mega, büyük, bölgesel ve yöresel etkinlikler şeklinde kabaca bir ayrıma gidilebilmektedir. İçeriklerine göre etkinlikler ise festivaller, spor etkinlikleri, MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions) - (toplantı, teşvik gezisi, kongre-konferans, sergi) ve iş etkinlikleri şeklinde sınıflandırılmaktadır (Allen vd., 2002, s.11).

Etkinlik turizmi çeşitli çalışmalarda değişik bakış açılarıyla sınıflandırılmıştır. Örneğin Heenan (1978, s.32), etkinlik turizmini katılımcılar ve düzenleyicileri dikkate alarak üç

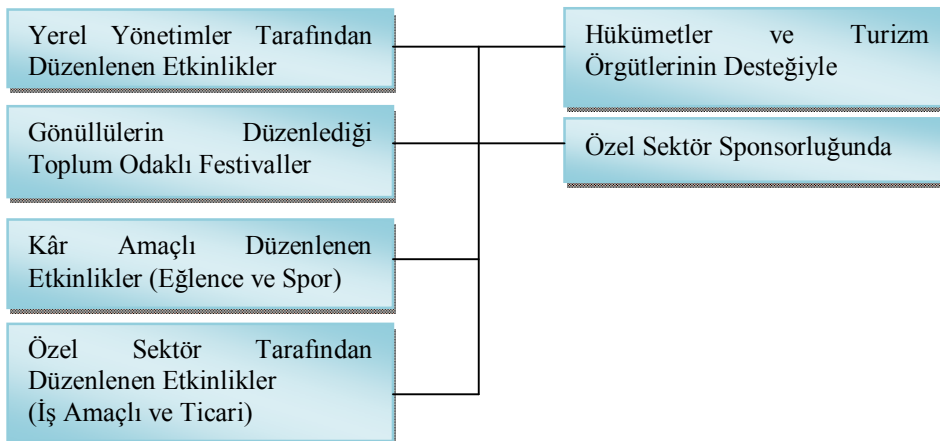
şekilde sınıflandırmıştır. Şekil 1.4'te görüldüğü gibi Tip I etkinlikler, sadece yerel halk tarafından benimsenmiş ve yerel halkı hedef alan etkinliklerdir. Tip II'de ise etkinliğin teması yerel kültüre ve geleneklere dayanmasına rağmen, Tip I'in antitezidir. Bu etkinliklerde görev alan üst düzey personel ve finans kaynakları bölge dışından sağlanmakta ve etkinlik için belirlenen hedef kitle bölge dışındaki insanları kapsamaktadır. Tip III'te bulunanlar, diğer iki etkinlik tipinin olumlu özelliklerini birleştiren etkinliklerdir (Karagöz, 2006, s.10).



**Şekil 1.4. Heenan'ın Kavramsal Modeli**

**Kaynak:** (Heenan, 1978, s.32)

Diğer bir sınıflandırma ise Getz'in (1991, s.65) etkinlikleri düzenleyen gruplara göre yaptığı ayrımdır. Şekil 1.5.'te görüldüğü gibi etkinlikler, yerel yönetimlerin düzenlediği, gönüllüler tarafından yürütülen, kâr amaçlı ve özel sektörün düzenlediği etkinlikler olarak sınıflandırılmıştır (Karagöz, 2006, s.10).



### Şekil 1.5. Düzenleyiciler Açısından Etkinlikler

**Kaynak:** (Getz, 1991, s.65)

Jago ve Shaw (1995, s.29) birçok çekicilik ve etkinliğin arz açısından sınıflandırıldığını, ancak sınıflandırmanın pazarlama boyutuyla tüketici veya talep açısından da yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Öncelikle potansiyel tüketicilerin etkinlikleri nasıl gördükleri ve tercihlerinde hangi ölçütleri kullandıkları bilgisini elde etmek turizm endüstrisi için önemli bir adımdır. Ayrıca tüketicilerin araştırılması da diğer bir önemli konudur (Jago ve Shaw, 1995, s.29). Buna benzer olarak Getz ve Cheyne (1997, s.154) etkinlik seyahati motivasyonu, fayda sağlama ile etkinliklerle ilişkili davranış ve deneyim konularını araştırmışlardır. Sonuç olarak izleyen faktörlerin insanların etkinliklerle ilgili seyahatleri tercih etmelerinde önemli olduğunu belirtmişlerdir (Karagöz, 2006, s.11):

- Benzersizlik: Yalnızca o etkinliğin sunduğu deneyim fırsatları
- Etkinliklere katılım ve sosyalleşme: Farklı insanlarla tanışma ve görüşme fırsatları
- Öğrenme: Özgün deneyimleri öğrenme fırsatları
- Etkinliklerin seyahat deneyimleri ile birleştirilmesi.

Bu faktörlerden yararlanarak etkinliklerin talep yönlü sınıflandırması şu şekilde yapılmıştır (Getz, 1997, s.18):

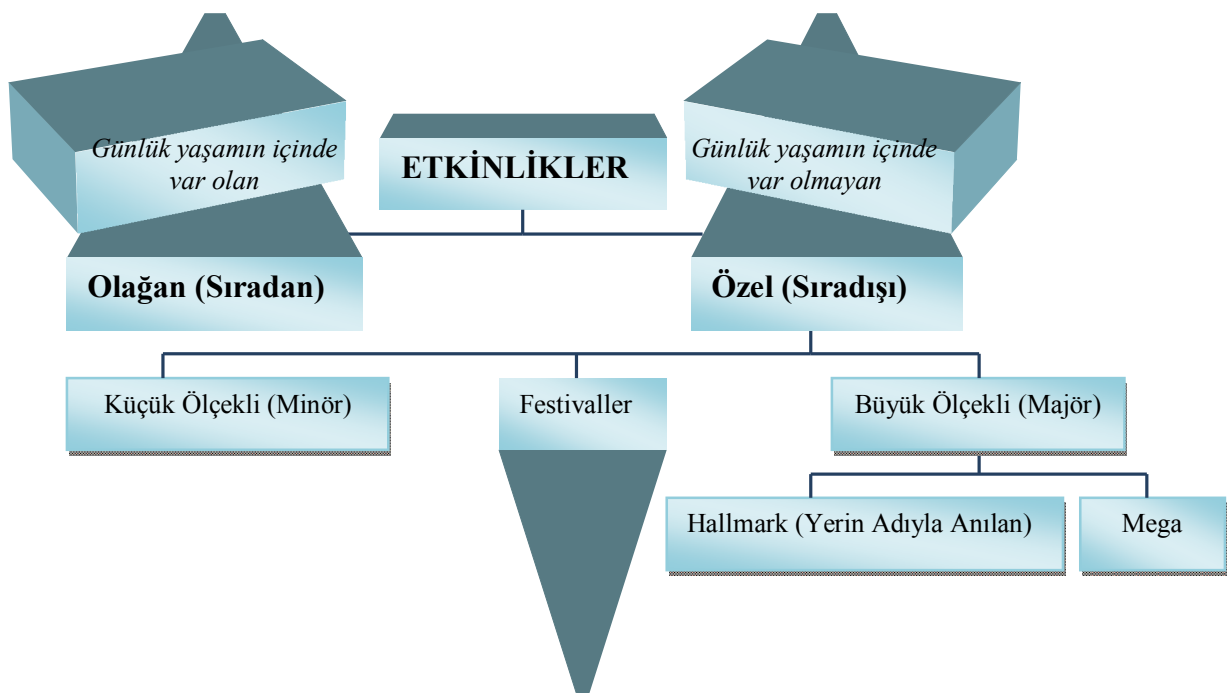
- Etkinliğe yaşam süresi içinde bir kez katılma fırsatı
- Ünlü kişilerin katıldığı etkinlikler
- Katılımcı etkinlikleri
- Festivaller ve halk etkinlikleri (özel partiler)
- Eğitsel etkinlikler (kültürel deneyimler)
- Boş zaman etkinlikleri (sağlık ve eğlence amaçlı)

- Aile ya da arkadaş merkezli etkinlikler
- Tur paketleri ile ilişkili etkinlikler

Arz amaçlı sınıflandırma planlamada bir anlam ifade ederken, talep amaçlı sınıflandırma pazarlama açısından önemlidir (Karagöz, 2006, s.12). Bu genel sınıflamaların dışında yazında etkinliklerle ilgili çeşitli terimlerin kullanımı derinlemesine incelenerek her bir etkinlik türü ile ilgili hiyerarşik bir çerçeve ve etkinliklerin temel özellikleri ortaya konmuştur (Jago ve Shaw, 1998, s.29).

Şekil 1.6.'da buna göre etkinlikler olağan (sıradan) etkinlikler ve özel etkinlikler şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Olağan etkinlikler günlük yaşamın içinde var olan etkinliklerdir. Örneğin bir kentteki devlet tiyatrolarının gösteri programında yer alan oyunlar bu sınıflamaya girmektedir. Oysa tiyatro festivali kapsamındaki bir oyun günlük yaşamın dışında gerçekleştiğinden özel bir etkinlik olarak değerlendirilmektedir.

Özel etkinlikler katılımcı sayısının az olduğu ve genellikle kırsal alanlarda gerçekleşen küçük ölçekli özel etkinlikler, katılımcı sayısının yüksek olduğu ve genellikle büyük kentlerde veya ülke çapında gerçekleştirilen büyük ölçekli özel etkinlikler ve festivaller sınıflamalarını içermektedir. Büyük ölçekli etkinlikler ise hallmark (yerin adıyla özdeşleşen bölgesel etkinlikler) ve mega etkinlikler şeklinde iki alt grupta toplanmaktadır.



**Şekil 1.6. Etkinliklerin Sınıflandırılması**

**Kaynak:** (Jago vd., 1998, s.30)

Etkinlikler dünya çapında hem sayıca hem de gördüğü rağbet açısından gelişmekte olan bir olgudur (Crompton ve McKay, 1997, s.429; Getz, 1997, s.18; Gürsoy vd., 2004, s.177). Etkinlikler ölçeğin bir ucunda mega etkinliklerden diğer ucunda toplum odaklı festivallere kadar büyüklüklerine ve içeriklerine göre farklı çeşitlere sahip olan bir turizm ürünüdür (Getz, 1989, s.125). Yemek, şarap, sanat, müzik, spor, din, tarih ve kültürü içeren çok çeşitli temaları vitrine çıkaran etkinlikleri tüm türlerini kapsayan tek bir tanım etrafında birleştirebilmek etkinliklerin büyüklüklerindeki ve temalarındaki farklılıklar nedeniyle hayli güçtür (Getz, 1991, s.71; Dimmock ve Tiyce, 2001, s.371). Bu nedenle genellikle birçok kutlama için ortak olarak etkinlik terimi kullanılmaktadır (Allen vd., 2005, s. 29).

Sosyal ve kültürel bakış açılarından tartışmaya açık olsalar da halihazırdaki etkinlikler, bir destinasyon için faydalanılabilecek kaynaklar olarak görülebilmektedir. Kapsamlı bir portföy yaklaşımını kullanmak, yeni etkinlikler yaratma ve onları çekici kılma konularına daha çok vurguya yol açabilmektedir. Şekil 1.7’de belirtilen portföy yaklaşımı bir şirketin ürün/hizmet hattını stratejik olarak nasıl değerlendirip geliştirdiği ile ilgili sürece benzemektedir. Bu süreçte, yaratılacak değerler temel alınmaktadır ve etkinlikler amaçlara yönelik olarak ortaya konmaktadır.

Destinasyonlar etkinliklerden ne beklediklerine (yararlar) ve etkinliklerin değerini ne şekilde ölçeceklerine karar vermelidir. Destinasyon bağlamında çoğunlukla ekonomik değerler egemen olmuştur. Bu ekonomik kaygılar da etkinliklerin sürdürülebilirliği konusunda kısıtlamalara yol açabilmektedir. Bununla birlikte etkinlikleri düzenleyen örgütler, genel anlamda toplum ve hizmet sektöründeki etkinlik turizminden yararlananları kapsayan paydaşlar farklı amaçlar ve kaygılar taşıyabilmektedir.

Etkinlik turizmiyle ilgili kullanılan meslekî dil kapsamında, portföy modelinde de belirtildiği gibi iki terim göze çarpmaktadır. Mega etkinlikler turist çekicilikleri ve imaj yaratma ya da geliştirmeleri açısından incelenmektedir. Düzenlenen mega etkinlikler sayesinde etkinlik geliştirme kuruluşları, araştırmaları ve etkinlik yönetimiyle ilgili eğitim ve çalışma programları geliştirilmiş ve Avustralya ile Yeni Zelanda bu konuda dünya liderliğini elde etmiştir (Gnoth ve Anwar, 2000, s.74).

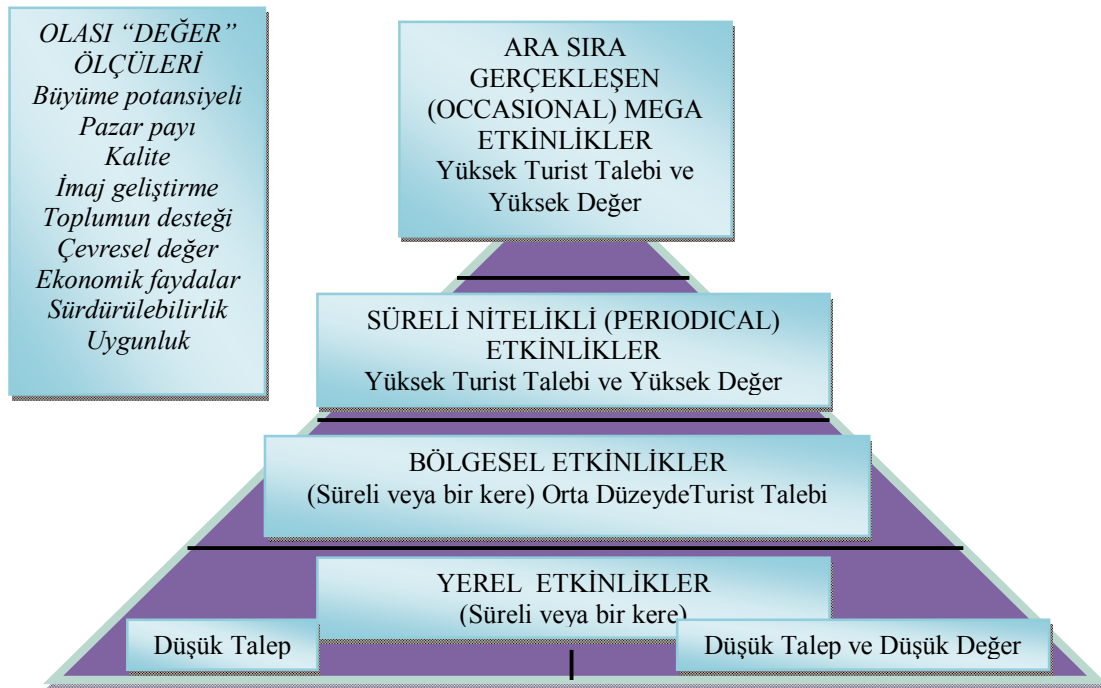
Diğer önemli terim ise çeşitli anlamlarda kullanılan hallmark (yerin veya bölgenin adıyla anılan) etkinliklerdir. Ritchie (1984, s.2) öncelikli olarak bir turizm destinasyonunun tanınmışlığı, çekiciliği ve kârlılığını arttırmak için geliştirilen; bir kereliğine veya tekrarlanarak düzenlenen kısa süreli ve büyük etkinlikler olarak tanımladığı bu tür etkinliklerin etkilerini tartışmıştır.

Getz (2005, s.16) bu terimi imaj yaratma, destinasyon pazarlaması ve marka değeri kavramlarına bağlayarak kullanmıştır. Bu anlamda hallmark terimi etkinliğin ev sahibi yer, toplum ve destinasyona gelenek, çekicilik, kalite veya reklâm açılarından sağladığı rekabet avantajını ifade etmektedir. Bu durumda zaman içinde etkinlikle destinasyon birbirinden ayıramayacak duruma gelmektedir.

Portföy yaklaşımını gösteren piramitte en alt düzeyde görülen yerel ve bölgesel etkinlikler, turizm bakış açısıyla irdelendiğinde bazı sorunlar göze çarpmaktadır. Bazılarının yatırım gerektiren geliştirilebilir turizm potansiyelleri vardır. Bazıları ise turizmle ilgili değildir, hatta turizmin bir tehdit olarak görüldüğü durumlar bile ortaya çıkabilmektedir. Yerel etkinlikler birincil olarak toplum veya kültüre yönelikse bu tür etkinliklerin ticarî kaygılarla kötüye kullanılmaması gerekmektedir. Yerel ve bölgesel etkinliklere turizmin amaçları eklendiğinde kültürün benzersizliğinin korunması ve yerel denetim sorunları mutlaka ortaya çıkacaktır.

Etkinlikler için genel gelişim stratejileri tasarlanırken bazı destinasyonlar dengeli bir portföye zarar verecek biçimde mega etkinliklere aşırı önem vermektedir. Diğerleri ise kalite ve marka değerini ifade etmek için destinasyona damgasını vuracak şekilde (hallmark) bir veya daha çok etkinliğin teşvik edilmesi yolunu seçmektedir. Bununla ilgili bir diğer strateji de halihazırdaki etkinlikleri hallmark statüsüne yükseltmeye çalışmaktır. Bu süreç etkinliklerin kurumsallaştırılması olarak da adlandırılmaktadır. Destinasyon yönetimi örgütleri ve etkinlik geliştirme kuruluşlarının kullandığı daha güncel bir strateji de özgün bir marka yaratma kapsamında kendi büyük etkinliklerini oluşturmalarıdır.

Portföy modelindeki etkinlik çeşitlendirmesi işlevsellik temellidir. Diğer bir deyişle etkinliklere ev sahipliği yaparak ve onları pazarlayarak belli ekonomik, politik ve turizm odaklı amaçlara ulaşma derecesi bu sınıflandırmanın özünü oluşturmaktadır. Bu nedenle bu tür bir sınıflama toplum gelişimi, kültür, spor, boş zaman, sağlık gibi amaçlar taşıyan bir etkinlik gelişimi stratejisine ters düşebilmektedir. (Getz, 2008, s.404).



**Şekil 1.7. Etkinlik Turizmi Stratejisi Geliştirme/Değerlendirmede Portföy Yaklaşımı**

**Kaynak:** (Getz, 2008, s.404)

Büyüklikleri ve temaları ne olursa olsun, etkinlikler kendilerini diğer turizm ürünlerinden ayırmaya yardımcı olabilecek ortak özellikler taşımaktadır. Getz (1991, s.69) etkinlikleri tanımlamada en önemli özellikleri izleyen tümcelerle ifade etmiştir:

- Etkinlikler halka açıktır.
- Etkinliğin temel amacı kutlama veya belli bir temanın sergilenmesidir.
- Etkinlikler yılda bir veya daha seyrek olarak gerçekleşmektedir.
- Başlangıç ve bitiş tarihleri etkinliğin süresini önceden belirlemektedir.
- Etkinlik programı bir veya daha fazla aktiviteden oluşmaktadır.
- Etkinlikler çoğunlukla soyuttur ve bu doğrultuda etkinliğe fiilî katılım deneyimi insanların ilgisini çeken en önemli nedendir.

### 1.2.1.1. Büyüklüklerine Göre Etkinlik Türleri

Etkinlikler sektöründe mega etkinlikler, hallmark (yerin adıyla anılan) etkinlikler ve yerel/toplum odaklı etkinlikleri kapsayan birkaç etkinlik türü bulunmaktadır. Bu sınıflandırmada büyüklük bir tanımlama boyutu olarak kullanılmıştır ve bu doğrultuda ölçeğin bir ucunda mega etkinlikler bulunurken diğer ucunda ise yerel/toplum odaklı etkinlikler yer almaktadır.

### **1.2.1.1.1. Mega Etkinlikler**

Mega etkinlikler hem büyüklük hem de önem düzeyine göre etkinlik türleri ölçeğinde en yukarıda olan türdür. Bir etkinliği mega olarak sınıflandırabilmek için en az bir milyon ziyaretçi ve 500 milyon dolar bütçe ölçütlerinin karşılanması gerekmektedir (Getz, 1997, s.18). Mega etkinlikleri diğer etkinlik türlerinden ayıran diğer bir önemli özellik ise büyüklük ve önemleri nedeniyle birden fazla toplumu veya ülkeyi etkileme kapasitesine sahip olmaları ve çoğunlukla dünya genelinde medyanın ilgisini çekmeleridir (Allen vd., 2005, s.29). Bu ölçütler doğrultusunda olimpiyat oyunları, dünya kupaları vb. geniş çaplı etkinlikler dışındaki etkinlik türleri bu sınıflamaya uymamaktadır.

### **1.2.1.1.2. Hallmark (Yerin Adıyla Anılan – Bölgesel) Etkinlikler**

Hallmark etkinlikler yalnızca bir kez gerçekleşen (one-off) veya tekrarlanan; bir turizm destinasyonunun kısa ve/veya uzun dönemde farkındalık, çekicilik ve kârlılığını arttırmak için düzenlenen kısa süreli etkinliklerdir. Bu tür etkinliklerin başarı düzeyleri; benzersizlikleri, statüleri veya ilgi/dikkat çekmek için güncel önemlerine bağlıdır (Ritchie, 1984, s.2). Hallmark etkinliği diğerlerinden ayrı kılan en önemli özellik, bu tür etkinliklerin zaman içinde belli bir yer ile tanımlanması ve etkinlik ile gerçekleştiği yerin birbirinden ayıramayacak dereceye gelmiş olmasıdır (Getz, 1997, s.18; Jago ve Shaw, 1998, s.29). Bu dereceye gelmiş uluslararası etkinlikler arasında Brezilya'da Rio Karnavalı, Almanya'nın Münih kentinde Oktoberfest ve Avustralya'nın Sydney kentinde Gay and Lesbian Mardi Gras örnek gösterilebilir.

### **1.2.1.1.3. Yerel/Toplum Odaklı Etkinlikler**

Van Der Wagen ve Carlos (2005, s.36) en yaygın etkinlik türünün toplum odaklı etkinlikler olduğunu öne sürmüştür. Günümüzde birçok toplum, sosyalleşme ve eğlence fırsatlarını öncelikle yerel halkın kullanımına sunmak amacıyla tasarlanan bir festivale veya etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır (De Bres ve Davis, 2001, s.329). Toplum odaklı festivaller, toplumun belli bir bölümünün içinden doğan ve onun yaşam biçiminin veya geçmişinin belli özelliklerini kutlama amacı taşıyan bir yerel etkinlik türüdür (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.371). Genellikle küçük veya orta ölçeklidirler. Diğer bir deyişle, mega



etkinlikler gibi dünya çapında yankı uyandırabilecek bir büyüklüğe ve etkiye sahip değildirler.

Toplum odaklı festivaller bir toplumun yaşam biçiminin değerli yönlerini kutlayan, kısa süreliğine gerçekleşmek üzere tasarlanan temalı ve halka açık olan önemli günleri ifade etmektedir (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.375). Bu tür festivalleri diğer etkinlik türlerinden ayıran bir diğer özellik ise genellikle yerel halktan gönüllüler ve düzenleme kurulu oluşturarak ev sahibi toplum tarafından düzenlenmesidir (Getz, 1991, s.69).

Ev sahibi toplumun üyeleri belli bir temayı veya toplumun kültürünü yansıtan, kutlamak istedikleri toplumsal özellikleri belirlemekten de genellikle sorumludur (Brown ve James, 2004, s.56). Toplumun temanın geliştirilmesine etkin bir katılımı olduğunda festivalin toplum tarafından kabul görme düzeyinin daha yüksek olabileceği öne sürülmektedir (Derrett, 2004, s.39).

Özel etkinlikler kendi içinde mega, hallmark ve yerel/toplum odaklı etkinlikler şeklinde büyüklük ve ölçeklerine göre sınıflandırılmalarına rağmen, bu sınıflamalar katı değildir ve tutarlı bir şekilde kullanılmamaktadır. Bu nedenle etkinlik türleri arasındaki ayrımlar yeterince belirgin değildir (Allen vd., 2005, s.29).

### **1.2.1.2. Temalarına Göre Etkinlik Türleri**

Etkinlikler, temalarına göre farklı türlere ayrılmaktadır. Bu doğrultuda birçok etkinlik türü tanımlanmıştır. Şekil 1.8'de temalarına göre etkinlik türleri gösterilmektedir. Bunlar, kültürel ve dinsel etkinlikler, toplumsal kutlamalar ya da festivaller, sanat ve eğlence etkinlikleri, spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, eğitimsel ve bilimsel toplantılar, rekreasyon etkinlikleri ve politik etkinliklerdir (Getz, 1997, s.7, Karagöz, 2006, s.16).

<p><b>KÜLTÜREL KUTLAMALAR</b>          Festivaller          Karnavallar          Anmalar          Dinsel Etkinlikler</p> <p><b>POLİTİK VE DEVLETLE İLGİLİ</b>          Zirveler          Kraliyet Kutlamaları          Politik Etkinlikler          VIP Ziyaretleri</p> <p><b>SANAT VE EĞLENCE</b>          Konserler          Ödül Törenleri          Sergiler</p>	<p><b>İŞ VE TİCARET</b>          Toplantılar          Tüketici ve Ticaret Gösterileri          Fuarlar ve Pazarlar</p> <p><b>EĞİTSEL VE BİLİMSEL</b>          Konferanslar          Seminerler          Sempozyumlar</p>	<p><b>SPOR KARŞILAŞMALARI</b>          Amatör / Profesyonel          Seyirci / Katılımcı</p> <p><b>REKREASYON</b>          Eğlence Amaçlı Spor veya Oyunlar          Eğlence Etkinlikleri</p> <p><b>ÖZEL ETKİNLİKLER</b>          Düğünler          Partiler          Özel Eğlenceler          Bireysel Kutlamalar          Yıldönümleri          Aile Toplantıları</p>
---	--	---

### Şekil 1.8. Temalarına Göre Etkinlik Türleri

**Kaynak:** (Getz, 1997, s.7)

#### 1.2.1.2.1. Spor Etkinlikleri

Spor etkinlikleri önceden belirlenmiş bir programa uygun şekilde gerçekleştirilen eğlendirici nitelikte, turistik etkilerin sağlandığı ve destinasyonlar için ciddi sosyal ve ekonomik önemi olan etkinliklerdir (Bijelac ve Radovanovic, 2003, s.260). Spor etkinlikleri teriminin altında farklı spor karşılaşmaları ortaya çıkmaktadır.

Bunlar takımlar veya oyuncular arasında çeşitli karşılaşmalarla bir birincinin seçildiği turnuvalar, bir lig içinde karşılaşmalar sonucunda kazanan takımın veya oyuncunun seçildiği şampiyonalar, bir spor dalında üst düzey karşılaşmaları içeren Grand Prix'ler, dört yılda bir düzenlenen ve bünyesinde farklı spor dallarında karşılaşmaların yapıldığı Olimpiyat Oyunlarıdır (Getz, 1997, s.8).

Bu tür etkinlikler FIFA Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları ve Grand Prix'ler gibi büyük ölçekli etkinliklerin yanı sıra, turist çekme potansiyeline sahip her türlü orta ve küçük ölçekli spor karşılaşmalarını da kapsamaktadır (Argan, 2004, s.164). Spor karşılaşmaları bir/birkaç bölgede ve turistik ürünü oluşturan faaliyetlerin eşlik ettiği bir sistem içinde ele alınırsa turizm amaçlı spor etkinlikleri ortaya çıkabilmektedir (Karagöz, 2006, s.17).

### 1.2.1.2.2. Festivaller

Festivaller, karnavallar ve toplumsal anma günleri bir bölgenin turistik çekiciliğini canlandırmakta ve geliştirmektedir. Festivaller dans, drama, komedi, film, müzik, çeşitli sanatlar, el işleri, etnik veya yerel kültür birikimi, dinsel gelenekler, tarihsel açıdan önemli olaylar, yemek ve şarap, dini törenler ve tarım ürünlerini tema olarak kullanan kutlamalardır. Ziyaretçiler temel olarak kutlanan olaya duydukları özel ilgi nedeniyle festivallere katılmaktadır.

Festivallerin özgün çekiciliği, kutlama ve eğlence ortamlarından ve sıradan hayatın dışında olmalarından kaynaklanmaktadır. Festivaller genel olarak yöresel kültürü/tarihi koruma ve geliştirme, rekreasyon, istihdam olanakları sağlama ve yerel turizm endüstrisini geliştirme gibi çeşitli nedenlerle düzenlenmektedir (Günersel, 1997, s.28).

Festivaller ayrıca kültürlerarası deneyimler yaşamak isteyen yerel halkla daha çok etkileşim isteyen (high-contact) gezginler, ev sahibi topluma karışan kâşifler ve kültürel/egitimsel güdeleri ile egzotizmi arayan allosentrikler (dışa dönük-yenilikçi) gibi özel turistleri de çekmektedir.

Festivaller, belirli bir zamanlamayla (yılda bir kez ya da yılda iki kez gibi) ve toplum katılımının önemli paya sahip olduğu tematik kutlamalarla gerçekleşmektedir (Falassi, 1987, s.14). Etkinlik süresince ziyaretçiler, turist ya da yerel halk olarak festival deneyimine katılmaktadır. Festivaller turizm çekiciliği olmanın yanında toplumsal kutlamalar olarak da incelenmektedir. Festivaller, bireysel ve toplumsal kimliğin bir parçasıdır. Aynı zamanda toplumlar, kültürel çevre ve toplum üyeleri arasındaki bağları güçlendirme sürecidir (Goldblatt, 2000, s.7). Bu tanıma göre gerçekleştirilen festivaller kültürel kimliğin korunmasına da yardımcı olmaktadır (Mayfield ve Crompton, 1995, s.42). Falassi (1987, s.14) festivalleri şu şekilde özetlemiştir:

- Kutsal veya kültürel, özel gelenek/göreneklerle belirginleşmiş kutlamalar
- Belirli bir olayla veya önemli bir ürünün hasatıyla ilgili yıllık kutlamalar
- Genellikle tek bir sanatçı veya sanat dalına adanmış bir dizi güzel sanatlar çalışmasını içeren kültürel etkinlikler
- Panayırlar,
- Halka açık şenlik, ziyafet ve eğlenceler (Karagöz, 2006, s.23).

Bir etkinlik türü olan toplum odaklı festivaller de dünya genelinde gelişen; sayıları, çeşitleri ve yaygınlıkları artan bir olgudur. Etkinlik takvimlerinde sıkça görülmeye başlayan toplum odaklı festivaller, toplumun yaşam biçiminin değer verilen yönlerini

kutlayan ve kısa süreliğine sahneye konmak için tasarlanan temalı halk olayları şeklinde tanımlanmaktadır (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.375). Diğer büyük etkinlik türleri gibi toplum odaklı festivaller de kısa sürelidir.

Festivalleri diğer etkinlik türlerinden ayıran en önemli özellik toplum ve kutlama odaklı olmalarıdır. Festivallerin temaları genelde toplumun kendi içinden doğmaktadır. Burada toplum kavramıyla anlatılmak istenen coğrafi veya konumsal ortaklığa sahip bir grup insandır (Butcher, 1993, s.19).

Festivaller aslında ev sahibi toplumun değer, ilgi ve arzularına ışık tutarak o toplumu özgün kılan nitelikleri yansıtmaktadır. Ayrıca toplum odaklı festivaller yerel gönüllüler, yerel çalışanlar ve yerel yönetimlerden oluşan kurullar tarafından düzenlenmektedir. Toplum odaklı festivaller, bu tür bir örgütlenme yapısıyla ev sahibi toplumla bağlarını daha da ileriye taşımaktadır (Derrett, 2000, s.120).

Getz (1991, s.69) etkinlik turizmini festival ve etkinlikleri kapsayan bir turizm faaliyet alanı olarak tanımlamaktadır. Bu değerlendirmede festival ve etkinlikler, destinasyon geliştirme/imaaj oluşturma araçları ve turist çekicilikleri olarak ele alınmıştır. Gerçekten de turizmden yarar elde etmeye çalışan toplumlar, toplum odaklı festivallere ev sahipliği yaparak bu konularda farklılık yaratmaya çalışmaktadır (Delamere ve Hinch, 1994, s.27; Higham ve Ritchie, 2001, s.43).

Etkinlik bilinçli bir biçimde düşük sezonda gerçekleştirildiğinde destinasyonun turizm sezonunu uzatmaya yardım edebilmektedir (Goldblatt, 2000, s.7). Medyanın etkinliği ilgisi de destinasyonun tanıtım ve tutundurma stratejilerine katkıda bulunmakta ve destinasyona yapılacak ziyaretleri özendirilmektedir (Jago vd., 2003, s.7).

Bununla birlikte toplum odaklı festivaller turizmin bu yararlarından fazlasını sağlamakta ve gerçekleştikleri toplumun sosyal temellerini güçlendirebilmektedir. Bu tür festivaller toplum üyelerine kutlama, sosyalleşme ve eğlenme amacıyla bir araya gelme fırsatı sunmaktadır. Gönüllülük, boş zaman etkinlikleri ve sosyal alışveriş fırsatları aracılığıyla bireyler ve grupların katılımı; toplum odaklı festivallerin toplumun sosyal temeline katkıda bulunmasını sağlamaktadır.

Toplum üyeleri festivalin içinde bir biçimde yer alarak yeni beceriler geliştirme olanaklarından ve artan toplum ruhu ile gururundan yararlanabilmektedir. Festivallerin gelişimine katkıda bulunduğu diğer toplumsal kavramlar arasında toplum kimliği ve aidiyet, toplum içi uyum ve toplumsal huzur sayılabilmektedir (Duffy, 2006, s.22).

Festivaller etkinlik turizmi ürününün bir türü olarak görülebilmektedir. Ancak turizm potansiyeli yönüyle festivalleri ele almak çok dar bir bakış açısı olacaktır. Festivallerin

toplumun gelişimi bakış açısıyla incelenmesi de benzer bir öneme sahiptir (Getz, 1989, s.126). Bu çalışmada, toplumun yaşam tarzının gelişimine bir festivalin katkıda bulunma biçimleri konu edilerek toplum gelişimi kavramı dikkate alınmıştır. Ev sahibi toplum üyelerinin toplum yaşamına katılımlarından sağlanan yararlar toplumun gelişimi kavramı temelinde incelenmiştir.

Festivaller toplumun kimliğini ve eşsizliğini kutlamaları, ilişki kurma ile sosyal alışveriş olanakları sağlamaları, toplum içi uyum ve toplum kimliğini pekiştirme yolundaki önemleri nedeniyle sosyologların çalışma konusu olmuştur (Rao, 2001, s.91). Bu kavramların genel toplum huzuru ve sosyal sermaye kavramlarıyla ilgili olarak geniş anlamda toplum için yansımaları olacaktır. Sosyal sermaye toplum içinde var olan ağlar, bağlar, güven ve diğer beraberlikler sonucunda bir toplumun kazanabileceği kaynaklar ve diğer yararları içermektedir (Putnam, 2000, s.57).

Kısacası bir festivale ev sahipliği yapmak, toplumda birçok sosyal etkinin gerçekleşme potansiyelini yaratmaktadır. Ev sahibi toplum üzerindeki sosyal etkiler olağan yaşam kalitesini etkilemekte ve yaşam biçimini, değerleri, sosyal etkileşimleri ve kimliği değiştirebilmektedir (Hall, 2003, s.38). Toplumun diğer üyeleriyle etkileşim fırsatları, eğlence ve boş zaman etkinlikleri ile artan kimlik ve gurur duyguları yerel halk tarafından olumlu algılanabilecek olası festival sonuçlarıdır. Festival düzenleyicileri festivalin getirebileceği olası yararların tanıtımı aracılığıyla bu beklentileri teşvik etmelidir.

Bununla birlikte festivaller birçok olumsuz etkinin gerçekleşme potansiyelini de yaratmaktadır. Trafik sıkışıklığı, aşırı kalabalık, yol kapatmalar, vandalizm ve kaba davranışlar festival süresince yerel halkın yaşamlarında engellenmeye yol açan olumsuz sosyal etkileri temsil etmektedir (Delamere vd., 2001, s.13).

Genellikle hem ev sahibi hem de katılımcı olarak yerel nüfustan festivale sağlanan güncel ve gelecekteki destek düzeyini belirlerken yerel halkın sosyal etki algıları önem taşımaktadır. Dolayısıyla etkinliklerin yaratabileceği sosyal etkilerle ilgilenen çalışmaların sayısında artış görülmektedir (Delamere vd., 2001, s.13; Waite, 2003, s.196; Reid, 2004, s.613; Fredline vd., 2005, s.162). Birçok yazar özellikle etkinliğe toplum desteği sağlamak ve sürdürmekle ilgili olarak elde edilecek bilginin gelecekteki festivallerin daha iyi planlanması ve yönetilmesine katkıda bulunacağından hareketle sözü edilen etkileri ölçen çalışmalar gerçekleştirmiştir (Schlenker ve Edwards, 2003, s.585; Allen vd., 2005, s.29; Bowdin vd., 2006, s.71).

Getz ve Frisby'ye (1988, s.25) göre tema, festivalin adında açıkça yer alabilmekte ya da kültür ve değerlerin özelliğine bağlı olarak kısmen gizli kalabilmektedir. Ayrıca kullanılan

tema, festivalin bütün öğelerini uyumlu duruma getiren birleştirici bir güçtür. Festivallerin belirgin bir özelliği de halkla iç içe olmalarıdır. Bu nedenle festivaller genellikle toplum için toplum tarafından düzenlenmektedir. Gerçekleştiği topluma ait bir kökeni, kaynağı ve yerel halkın sahiplenmesi olmadığı durumlarda festivallerin başarısızlık riski bulunmaktadır (Karagöz, 2006, s.24).

Festival yerel halkı kapsayan ve merkeze alan bir kutlamadır. Bireysel ve özel partilerin veya kutlamaların aksine festivaller halkla ilişkili, halka ait olmalıdır. Günümüzde festival olarak nitelenen birçok etkinlik genellikle halka açık kutlamalar değildir. Özellikle eğer bu etkinlikler geleneksel değilse veya fuarlar gibi tüm bir sezon sürüyor ise festival olarak tanımlanamayacağına işaret edilmiştir. Özetle Getz'in (1991, s.70) tanımlamaları festivallerin iki önemli özelliği üzerinde odaklanmaktadır. Bunlar, festivallerin halk kutlamaları olması ve kısa süreli olarak gerçekleşmeleridir.

Aslında birçok festival genellikle toplumun sosyal normlarının ve değerlerinin bir ifadesi olarak görülen küçük toplumsal etkinlikler biçiminde ortaya çıkmıştır (Chacko ve Schaffer, 1993, s.477). Çünkü festivaller gönüllü bir işgücü, hizmet veya en azından park, meydan ya da sokak gibi bir alanı kullanmaktadır. Ayrıca bu etkinliklere yerel yönetimler ve/veya sivil örgütler sponsor olmaktadır. Sonuç olarak festival halk temalı kutlamalar şeklinde gerçekleşen özel bir etkinlik olarak tanımlanabilmektedir (Janiskee, 1994, s.14) Festival düzenleme nedenleri (Karagöz, 2006, s.25) Tablo 1.2.'de açıklanmıştır.

**Tablo 1.2. Festival Düzenleme Nedenleri**

Toplumun heyecanını ve gururunu arttırmak
Toplumun neden benzersiz ve özel olduğunu göstermek
Toplumun imajını geliştirmek
Toplumun kültürel becerilerini ve yeteneklerini keşfetmesi ve geliştirmesi için fırsatlar sağlamak
Özel projeler için gelir sağlamak
Bölge halkının sanat ve diğer yaratıcı alanlarda yeni faaliyetlerle uğraşması için fırsatlar sağlamak
Bir insanı, tarihi ya da önemli bir olayı onurlandırmak

**Kaynak:** (Weaver ve Robinson, 1989, s.7)

Wilson ve Udall (1982, s.4) festivalleri, festival katılımcıları ve festivali oluşturanlar açısından sınıflandırmışlardır. Ancak bu sınıflandırmanın da eksik yönleri bulunmaktadır. Gerçekte festivaller birden fazla sınıflamanın özellikleri ile birleştiği için, tek türle sınırlanabilmeleri zordur. Bunun yanı sıra festivaller, toplumda ve çevrede geniş anlamda değişimlere tepki veren ev sahibi kültür kadar dinamiktir. Sonuç olarak festival

sınıflandırmaları farklı ölçütler açısından değişik şekiller aldığından evrensel bir sınıflandırma önermek olanaksızdır (Karagöz, 2006, s.27). Tablo 1.3. ve Tablo 1.4.'te iki farklı sınıflama sunulmuştur.

**Tablo 1.3. Festivallerin İzleyiciler Açısından Sınıflandırılması**

<b>Yerel Festivaller</b>	Etkinlikler, ev sahibi kültüre yönlendirilmiştir ve bu kültürün üyeleri tarafından kontrol edilmektedir.
<b>Gelişmiş Yerel Festivaller</b>	Tek kültürlü olmaları nedeniyle yerel festivallerle benzerlik göstermektedir. Farkı, kültürel öğeleri bilinçli bir biçimde yabancı katılımcılar için uyumlu kılmaya çalışmasıdır.
<b>Ticarileşmiş Festivaller</b>	Halk kutlamalarının ticarî tutundurma faaliyetlerinin etkileriyle birlikte, halk desteğini yitirene dek ticareti ön planda tutarak sürmesidir.
<b>Tek Kültürlü Festivaller (Toplumsal Olmayan)</b>	Mevcut kültürün dışından, yabancılar tarafından düzenlenmekte ve kültürün üyeleri tarafından destek görmemektedir. Kültürün üyelerini seyirci / katılımcı olarak görme çabası yoktur.
<b>Çok Kültürlü Festivaller</b>	Seyirciler, ağırlıklı olarak kültürün üyeleri olma eğilimindedir. Birçok kültür aynı anda temsil edilebilmektedir.

**Kaynak:** (Wilson ve Udall, 1982, s.4)

**Tablo 1.4. Festivallerin Belli Ölçütlere Göre Sınıflandırılması**

	<b>Festival Türü 1 Ev yapımı</b>	<b>Festival Türü 2 Turist çeken</b>	<b>Festival Türü 3 Ses getiren (Big-bang)</b>
<b>Katılımcı Sayısı</b>	Küçük	Orta	Büyük
<b>Alan</b>	Kırsal/Yarı-kırsal	Kent ve çevresi	Kentsel
<b>Temel Konu</b>	Sanat/Kültür/Eğlence	Sanat/Kültür/Eğlence	Sanat/Kültür/Eğlence
<b>Düzenleyenler</b>	Toplum/Kamu ve Özel Sektör Desteği	Yerel Otoriteler	Kamu/Özel/Gönüllü
<b>Yönetim</b>	Gönüllüler	Yerel Otoriteler	Ortaklıklar
<b>Öncelikli Amaç</b>	Yerel halk ve ziyaretçiler için kültürel ve eğlence amaçlı faydalar	Turizm Aracılığıyla Ekonomik Gelişme	Ortaklar için Ekonomik Gelişme / Yerel halk ve ziyaretçiler için kültürel ve eğlence amaçlı faydalar

**Kaynak:** (O'Sullivan ve Marion, 2002, s.338)

Yongseok'a (2004, s.14) göre ticarileşme toplum katılımının tam tersi değildir. Genellikle ticarileşme eğilimlerinin festivali toplumdan soyutlaştırıldığına inanılmaktadır ama toplum kontrolü ile ticarî unsurların başarılı şekilde ilerlediği örnekler de vardır. Ayrıca, her festivalde ticarî bir öge mutlaka bulunmaktadır. Özetle festivallerin bir tek kategoride yer almadıkları, aksine birçok kategorinin arasında bir yerde buldukları ve değişik özelliklere sahip oldukları görülmektedir (Karagöz, 2006, s.28).

### 1.2.1.2.3. İş Amaçlı Etkinlikler

Etkinlik endüstrisinin diğer bir alt kümesi de iş amaçlı etkinliklerdir. Bu tür etkinlikler genellikle ticarî yararlar sağlama yolunda bilgilenme ve bilgilendirme amacıyla ilişkilidir. İş amaçlı etkinlikler içerisinde yer alan etkinlik türleri ile ilgili çok farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. İş amaçlı etkinlik türleri kabaca kongre, konferans, seminer, fuar ve sergi, ticarî gösteri ve sempozyum şeklinde sıralanabilmektedir (Karagöz, 2006, s.30).

Kongre ulusal ve uluslararası düzeyde, en az 300 kişinin katıldığı ve karşılıklı bilgi alışverişi ortamının yaratıldığı büyük çaplı toplantıdır. Herhangi bir konuyu görüşmek üzere delegelerin katılmasıyla yapılan ulusal ve/veya uluslararası toplantı olarak tanımlanmaktadır. Kongre terimi, düzenli yapılan toplantılar için kullanılmaktadır (Aymankuy, 2003, s.1).

Konferans meslekî veya teknik alanda uzman bir kişinin belirli bir konuda verdiği ve 50 ile 300 arasında katılımcının bulunduğu toplantılardır. Bilim, sanat, yazın, ekonomi vb. gibi alanlarda herhangi bir konuda, alanında uzman bir kişi tarafından dinleyicilere bilgi vermek amacıyla uzun ve bilgilendirici konuşma türü olarak da tanımlanmaktadır. Konferanslar düzenli olmayabilir.

Seminer mesleki veya teknik bir konuda eğitim ya da bilgi verme amacına dönük, ortalama 20 ile 50 arasında katılımcının olduğu, tartışmaların ve bilgi alışverişinin yöneticinin veya yöneticilerin denetiminde olduğu toplantılardır.

Fuar ve sergi çeşitli mal ve hizmetlerin teşhir edildiği ve genellikle kongre gibi diğer toplantı türlerinin birleştirilmesiyle düzenlenen bir etkinlik türü olarak tanımlanmaktadır (Arcodia ve Robb, 2000, s.159).

Ticarî gösteri toplantılarla bağlantılı ya da bağlantısız olarak farklı türlerde yapılabilmektedir. Bunlar endüstriyel gösteriler (turizm, tekstil gibi), toptan ve perakende ticarî gösterilerdir. Dolayısıyla ticarî gösteriler endüstri bazında olabileceği gibi, aracı kuruluşlar bazında (toptan ve perakende) da yapılmaktadır. Bir yönü ile sergi ve fuarlar içerisinde de yer alabilmektedir. Sempozyum ise belli bir konuda birden fazla panelin yapılmasıyla gerçekleşen, belli bir konunun tartışıldığı bilimsel toplantıların tamamıdır (Çakıcı, 2004, s.4, Karagöz, 2006, s.30).



#### **1.2.1.2.4. Eğitim Amaçlı ve Bilimsel Etkinlikler**

Eğitsel ve bilimsel etkinlikler, bilimsel kongre ve konferansları, seminerleri, panelleri, forumları ve çalıştayları kapsamaktadır. Bu etkinliklerde temel amaç öğrenme ve bilgi alışverişidir (Getz, 1997, s.18).

#### **1.2.1.2.5. Sanatsal ve Kültürel Etkinlikler**

Sanatsal ve kültürel etkinlikler, karnavalları, dinî anlam taşıyan etkinlikleri, birçok tören geçişini, tarihsel anma törenlerini, sergileri, konserleri ve bienalleri içermektedir. Turizm ile sanat arasındaki ilişki son yıllarda önemli bir araştırma konusu olarak göze çarpmaktadır. Özellikle sanat pazarının büyüme potansiyelinden dolayı, sanat ve kültür bir turizm ögesi haline gelmiştir (Gilbert ve Lizotte, 1998, s.84).

#### **1.2.1.2.6. Politik Etkinlikler**

Politik etkinlikler, Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu (WEF), Uluslararası Para Fonu (IMF) toplantıları gibi ekonomik olduğu kadar politik içerikleri ile büyük bir medya ve izleyici ilgisi çeken, politik toplantı ve kongreler ile önemli politik insanlarla birlikte yapılan ziyaretleri içerir (Getz, 1997, s.18, Karagöz, 2006, s.31).

### **1.2.2. Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri ve Amaçları**

Etkinlik turizminin hedefleri açık ve anlaşılır olmalı ve ekonomik koşulları da göz önünde bulundurulmalıdır. Bütünleşik pazarlama yaklaşımına göre, etkinlikler sadece tek bir açıdan değil farklı açılardan ele alınmalıdır (Karagöz, 2006, s.37). Etkinlik turizminin temel hedefleri ve amaçları Tablo 1.5'te gösterilmektedir.

**Tablo 1.5. Etkinlik Turizminin Temel Hedefleri ve Amaçları**

Hedefler	Amaçlar
Destinasyonlar için imaj yaratmak	Çekici ve tanınmış bir etkinlik yaratmak, destinasyondaki diğer turizm çekiciliklerine ilgi çekmek, özgün kültürel değerleri korumak, bölgenin veya şehrin çağdaşlığını göstermek
Yabancı ziyaretçileri çekmek	Hedeflenen ziyaretçi sayısına ulaşmak için etkinlikler gerçekleştirmek
Bölge dışından gelir yaratmak	Gerçekleştirilen etkinlikler ile yabancı yatırımları ya da sponsorları ve tüketicileri bölgeye çekmek
Diğer ekonomik hedefler için fayda yaratmak	Teknolojik ve yönetsel yetenekleri etkinliklerle birleştirmek, ticarî fuarlar ve kongreler gerçekleştirmek
Turizm sezonunu uzatmak, düşük sezonları güçlendirmek	Turist çekmek ve uzun süreli konaklamaları özendiren etkinlikleri güçlendirmek
Turizmin faydalarını bütün bölgelere yaymak	Ülkeye yayılan etkinlikler gerçekleştirmek, paket turları ve çevre gezilerini kullanmak
Tekrar ziyaretleri teşvik etmek	Farklı etkinlikleri desteklemek, diğer turizm çekiciliklerini tanıtmak için etkinlikleri kullanmak, yerel halk-ziyaretçi ilişkilerini güçlendirmek, etkinliklerin kalitesini ve ziyaretçi tatminini arttırmak
Boş zaman, kültür, tarih, spor ve sanatın gelişimini sağlamak	Fayda-maliyet çalışmaları yürütmek, toplumsal planlama süreçlerini izlemek
Olumsuz çevresel etkilerden kaçınmak, çevresel korumayı güçlendirmek	Etkinlikler süresince sürdürülebilir turizmi teşvik etmek

**Kaynak:** (Getz, 1991, s.147)

Farklı türdeki etkinlikler destinasyonlara çeşitli turizm yararları sağlamaktadır. Tablo 1.6.'da girdi hedefleri ve gelişim koşulları etkinlik türlerine göre gruplanmıştır. Örneğin mega etkinlikler imajın gelişmesi ve çok sayıda turist çekme gibi büyük yararlar sağlarken yüksek düzeyde finansal sorumluluk, uzun ve karmaşık bir planlama süreci, üst düzeyde politik ortaklık ve yerel halk desteği gerektirmektedir (Getz, 1997, s.21, Karagöz, 2006, s.38).

**Tablo 1.6. Girdi Hedeflerini ve Gelişim Koşullarını İçeren Bir Destinasyon Etkinlik Çizelgesi**

<b>Etkinlik Türü</b>	<b>Girdi Hedefleri</b>	<b>Gelişim Koşulları</b>
<i>Mega Etkinlikler</i> Olimpiyat oyunları Dünya Çapındaki Fuarlar Spor Etkinlikleri VIP Ziyaretler	İmaj geliştirme, artırma, yabancı turist sayısında ve gelirden artış, gelir ve hizmetlerin devamlılığı, destinasyona ve etkinliğe ilginin artırılması	Ulusal işgücü, rekabete dayalı fiyat, uzun-dönem planlama, yatırım ve altyapı çalışmaları, pazar araştırmaları, üst düzeyde destek, güçlü sponsorlar
<i>Bölgesel Etkinlikler</i> Festivaller Spor Etkinlikleri Fuarlar ve Gösteriler	Mega etkinliklerle benzer hedefler, ulusal ve bölgesel çekicilik, uzun dönemde bölgesel ve ekonomik büyümeyi desteklemek ve geliştirmek	Sürekli organizasyonlar ve bölgesel devamlılık, pazarlama açısından bütün etkinlikler arasında işbirliği ve devamlılık
<i>Yöresel Etkinlikler</i> Toplum Odaklı Festivaller ve Sosyal Etkinlikler Bölgesel/Yöresel Yarışmalar	Toplumsal kalkınma, boş zaman fırsatları yaratmak, turizm çekicilikleri yaratmak, bölgesel ve yöresel çekicilikleri geliştirmek	Gönüllülük esaslı, sürekli hizmetlere bağımlılığın azlığı, pazarlama desteği
<i>İş Amaçlı Etkinlikler</i> Kongreler ve toplantılar Ticari gösteriler ve sergiler	Yerli ve yabancı turist sayısında artış, düşük sezonlarda turist sayısında ve gelirden artış, ekonomik yararlar elde etmek, uzun süreli konaklama ve seyahatler için paket turlar oluşturmak	Tutundurma faaliyetleri gereksinimi, diğer etkinliklerle eşgüdüm
<i>Etkinlik programları</i> Bütün etkinlik hizmetleri ve çekicilikleri	Tekrar ziyaretlere özendirme ve ağızdan ağıza reklamları arttırmak, turist harcamalarını en üst düzeye çıkarmak	Etkinlikler için elverişli bölgeleri kullanmak, hedef pazarlama

**Kaynak:** (Getz, 1997, s.104)

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **TURİZMİN VE ETKİNLİKLERİN SOSYAL ETKİLERİ İLE İLGİLİ**

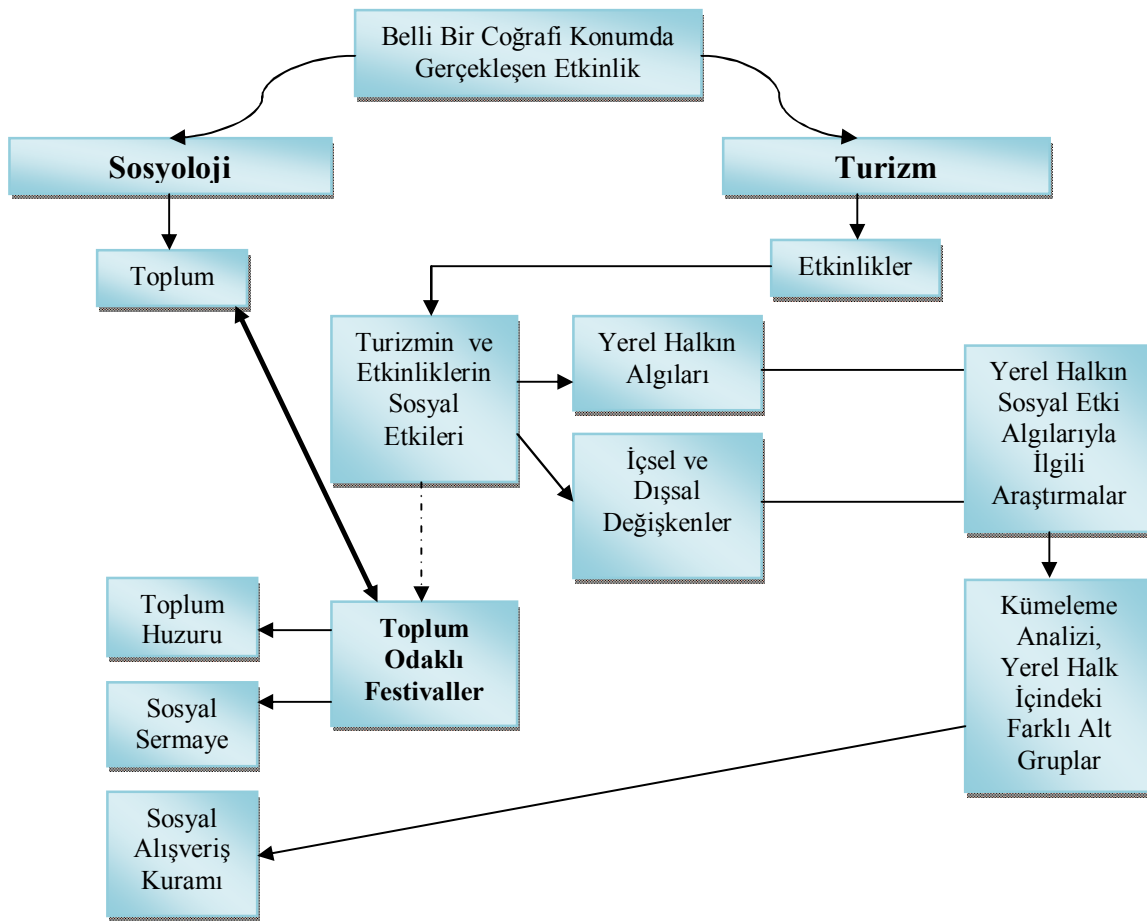
### **ÇALIŞMALAR**

Bu çalışmanın temelinde turizm ve sosyoloji olmak üzere iki alan bulunmaktadır. Turizm yazınından özellikle etkinlikler alanıyla ilgili çalışmalar incelenmiştir. Çünkü araştırmanın konusunu oluşturan toplum odaklı festivaller etkinliklerin bir çeşidi olarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada etkinlikler yazını kapsamında etkinliklerin sosyal etkileri, yerel halkın algıları, sosyal alışveriş kuramı ve etkinliklerin etkileriyle ilgili ölçek geliştirme çalışmalarından yararlanılmıştır. Festivallerin toplumun gelişimine, toplum huzuruna ve sosyal sermayeye nasıl katkıda bulunduğunu örneklendirmek için ise sosyoloji yazınından faydalanılmıştır.

Bu bölümde bu tez çalışmasının gelişimine uygun olarak turizm ve sosyoloji temel alanlarındaki yazın hakkında bilgiler sunulmuştur. Sosyoloji yazınından toplum kavramı, genellikle ev sahibi toplum için ve onun tarafından düzenlenen, belli bir coğrafi konumda gerçekleşen toplum odaklı festivallerle ilintisi öne çıkarılarak tartışılmıştır. Bunun yanında toplumlar için bir festivale ev sahipliği yapma aracılığıyla geliştirilebilecek iki olası yarar olarak toplum huzuru ve sosyal sermaye kavramları ortaya konmuştur.

Turizm yazınından ise özellikle etkinliklerle ilgili alan üzerinde yoğunlaşmıştır. Ayrıca turizm ve etkinliklerin sosyal etkileri ile ilgili olarak önceden yapılmış çalışmalarla ilgili özet bilgiler üzerinde durulmuştur. Etkileri incelerken özellikle yerel halkın algılarının ölçümü yaklaşımıyla ele alınan çalışmalar irdelenmiştir. Kümeleme analizi örnekleri toplum içinde farklı algılara sahip alt grupların varlığını belirlemek amacıyla ortaya konmuştur.

Yerel halkın etki algılarındaki çeşitlilikleri açıklamak için ise sosyal alışveriş kuramına başvurulmuştur. Etki algılarını belirlemede kullanılan ölçme araçlarının gelişimi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Şekil 2.1’de bu bölümde incelenen konu başlıkları arasındaki bağlantılar ve toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin yazındaki yeri belirlenmeye çalışılmıştır.



**Şekil 2.1. Toplum Odaklı Festivallerin Sosyal Etkilerinin Yazındaki Yeri**

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Bu çalışmaya araştırma konusu olan toplum odaklı festivaller ev sahibi toplumla güçlü bağlara sahiptir. Ev sahibi toplumun üyeleri yalnızca festivalin düzenlenmesine katkıda bulunmakla kalmamakta, aynı zamanda bir kutlama olarak festivale katılmaktadır. Festival sonucunda hem olumlu hem de olumsuz etkilenenler ev sahibi toplumun üyeleridir. Çalışmanın temelini oluşturan kavramlar toplum, etkinlikler, etkinliklerin sosyal etkileri ve bu etkilerin ölçümü başlıkları altında izleyen paragraflarda incelenmiştir.

## 2.1. Toplum

Sosyoloji toplum bilimidir. Toplumun sosyal yapısını ele almakta ve konulara yapı ve sosyal değişme açısından yaklaşmaktadır. İlgili alanı toplum olduğundan sosyal bilimlerin birçok dalıyla da etkileşim içindedir (Özdemir, 2003, s.28). Bunun sonucu olarak toplum kavramının tek bir tanımı yoktur. Toplum, kurumsallaştırılmış davranış biçimleri bütünü ya da sistemidir. Toplumsal davranışın kurumsallaştırılması, uzun zaman ve mekân

dilimlerinde sürekli olarak tekrarlanan veya yeniden üretilen inanç ve davranış biçimlerini ifade etmektedir (Giddens, 2010, s.17).

Toplum kavramını tanımlarken coğrafi konum, sosyal etkileşim ve ortak bağlar başlıkları altında üç temel özellik belirlenmiştir. (Crow ve Allan, 1994, s.38). Coğrafi konum belli bir coğrafi alanda yaşayan insan grubunu belirten bir özelliktir. Toplumun üyeleri coğrafi yakınlıkla açıklanan bir ortaklığa sahip bir grup insan olarak görülebilmektedir. Toplumun ikinci açıklayıcı özelliği ise birbirleriyle etkileşimde bulunan birçok insandan oluşmasıdır. Bu etkileşim toplum üyelerinin ortak çıkarları etrafında yapılanmaktadır. Ortak çıkarlar din, kültürel miras, meslek, boş zaman uğraşları, toplum üyelerini bir araya getiren herhangi bir ortak deneyim ya da ilgiyi içermektedir. Bu ortak çıkarlar, toplum üyeleri arasındaki sosyal ilişkilerin ve etkileşimlerin temelini oluşturmaktadır.

Coğrafi konum ve sosyal etkileşimlerin ötesinde üçüncü açıklayıcı özellik ise toplumun insanlar arasındaki ortak bağlar kümesini temsil etmesidir. Ortak bağlar insanların paylaşılan amaçlar, değerler veya normlar aracılığıyla birbirlerini ve yaşadıkları toplumu tanımlayabildikleri yönleri ifade etmektedir. Toplum üyeleri bu ortak bağlar aracılığıyla kendini toplumla birlikte tanımlayarak kimlik, güvenlik ve aidiyet duyguları kazanabilmektedir (Willmott, 1986, s.26).

Butcher (1993, s.19) toplum kavramının üç farklı anlamına vurgu yapmıştır. Toplumun ilk anlamı, toplumu ortak bir şeye sahip insanlar grubu olarak yansıtan betimleyici (descriptive) tanımdır. İnsanlar arasındaki bu ortaklık coğrafi veya çıkarla ilişkili olabilmektedir. Bu anlam, birçok toplum tanımında görülen coğrafi konum ve sosyal etkileşim kavramlarına benzemektedir.

İkinci olarak dayanışma, katılım ve uyumu üç adet içsel değer olarak kabul eden değer anlamı Butcher (1993, s.19) tarafından öne sürülmüştür. Dayanışma toplum üyeleri arasında var olan duygusal ilişkileri ifade etmektedir. Katılım ortak amaç ve özlemlerin gerçekleşmesine yardım eden etkinliklerin toplumun üyelerince de paylaşılmasını vurgulamaktadır.

Uyum ise anlam ve değerler kümesinin toplumun üyeleri tarafından kendi yaşamlarına katkıda bulunacak biçimde benimsenmesi şeklinde açıklanmaktadır. Bu değer duygusu toplumun sosyal etkileşim ve ortak bağlar yönleri üzerine inşa edilmektedir. Değer, toplumun üyelerine ne ifade ettiğini açıklamaktadır. Bu anlamıyla toplum, benzer değerleri paylaşan insanların yaşadıkları coğrafyaya atıfta bulunmaktadır.

Üçüncü anlam ise aktif toplumdur. Aktif toplum bir grup insan tarafından üstlenilen

ortaklaşa eylemle tarif edilmektedir. Bu insanlar coğrafi veya çıkar ilişkili bir ortaklığa sahiptir. Ortaklaşa eylem dayanışma, katılım ve uyum gibi toplum değerlerinden birini ya da daha fazlasını benimsemek durumundadır ve genellikle tanımlanmış bir amaca yönelik olarak birlikte çalışan toplum grupları, ağları veya örgütleri tarafından üstlenilmektedir. Bu aktif anlamıyla toplum, ortak çıkarlar ve paylaşılan değerlerle ilgili olarak insanların nasıl davrandığına vurgu yapmaktadır.

Toplum odaklı festivalleri incelerken toplum kavramının ele alınmasının birkaç sebebi vardır. İlk olarak toplum odaklı festivaller, içinde gerçekleştiği coğrafi konumla (örneğin belli bir toplumla) sınırlıdır. İkinci olarak toplum festivale yalnızca coğrafi anlamda ev sahipliği yapmamakta; toplumun üyeleri etkinliği düzenlemekte, gönüllü işgücüsüyle onu desteklemekte ve toplumun bir kutlaması olan etkinliğe katılmaktadır (Getz, 1995, s. 129). Bu durum bir festivali düzenlemek ve sahneye koymak gibi ortak bir amacı gerçekleştirmek için paylaşılan çıkar ve değerler etrafında bir araya gelen aktif bir toplumu ifade etmektedir. Üçüncü olarak yerel halkın üyelerinin festivale ev sahipliği yapmaları sonucunda festivalin olası olumlu ve olumsuz etkileriyle uğraşmaları gerekmektedir.

Toplum, festivali sahneye koymak gibi ortaklaşa bir eylemi üstlenmek için bir araya geldiğinde olumlu kazanımlar ortaya çıkabilmektedir. Bu kazanımlardan biri de toplum huzurunun daha üst seviyelere ulaşabilmesidir.

### **2.1.1. Toplum Huzuru**

Toplum huzuru tanımlanması zor bir kavramdır ve bu nedenle kavram hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Bu çalışmada benimsenen toplum huzuru tanımı, toplum içinde birlikte yaşayan insanların gereksinimlerini karşılayan sağlıklı toplum yaşamının optimal kalitesidir. Toplum huzuru, toplum üyeleri tarafından algılanan toplum içindeki yaşam kalitesi olarak da açıklanabilmektedir (Cuthill, 2002, s.193). Toplum huzurunun hem bireysel hem de toplumsal boyutları bulunmaktadır. Bir kişinin bireysel düzeyde huzuru, toplumun diğer üyeleriyle bağlantı ve etkileşimlerinden etkilenmektedir.

Birey, huzurunu sürdürebilmek için diğerleriyle etkin bir biçimde etkileşimde bulunmak durumundadır. Geniş anlamda toplum, toplumsal etkileşimleri olanaklı kılan ve sosyal/iletişimsel yapının kaynağı olan bireyin arkadaşları ile ailesinin ötesine geçmektedir. Kısaca toplum, sosyal etkileşim ve alışverişlerin gerçekleşebileceği bir çevre yaratarak üyelerinin huzuruna katkıda bulunmaktadır. Bu çevre sayesinde üyeler destek, rehberlik, sosyal etkileşim ve ilişki kurma olanaklarını elde edebilmektedir. Bu yolla

insanlar aidiyet ve özsaygı duygularını geliştirmekte, topluma katılımları ve toplum yaşamına katkıları artmakta ve diğerleriyle ilişkiler kuracak bir yer bulabilmektedir. Bu ilişki ve etkileşimler toplum düzeyinde huzurun önemli belirtileridir (Christakopoulou vd., 2001, s.332).

Bu bağlamda toplum odaklı festivaller sundukları eğlence ve sosyalleşme olanaklarıyla bireylerin ve grupların gönüllü eylemlerine, etkinliklerde yer almalarına ve sosyal ağları güçlendirmelerine yol açarak topluma katılımlarını sağlamaktadır. Bu katılımlar toplum huzuruna ulaşmaya yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak toplum odaklı festivaller toplum içinde sosyal sermaye gelişimini destekleme potansiyelini de beraberinde getirmektedir.

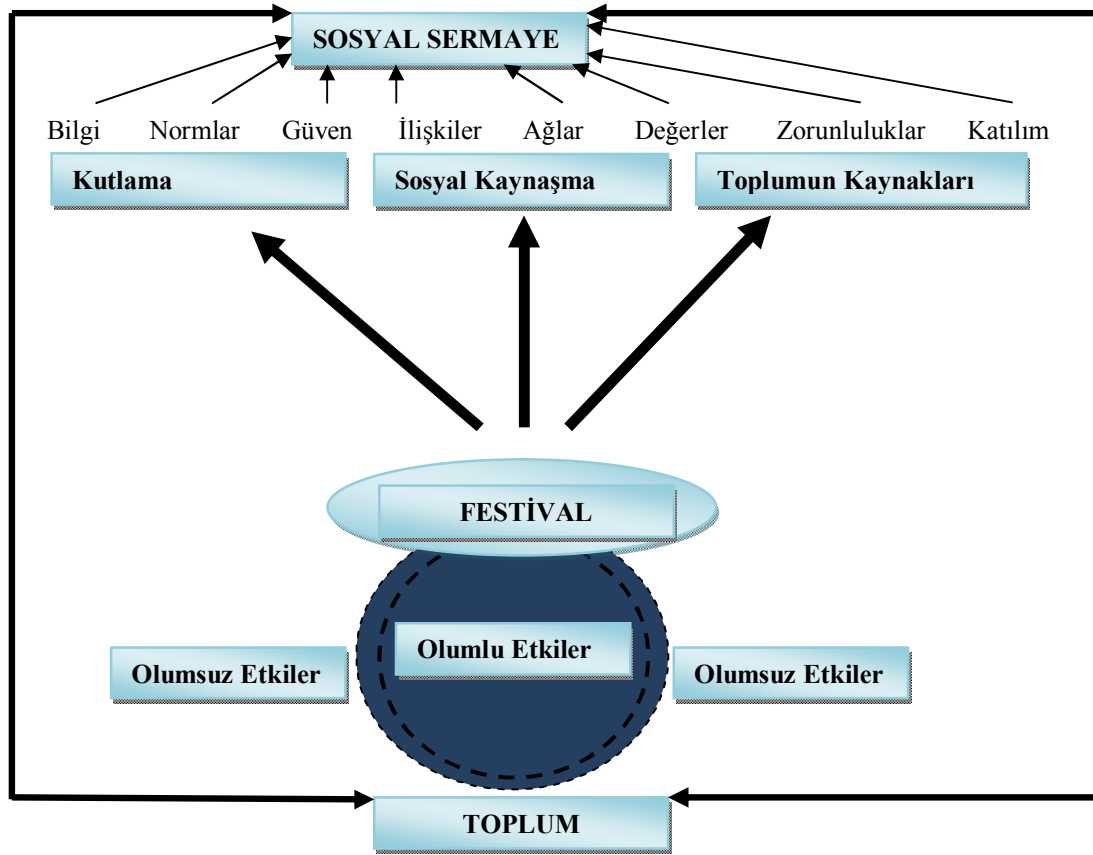
### **2.1.2. Sosyal Sermaye**

Toplumlar birçok toplumsal etkinliğin desteği aracılığıyla üyeleri için sosyalleşme, eğlence ve ilişki kurma olanaklarına sahip olabilmektedir. Toplumun üyeleri arasındaki etkileşimi destekleyen her türlü araç toplum için kendine özgü bir değer taşımaktadır. Birtakım sosyologlar bu değeri sosyal sermayenin en önemli yönü olarak tanımlamıştır. Putnam (2000, s.57) sosyal sermayeyi bireyler arası bağlantılar ve bu bağlantılardan kaynaklanan sosyal ağlar, karşılıklı olma kuralları ve güvenilirlik olarak tanımlamıştır.

Festivallerin bir kent veya destinasyon için yaratabildiği sosyal sermaye Şekil 2.2'de gösterilmiştir. Festivale katılım toplumsal kaynaşma sayesinde sosyal sermaye yaratabilmektedir. Bu kavram; üyeleri birleşme, ortak bağlar aracılığıyla bir dünya görüşünü paylaşma ve çeşitli yaşam biçimi tercihlerine sahip farklı alt-grupların kendini ifade edebilmeleri gibi olanakları elde eden toplumlarda görülebilmektedir (Arcodia ve Whitford, 2007, s.12).

Sosyal sermayenin ve ağların önemi bireysel ve toplu hak sahipleri kavramları açısından ele alınmaktadır. Sosyal sermayenin bireysel düzeyde öne sürdüğü sava göre birbirine sıkı kenetlenmiş insanlar her zaman daha iyi şeyler yapmaktadır. Toplu düzeyde ise sosyal sermaye insanların yaşam kalitelerini ve kapasitelerini arttıran bir varlık ve geleneksel çalışma yollarıyla başarılamayacak durumlara ulaşmayı sağlayan bir köprü olarak görülmektedir (Reid, 2006, s.187). Ancak sosyal sermayenin ölçümüyle ilgili bazı sorunlar bulunmaktadır. Sözü geçen kavramın nicel olarak karşılaştırılması gerçekten çok zordur (Schuller, 2000, s.32).





**Şekil 2.2. Festivaller ve Sosyal Sermaye ile İlgili Kavramsal Model**

**Kaynak:** (Arcodia ve Whitford, 2007, s.12)

Fiziksel sermaye ve insan sermayesinin değer sağlayabildiği yollara benzer olarak sosyal ağlar da bir toplum içinde hem bireylere hem de gruplara değer katabilmektedir. Bir toplumun değeri toplum içindeki ağlar, ilişkiler, diğer sosyal bağlar ve güvenin sonucu olarak var olan kaynaklar ve diğer yararlar olarak ifade edilmektedir (Putnam, 2000, s.57). Ağlar, sosyal normlar, güven ve karşılıklı olma kavramları sosyal sermaye üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda ele alınan önemli konulardır. Bu konular sosyal sermaye bağlamında izleyen paragraflarda ele alınacaktır.

### 2.1.2.1. Ağlar

Sosyal sermaye kavramının merkezinde yer alan başlıca konu ağların varlığı veya insanlar arasındaki ilişkilerdir. Ağlar genellikle hobi, spor, meslek veya din gibi ortak konularla ilgili insanlar tarafından oluşturulmaktadır. Bir ağa üyelik ve etkin katılım insanlara sosyal etkileşim ve alışveriş fırsatları sağlamaktadır.

Sosyal sermayenin oluşumunda ağlar çok önemlidir. Çünkü sosyal sermaye bireyin diğer insanlarla etkileşimleri aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle, sosyal sermaye bireylerin kendi kendilerine gerçekleştirdikleri eylemlerden kaynaklanmamaktadır (Onyx ve Bullen, 2000, s. 106).

#### **2.1.2.2. Sosyal Normlar**

Sosyal normlar sosyal sermayenin bir diğer önemli ögesidir. Toplum tarafından onaylanan veya onaylanmayan, daha az veya daha çok değerli görülen davranışlar hakkında rehberlik sağlayan yazıya dökülmemiş kurallardır (Leonard ve Onyx, 2004, s.74). Yasalara uymak, yerlere çöp atmamak ve yaşlılara saygı göstermek bu kurallar arasında sayılabilmektedir. Sosyal normlar çoğunlukla toplumda yüksek düzeyde güven olduğunda ortaya çıkmaktadır. Çünkü ancak bu tür toplumlarda davranışları düzenlemek için daha resmî kurallar gerekmemekte, insanlar kurulu sosyal normlara uygun davranışlar göstererek birbirlerine güvenebilmektedir.

#### **2.1.2.3. Güven**

Güven genel olarak paylaşılan normlara dayanan düzenli, dürüst ve yardımsever eğilimlerin baskın olduğu toplumlarda ortaya çıkan ve toplumun diğer üyelerinden de beklenen benzer davranışlar şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, toplum içinde birbirine güvenen insanlar diğer toplum üyelerinden açık, öngörülebilir ve destekleyici davranışlar beklemektedir. Toplumda güven, sosyal etkileşim fırsatları sağlayan sosyal ağların kurulmasını kolaylaştıran bir etkidir. Bu doğrultuda güven, sosyal sermayenin gelişiminde çok büyük öneme sahiptir (Fukuyama, 1995, s.26).

#### **2.1.2.4. Karşılıklılık**

Karşılıklılık kavramının temelinde “birilerinin sizin için iyi bir şeyler yapmasını istiyorsanız siz de onlara iyi bir şey yapın” anlayışı bulunmaktadır. Bu kavramı kabullenen toplumun üyesi başka bir üye yararına bir eylem veya hizmette bulunabilmektedir. Çünkü bu olumlu eylemin karşılık göreceği beklentisine sahiptir. Bu eylemin ne zaman ve kim tarafından karşılığının verileceği çoğunlukla bilinmemektedir, ancak bu karşılığın eninde sonunda gerçekleşeceği beklentisi vardır (Putnam, 2000, s.59). Bu doğrultuda karşılıklılık

toplum içinde güveni kurmada çok önemli bir görev üstlenmektedir. Bazı toplumlarda karşılıklılık bir sosyal norm düzeyine çıkabilmektedir (Leonard ve Onyx, 2004, s.74).

Ağlar, sosyal normlar, güven ve karşılıklılığın bileşimi toplum içindeki sosyal sermaye düzeyinin yükselmesine katkıda bulunmaktadır. Yazında, sosyal sermayenin bağ tipi (bonding) ve köprü tipi (bridging) olmak üzere iki ana türü tartışılmaktadır. Bağ tipi sosyal sermaye türdeş (homojen) bir grubu güçlü bir kimlik, güven ve aidiyet duygularıyla bir araya getiren bağları ifade etmektedir (Schuller vd., 2000, s.32).

Bağ tipi sosyal ilişkiler genellikle aile üyeleri ve yakın arkadaşlar arasında bulunmaktadır. Sözü edilen sosyal sermaye güçlü bağları ve grup üyelerine yüksek düzeyde desteği ifade etmektedir. Bu türün tersine, köprü tipi sosyal sermaye ise farklı türden (heterojen) gruplar arasında bağlantılar yaratmaya hizmet etmektedir (Putnam, 2000, s.59).

Köprü tipi sosyal sermaye toplum içindeki farklı gruplardan (örneğin farklı yaş, cinsiyet veya dinlerden) insanları bir araya getirebilmektedir. Bu nedenle bağ tipi sosyal sermaye birbirleriyle sıkı bağları olan bir grup için yararlar sağlarken, köprü tipi sosyal sermaye toplum içindeki daha çok ve daha çeşitli insanı ve/veya grubu bünyesinde barındırabilmektedir. Bu açıklama birinin diğerinden daha iyi olduğu anlamına gelmemelidir, çünkü her ikisi de üyelerine toplumsal yararlar sağlamaktadır (Leonard ve Onyx, 2004, s.74).

Bir toplumdaki sosyal sermaye stokunu geliştirmenin bir yolu da güçlü bir sivil topluma sahip olmaktan geçmektedir. Sivil toplum ortak çıkarlar veya amaçlara sahip insanları kapsayan gönüllülük esasına dayalı olarak kurulmuş birliklerden oluşmaktadır (Ife ve Tesoriero, 2006, s.17) ve Lions, Rotary gibi hizmet kulüpleri ile rekreasyonel kulüpleri veya spor kulüplerini de içermektedir. Toplum üyelerinin bir toplum grubuna, kulübüne veya etkinliğine aktif biçimde katılımı toplum içindeki sosyal sermaye stokunun önemli bir göstergesidir (Putnam, 2000, s.59).

Bu birlikler, üyeleri arasında ağlar kurma fırsatı sağlamaktadır. Aynı zamanda gönüllü katılımları özendirerek sosyal sermayenin gelişimine katkıda bulunmaktadırlar. Gönüllülük sosyal etkileşimlerde bulunmayı ve toplumun diğer üyeleriyle ilişki kurmayı gerektirdiğinden, ilişki ağları kurarak sosyal sermaye oluşturmanın en etkin yöntemlerinden biridir. Ortak bir neden aracılığıyla gönüllü olma, farklı geçmişlerden gelen insanları bir araya getirerek köprü tipi sosyal sermayenin gelişimine ve bu nedenle de toplum içindeki sosyal uyuma yardımcı olmaktadır (Leonard ve Onyx, 2004, s.74).

Gönüllülük ve toplum kuruluşlarına katılım, sosyal alışveriş fırsatları sunarak sosyal

sermaye stokunun yaratılabileceği ortamlar oluşturmaktadır. Bu nedenle hizmet, rekreasyon, spor vb. ile ilgili birçok toplum kuruluşunun varlığı toplumdaki sosyal sermayenin yüksek olduğunun bir göstergesidir.

Sosyal sermaye kuruluşlar ve birlikler gibi resmî sosyal ağlar aracılığıyla geliştirilebilmesine rağmen, üyeleri birbirine bağlayan resmî olmayan bağlantılar çok daha yaygındır ve sosyal sermaye stokuna bunlar da katkıda bulunmaktadır. Toplumun üyeleri arasında resmî olmayan sosyal alışverişler, günlük etkileşimler veya birey ile ailesi/arkadaşları arasındaki ilişkiler de güven ve karşılıklılık oluşturabilmektedir. Bu yolla sosyal sermayenin gelişimine de yardımcı olabilmektedir (Putnam, 2000, s.59).

Sosyal sermaye yalnızca sosyal ilişkileri ve sosyal bağları gerçekleştiren bireyler için değil, geniş anlamda toplum için de değerlidir (Putnam, 2000, s.62). Gönüllüler sadece kendilerinin topluma katılım ve sosyalleşme güdülerini tatmin etmek gibi kişisel yararlar elde etmekle kalmamaktadır. Gönüllülük aynı zamanda diğer insanların ve geniş anlamda toplumun huzuruna katkı yapma olarak da görülebilmektedir. Örneğin bir sivil toplum kuruluşunun aktif üyeleri katılımları sonucunda kazandıkları sosyal etkileşimler ve yeni ilişkilerden yalnızca bireysel olarak yararlanmamakta, aynı zamanda toplum yararına bağış toplama vb. çabalarıyla toplumun geneline fayda sağlamaktadır (Leonard ve Onyx, 2004, s. 74).

Sosyal sermaye kavramı zamanla artan ve azalan bir değere sahip olma açısından ekonomik sermayeye benzemektedir (Rojek, 2005, s.77). Ancak ekonomik sermayeden farklı olarak depolanmamakta ve değer kazanması için bekletilememektedir. Çünkü sosyal sermaye stoku ve değeri kullanıldığı sürece artmakta, kullanılmadığı takdirde azalmaktadır. Sosyal sermayenin kullanımı, toplum içinde kurulmuş ağları ve güven düzeyini pekiştirmeye hizmet etmektedir.

İnsanlar arasında iyi niyeti arttıran ve sosyal sermaye sağlayan sosyal alışverişlerden biri de gönüllü çalışmalardır. Öte yandan toplum üyeleri arasındaki güveni tüketen ve sosyal sermayeyi azaltan olumsuz sosyal etkileşimlere örnek olarak da işlenen suçlar sayılabilmektedir. Bu nedenle sosyal sermaye stoku insanlar arasında gerçekleşen sosyal etkileşim türleriyle doğrudan bağlantılı olarak artabilmekte ya da azalabilmektedir (<http://www.abs.gov.au/ausstats>). Sosyal sermaye, toplumun üyeleri arasında sosyal ağlar ve sosyal etkileşimlerin kurulması için gerekli fırsatlar olmadan ortaya çıkamamaktadır (Falk ve Kilpatrick, 2000, s.98).

Toplum odaklı festivaller insanlar arasında bu tür sosyal alışveriş fırsatları sağlayan etkinlik türlerinden biridir. Toplum odaklı festivaller gönüllülük, boş zaman etkinlikleri ve

sosyal etkileşimler için yarattığı fırsatlar aracılığıyla bireylerin ve grupların topluma katılımını sağlamaktadır. Bu etkinlik türü aktif ilişkiler ve diğer insanlarla etkileşimi özendirerek toplumdaki sosyal sermaye stokunun artışına katkıda bulunmaktadır.

## 2.2. Turizmin Sosyal Etkilerine Genel Bir Bakış

Turizm yalnızca ekonomik bir olay değildir. Ekolojik, siyasi, sosyal ve kültürel yönleri de olan ve toplum ile toplumsal yapı üzerinde etkisi bulunan uluslararası bir harekettir. Bu nedenle turizmin etkileri değerlendirilirken yalnızca gelir getirici ve döviz kazandırıcı özellikleri gibi ekonomik sonuçların değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel yansımaları gibi ekonomik olmayan konuların irdelenmesi de büyük önem taşımaktadır (Akış, 1999, s.17).

Turist, turizmciler ve yerel halkın bir arada yaşamasından kaynaklanan ilişkilerin yapısının sosyolojik bir yaklaşımla ele alınması, bu ilişkiler sonucunda ortaya çıkan bireysel davranışların incelenmesi ve böylece grup ilişkilerinin yapısı ve bu ilişkilerdeki değişimlerin araştırılması gerekmektedir. Turizm yoluyla gerçekleşen sosyal etkileşim son derece geniş kapsamlı ve çok boyutludur. Bu alanda bu tür bir etkileşimin sınırlarını çizmek gerçekten zordur (Usal, 1990, s.27).

Turist kabul eden bir yöredeki toplumda şehirleşme düzeyi, toplumun kültürel ve sosyal normlarının gücü gibi faktörler de turizmin etkileri üzerinde önemli rol oynamaktadır. Turizm sürekli değişen bir olgudur. Ziyaretçi hareketlerinin büyüklüğü, çapraz kültürel etkiler ve turizmle gelen ticarî fırsatlar kaçınılmaz olarak toplumları etkileyecektir.

Olumlu etkileri incelemek gerekirse turizm geliştiği alanlarda yaşayan insanlar için istihdam ve çeşitli girişimcilik faaliyetleri yoluyla yaşam standartlarını iyileştirme aracıdır. Kadınların işgücüne katılması için fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca turizm gelişiminin bir parçası olarak sağlanan iyi hizmetlerden yararlanma olanağı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, ev sahibi toplumun kültürünü yabancı ziyaretçilere gösterme fırsatı genellikle bir toplum için büyük kıvanç kaynağı olmaktadır.

Turist kabul eden toplum üzerindeki maliyetlere gelindiğinde ise dinsel tutumlardaki değişimler, kıyafetlerde, davranış kurallarında ve geleneklerde görülen değişiklikler sayılabilmektedir. Bu değişimler, sıklıkla bir gösteriş etkisi olarak yani yerel toplumların kendilerine uygun olmayan davranışlar ile öteki özellikleri taklit etmesi ve uygulaması şeklinde görülmektedir.

Turist çeken birçok yerde turizm bir değişim ögesi olarak kabul edilmektedir. Bu değişimlerin hoş karşılanmadığı ve kabul edilmediği yerlerde turizm olumsuz sosyal gelişmenin ana kaynağı olarak görülmektedir. Genel olarak turizmin ev sahibi toplum üzerinde yarattığı olumsuz sosyal etkiler şunlardır (Jenkins, 1997, s.21):

- Kumar, fahişelik, alkol kullanımı ve istenmeyen alışkanlıkların artması
- Yerel halkın turistlere özenmesiyle ortaya çıkan gösteriş etkisi
- Turistler ve yerel halk arasında çıkan ırksal gerginlikler
- Sektör çalışanlarının kendini köle gibi hissetmesi
- Çalışanların rollerinin her ülkede standartlaşması (uluslararası garsonlar)
- Turistlerin kültürü yadırgaması sonucu yerel halkın kültürel gururunun kaybolması
- Çok sayıda turistin yarattığı çok hızlı değişimler
- Emeğe dayalı ve düşük ücretli çalışan sayısındaki aşırı artış.

Turizmin sosyal etkileri hakkındaki yazında gerçekleştirilen ilk çalışmalar turizmin ev sahibi destinasyon ve toplum üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilere neden olabileceğini kabul etmiştir (Inskeep, 1991, s.21; Godfrey ve Clarke, 2000, s.28). Doxey (1975, s.64) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yerel halkın turizme yönelik tepkilerinin bir dizi aşamadan geçerek zaman içinde değişime uğrayacağı öne sürülmektedir (Mathieson ve Wall, 1992, s.19). Yerel halkın turizmin sosyal etkilerine sürekli maruz kalmaya dayalı olarak keyif, kayıtsızlık, kızgınlık ve karışıklık (euphoria, apathy, irritation, antagonism) biçiminde adlandırılan dört aşama arasındaki geçişleri “Doxey Irritation Index” modelinde ifade edilmiştir. Sosyal etkiler, ev sahibi toplum üzerindeki etkiler üzerine yoğunlaşarak turizmin insan boyuttaki etkilerini tanımlamaktadır. Bu etkiler yerel halkın günlük yaşam kalitesini etkilemekte ve yaşam biçimlerinde, değerlerinde, sosyal etkileşimlerinde ve kimliklerinde değişimlere neden olabilmektedir (Hall, 2003, s.39). Turizm gelişiminin sosyal etkileri üzerine yapılan başlıca araştırmalar Tablo 2.1’de listelenmiştir.

**Tablo 2.1. Turizm Gelişiminin Sosyal Etkileri ile İlgili Çalışmalar**

<i>Yazar(lar)</i>	<i>Konular / Etkiler</i>
Mathieson ve Wall (1992)	Toplumların iç yapısını değiştirir
Krippendorf (1987)	Bağımsız karar verme konusunda yerel halkı hiçe sayar
Allen vd. (1988)	Düşük ve orta düzey gelişim daha olumlu etkiler yaratacaktır
Crompton ve Sunderson(1990)	İstihdam esnek çalışma saatlerini gerektirir
Urry (1991)	Bayanlar için daha fazla fırsat yaratmaktadır
Harrison (1992)	Yeni fırsatlar sağlar ve sosyal değişimleri tetikler
McKercher (1993)	Maliyet merkezlerinden çok kar merkezlerine yatırım yapar
Sharpley (1994)	Altyapıdaki gelişmeler yaşam kalitesini iyileştirir
Burns ve Holden (1995)	Aşırı kalabalıklaşma ortaya çıkar
McCool ve Martin (1994)	Turizmin etkileri sistematik ve dönemsel olarak izlenmelidir
Lindberg ve Johnson (1997)	Algılanan ekonomik etkilerin tutumlar üzerindeki rolü büyüktür
Snaith ve Haley (1999)	Yerel halkın turizme bakışı homojen değildir
Sheldon ve Abenoja (2001)	Yerel halkın tutumlarının öğrenilmesi ve aşamalara katılması gereklidir
Gürsoy vd. (2002)	Yerel halkın desteği ekonomik odaklı değerlerden, kaynakların kullanımından, turistik gelişmenin algılanan maliyet ve faydalarından etkilenerek değişkenlik gösterir

**Kaynak:** Avcıkurt, (2007, s.59)

Turizmin etkileri çalışmalarıyla birlikte Ritchie (1984, s.3) ve daha sonra Hall (1993, s.41) altı boyutu kapsayan etkinliklerin olası etkilerinin sınıflandırmasını öne sürmüştür. Bunlar ekonomik, turizmle ilgili/ticarî, fiziksel, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik etkilerdir. Bu etkilerin olumlu ve olumsuz göstergelerinden bazıları yazındaki örnekleriyle Tablo 2.2’de verilmiştir.

**Tablo 2.2. Etkinliklerin Olası Etkilerinin Sınıflandırılması**

<b>BOYUTLAR</b>	<b>OLUMLU</b>	<b>OLUMSUZ</b>
<b>EKONOMİK</b>	Küçük festivaller kendi içinde küçük kârlar yaratabilir	Büyük etkinliklerin birçoğu kamu desteği gerektirir
	Ziyaretçi harcamaları ve ilgili çarpan etkileri – mal ve hizmetlere artan talep	Yerel halk için artan fiyatlar
	Doğrudan ve dolaylı istihdam yaratma	Alternatif maliyetler (Fırsat maliyetleri)
<b>TURİZMLE İLGİLİ / TİCARİ</b>	Artan turizm ve diğer işletme faaliyetlerine yol açabilecek bölgenin profilindeki büyüme (Showcase Effect) (Hiller, 1989)	Etkinlik başarısız olursa kötü bir üne sahip olma riski
	Turizm sezonunun uzaması	
<b>FİZİKSEL</b>	Yeni tesislerin ve altyapının yapımı	Yeni “arzulanan orta sınıf çevreler”in yaratımı süresince daha düşük sosyo-ekonomik grupların yerlerinden olması (Hall, 1995)
	Harap alanların yenilenmesi ve güzelleştirilmesi	Mimari kirlilik
		Çevresel zarar
<b>SOSYO-KÜLTÜREL</b>	Yerel halk için eğlenceye yönelik ve sosyal fırsatlar	Etkinliğin konusu toplumun sosyo-kültürel ortamına uymadığında ortaya çıkacak memnuniyetsizlik
	Etkinlikle ilgili uygulamalara karşı artan yerel ilgi (Ritchie, 1984)	Geleneksel yerel etkinliklerin metalaştırılması ve ticarileştirilmesi
	Kültürlerarası temas için fırsat	Olası kültürlerarası anlaşmazlık
	Gönüllülük – İyileştirilmiş yerel sosyal destek ağları	Suç, fuhuş ve değişen ahlaki değerler gibi genel sosyal sorunlara neden olabilir
<b>PSİKOLOJİK</b>	Topluma bir ait olma ve paylaşma duygusu getirmek (Getz, 1991)	Kalabalık, kaba davranışlar, içki, uyuşturucu kullanımı ve şiddet (Getz, 1991)
	Uluslararası dikkatin odağı olmanın beraberinde getirdiği heyecan, kendini gösterme, gurur, özsaygı (Burns ve Mules, 1986)	Hızlı gelişim yabancılaşma hisleri ve ait olma veya topluma bağlılık duygularının kaybına yol açabilecek bozulmaları getirebilir (McCool ve Martin, 1994)
<b>POLİTİK</b>	Bazı imajların ve ideolojilerin geliştirilmesi (Hall, 1992) – uyumlu olma derecesine bağlı olarak olumlu veya olumsuz olabilir	Çıkarlar çatıştığında politik olarak güçlü olanın çıkarlarının politik olarak zayıf olanı yenmesi olasıdır
	Bazı politik kişilerin kariyerlerini pekiştirmeleri (Hall, 1992)	Yerel özerkliğin kaybı (Krippendorf, 1987) Karşıt grupların oluşumu – “evsahiplerinin asileri” (Krippendorf, 1987)

**Kaynak:** (Fredline vd., 2006, s.3)



### 2.2.1. Etkinliklerin Sosyal Etkileri

Denetleme, kontrol ve değerlendirme amacıyla etkinliklerin etkilerinin ölçümü gerekliliği, yazarların çoğunun hemfikir olduğu bir konudur (Dwyer vd., 2000, s.179; Gnoth ve Anvar, 2000, s.74; Bowdin vd., 2006, s.74). Yazındaki çalışmalar incelendiğinde, kullanılan yöntemler ve ölçülen etkinliğin yönleri ciddi bir biçimde değişiklikler göstermektedir.

Etkinliklerin etkileriyle ilgili araştırmalar düzenlenen etkinliklerin sayısının artması ve ev sahibi toplum üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz etkilerin daha fazla dikkate alınmasıyla birlikte sayıca artmaktadır (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.375). Etkinliklerin etkileri üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda ilk odaklanılan konu ekonomik boyuttur.

Ekonomik faydalar birçok tartışmanın konusu olmuştur ve bu faydalarla ilgili birçok ölçüm modelleri geliştirilmiştir. Bu nedenle şimdiye kadar gerçekleştirilen çalışmaların önemli bir kısmı etkinliklerin ekonomik etkileri üzerine yoğunlaşmıştır (Burns vd., 1986, s.8; McCann ve Thompson, 1992, s.32; Dwyer vd., 2000, s.179; Crompton vd., 2001, s.83). Çünkü genellikle bir etkinliğin veya festivalin başarısı kısmen etkinlik paydaşlarına, topluma ve bölgeye sağladığı ekonomik katkılara göre ölçülmektedir (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.381).

Ekonomik etkilerin öne çıkması, ölçümlerinin sosyal etkilere göre daha kolay olmasıyla da ilişkilendirilebilmektedir. Bununla birlikte bir etkinliğin genel başarısını veya getirilerini hesaplarken ekonomik yönle eşdeğer öneme sahip olan diğer tür etkilere daha fazla dikkat çeken tartışmalar son zamanlarda artmaktadır. Çünkü tek başına ekonomik ölçümlerin bir etkinliğin elle tutulamayan fayda veya etkilerini değerlendirmede yetersiz kaldığının farkına varılmıştır (Dwyer vd., 2000, s.179; Allen vd. 2005, s.28; Bowdin vd., 2006, s.74). Yalnızca ekonomik boyuta yoğunlaşarak festivallerin ve etkinliklerin diğer bakış açılarını dışlamak düzenlenme amaçlarına da ters düşmektedir (Getz, 1991, s. 39). Dwyer vd.'nin (2000, s.179) çalışmasındaki çerçevede sunulan elle tutulamayan fayda ve maliyetlerin listesi Tablo 2.3'te verilmiştir.

**Tablo 2.3. Etkinlik Değerlendirmesi İçin Fayda ve Maliyetler**

FAYDALAR	MALİYETLER
<i>Sosyal Faydalar</i>	<i>Sosyal Maliyetler</i>
Toplum gelişimi	Yerel halkın yaşam tarzının bozulması
Toplumsal kıvanç	Trafik sıkışıklığı
Etkinlik ürününün gelişimi	Gürültü
	Vandalizm
	Kalabalık
	Suç artışı
	Özel mülkiyetlere zarar
<i>Ekonomik Faydalar</i>	<i>Ekonomik Maliyetler</i>
Uzun dönemli tutundurma çalışmaları	Yerel halkın göç etmesi
Teşvik edilen gelişme ve inşaat harcamaları	Normal iş hayatının sekteye uğraması
Ek ticaret ve iş hacmi gelişimi	Az kullanılan altyapı
Artan emlak değerleri	

**Kaynak:** (Wood, 2005, s.39)

Festivallerin ev sahibi toplum üzerindeki sosyal etkilerinin önemi genel bir kabul görmesine rağmen, bu etkilerin ölçümü için araçlar geliştirme konusunda az sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Etkinlikler konusunda bu zamana kadar yapılan çalışmaların büyük bir bölümü ekonomik etkiler üzerine odaklanmıştır (Dwyer vd., 2000, s.179; Crompton vd., 2001, s.83). Etkinliklerin ekonomik başarılarını ölçmeye yönelik çalışmalar, ekonomik etkileri belirlemedeki kolaylıklar (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.381) ve bu çalışmalardan elde edilen bilginin etkinlik için finans desteği sağlamada kullanılması nedeniyle sayıca artmıştır (Allen vd., 2005, s.28).

Ekonomik etki çalışmalarıyla karşılaştırıldığında, etkinliklerin sosyal etkilerini ölçme araçlarının gelişimi çok yavaştır. Bu durum doğası gereği soyut olan birçok sosyal etkiyi nicel olarak değerlendirmenin zorluğuyla ilişkilendirilebilmektedir. Bu tür soyut etkilerin ele alınabileceği iki yöntem bulunmaktadır. İlkinde sosyal etkileri temsilen maddî bir değer belirlenmektedir. İkinci yöntemde ise öznel bir yaklaşım kullanılmaktadır (Getz, 1997, s.105).

Burns vd. (1986, s.22) Avustralya Grand Prix'si ile ilgili çalışmalarında birkaç soyut maliyet ve yarar için temsilen maddî değerler belirlemiştir. Bu değerler belli sosyal etkilerin yerel halka yüklediği maliyetleri simgelemekte kullanılmıştır. Örneğin artan trafik sıkışıklığı nedeniyle yerel halkın kaybettiği zamana bir maddî değer verilmiştir. Ne var ki bu yaklaşımda sosyal etkileşimlere katılım, ilişkiler kurma ve toplumsal huzur gibi yaşam kalitesiyle ilgili maddî değerleri hesaplamak çok zordur (Allen vd., 2005, s.29).

Bu nedenle birçok araştırmacı bu tür soyut etkileri sayıya dökmekten çok yerel halkın

algıları yaklaşımını kullanarak etkinliklerin sosyal etkilerini incelemiştir (Delamere vd., 2001, s.13; Fredline vd., 2003, s.34; Schlenker ve Edwards, 2003, s.585; Reid, 2004, s.613). Etkinliklerin etkileriyle ilgili çalışmalar genellikle büyük ölçekli etkinliklere odaklanmıştır (Fredline vd., 2003, s.34; Waitt, 2003, s.196). Toplum odaklı festivaller gibi daha küçük ölçekli etkinliklerle ilgili daha az sayıda araştırma görülmektedir (Delamere vd., 2001, s.13; Schlenker ve Edwards, 2003, s.585). Bunun ötesinde etkinliklerin sosyal etkilerini ölçme araçları geliştirmeyi amaçlayan araştırma sayısı da çok az sayıdadır (Delamere vd., 2001, s.14; Schlenker ve Edwards, 2003, s.585; Fredline vd., 2005, s.162).

Bu nedenle daha küçük ölçekli etkinlikler ve bu etkinliklerin yerel halkı nasıl etkilediği üzerine odaklanacak çalışmalara gereksinim duyulmaktadır. Bu tür çalışmalar festival ile ev sahibi toplum arasındaki güçlü ilişkinin yoğun etkiler yaratma potansiyelinin araştırılması bakımından önem arz etmektedir.

Etkinliklerin ev sahibi toplum üzerindeki sosyal etkilerine odaklanan çalışmalar düzenleyicilere gelecekle ilgili önemli ipuçları sunmaktadır. Çünkü toplum içindeki memnuniyetsizliğin, bir etkinliğin güncel başarısı ve uzun dönemde sürdürülebilirliği için olumsuz sonuçlar doğurabilmesi olasıdır.

Toplum odaklı festivallerde yerel halk genellikle hem ev sahibi hem de katılımcı rollerini üstlenerek festivalin sahnelenmesinde önemli bir paya sahip olmaktadır. Ev sahibi toplum yalnızca festivalin gerçekleştiği işletmeleri, tesisleri ve halka ait diğer alanları sağlamamakta; aynı zamanda bu toplumun üyeleri turizm ve ağırlama işletmelerinde çalışmakta veya gönüllü olmaktadır. Başka bir deyişle, bizzat kendileri festival için bir kaynak görevini üstlenmektedir (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.381).

Toplum odaklı festivaller toplum üyelerinin sosyalleşme ve eğlenme amacıyla bir araya gelmeleri ile ortaya çıkan aidiyet ve toplum kimliği duygularının artması için bir fırsattır. Aynı zamanda ilişki ağlarını ve sosyal sermayeyi geliştirerek toplumsal huzurun artışına katkıda bulunmaktadır. Toplum odaklı festivallerin içinde olmak toplum üyeleri için gurur, katkı duygusu, kendini değerli hissetme, kişisel tatmin ve yaşam tatmini gibi bireysel yararlar sağlayabilmektedir.

Etkinlik düzenleyicileri olumlu etkiler üzerine yatırım yapmak ve olumsuz etkileri en aza indirmek için bir etkinliğin ev sahibi toplum üzerindeki algılanan olumlu ve olumsuz sosyal etkileri hakkında bilgi edinmek zorundadır. Böylelikle bir etkinliğin başarısı için (özellikle toplum odaklı festivaller için) temel ilke olan yerel halkın desteğini daha kolay bir biçimde elde edebileceklerdir.

Etkinliklerin etkileri üzerine yapılan ilk çalışmalar turizmin etkileri yazınındaki önceki çalışmalardan elde edilen sosyal etkileri kullanmıştır (Fredline ve Faulkner, 2000, s.765). Ayrıca diğer turizm biçimleriyle benzer etkileri yaratabilmesine rağmen, etkinliklerin etkileri çoğunlukla genel turizmin etkilerinden daha farklı ve kendine özgü olabilmektedir. Bu durum bir etkinlikle (örneğin bir festivalle) ev sahibi toplum arasındaki güçlü ilişkiden kaynaklanmaktadır (Delamere, 2001, s.27). Tablo 2.4'te veritabanlarından ulaşılan etkinliklerin sosyal etkileri ile ilgili bazı araştırmaların başlık ve içerikleri sunulmuştur.

**Tablo 2.4. Etkinliklerin Sosyal Etkileri ile İlgili Bazı Araştırmalar**

<i>Yazar ve Yıl</i>	<i>Makale Başlığı</i>	<i>Makalenin İçeriği</i>
Mehone ve Rungeling (2000)	Kültürel Turizm Etkinliğinin Etkisinin Bir Turizm Destinasyonunda Ölçülmesi	Kültürel turizm etkinliklerinin yerel halk tarafından desteklenmesi
Fredline ve Faulkner (2000)	Etkinliklerin Etkileriyle İlgili Toplum Algıları	Kümeleme analizi kullanarak algı biçimlerini sınıflandırma
Nicholson ve Pearce (2001)	İnsanlar Neden Etkinliklere Katılır?	Etkinlik ziyaretçilerinin katılımlarını sağlayan motivasyonların belirlenmesi
Delamere vd.(2001)	FSIAS: Ölçek Saflaştırma	
Delamere (2001)	FSIAS: Ölçeğin Geçerliliği	
Getz (2002)	Etkinlik Çalışmaları ve Etkinlik Yönetimi	Disiplin olma yolunda yazın taraması
Deccio ve Baloglu (2002)	Yerel Halkın 2002 Kış Olimpiyatlarına Tepkisi	Sosyal alışveriş kuramı çerçevesinde yerel halkın desteği
Whitford (2003)	İçsel ve Turist Etkinlikleri Politikalarıyla Bölgesel Kalkınma	Yerel hükümet aracılığıyla etkinlikler politikası yaratma
Waite (2003)	Sidney Olimpiyatlarının Sosyal Etkileri	İki yıl arayla değişen tutumların ölçümü
Raj (2003)	Festivallerin Kültürel Turizm Üzerindeki Etkileri	Üç farklı festival üzerinde yapılan incelemeler
Barker vd. (2003)	Özel Bir Etkinlik Süresince Ziyaretçilerin Güvenlik Algısı	Güvenlik ile ilgili etkiler
Gürsoy vd. (2004)	Festivallerin ve Etkinliklerin Düzenleyicileri Tarafından Algılanan Etkileri	Algılanan etkilerin araştırılmasına yönelik modelleme için ilk uygulama
Wood (2005)	Yerel Otorite Etkinliklerinin Ekonomik ve Sosyal Etkilerinin Ölçümü	Blackburn ve Darwen Borough Konseyince düzenlenen iki etkinlik ile ilgili etki ölçümleri
Schlenker vd. (2005)	Bir Festivalin Sosyo-kültürel Etkilerini Değerlendirmeye Yönelik Esnek Bir Çerçeve	Sosyal Etki Değerlendirme Çerçevesi (SIE) kullanılarak bütüncül değerlendirmeler ve Sosyal Etki Algısı (SIP) ölçeği
Choi ve Sırakaya (2005)	Sürdürülebilir Turizme Yönelik Yerel Halkın Tutumlarının Ölçümü	Sürdürülebilir turizm tutum ölçeğinin geliştirilmesi
Gursoy vd. (2006)	Katılımcıların Festivallere Yönelik Tutumlarının Hazcı ve Faydacı Boyutları	Tüketici tutum ölçeği kullanarak katılımcıların tutumlarının belirlenmesi
Getz ve Carlsen (2006)	Etkinlikler İçin Kalite Yönetimi	Etkinlik kalite yönetiminin temel boyutları ve hizmet kalitesinin ölçümü
Rollins ve Delamere (2007)	Festivallerin Sosyal Etkilerinin Ölçümü	FSIAS ölçeği kullanılarak yerel halkın tutumlarının belirlenmesi
Getz (2008)	Etkinlik Turizmi	Etkinlik turizminin tanımı, evrimi ve etkinlik turizmi araştırmalarının özeti

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Bir festivale ev sahipliği yapmak yerel halka toplumun diğer üyeleriyle veya toplumu ziyaret edenlerle sosyal etkileşimin yanı sıra, kutlama ve eğlence olanaklarını da içeren çok çeşitli olumlu sosyal etkiler sağlama fırsatı da sunmaktadır (Molloy, 2002, s.9; Allen vd., 2005, s.29). Festivaller yerel halkın spor, sanat veya temayla ilgili etkinliklere katılımını özendirilmektedir (Dwyer vd., 2000, s.179). Başarılı bir toplum odaklı festivale ev sahipliği yapıldığında, yerel halktaki toplum ruhu ve gurur duyguları artabilmektedir. Kısmen bunun sonucu olarak bu tür festivaller toplum tarafından sahiplenilen gelenekler ve değerlerin güçlendirilmesinde de önemli bir paya sahip olabilmektedir (Derrett, 2004, s.39).

Bir festival ağırlıklı olarak toplum tarafından ortaya konuyorsa festivale ilgilenen toplum üyeleri tarafından elde edilecek yararlar arasında yeni beceriler geliştirme, kimlik duygusu, kendini değerli hissetme ve yeni ilişkiler ile sosyal ağların oluşumu sayılabilmektedir (Getz, 1991, s.67). Buna ek olarak toplum odaklı festivaller toplumda gönüllülük düzeyinin artmasına katkıda bulunmanın yanı sıra, çok çeşitli toplum gruplarının etkinliklerine (örneğin sivil toplum kuruluşları, bölgesel kalkınma kuruluşları vb.) katılımı da özendirebilmektedir (Ritchie, 1984, s.3).

Ne var ki doğru biçimde planlanmaz ve yönetilmezlerse festivaller ve/veya etkinliklerin toplumdaki etkileri olumsuz olarak sonuçlanabilmektedir (Dimmock ve Tiyce, 2001, s.381). Olumsuz sosyal etkiler yerel işletmeler ve tesislerdeki aşırı kalabalığın yanı sıra (Delamere vd., 2001, s.14) trafik sıkışıklığı, otopark sorunu, gürültü kirliliği ve çöp yığınlarını içermektedir (Kim ve Petrick, 2005, s.29). Festivaller aynı zamanda kaba davranışlar, suç işleme ve vandalizm gibi sosyal sorunlara da neden olabilmektedir (Hall, 1993, s.41). Günlük yaşamın ve sıradan işlerin kesintiye uğraması, geleneksel ahlâka ve değerlere karşı çıkma ve kimlik kaybı da olası olumsuz sosyal etkilerdendir (Allen vd., 2005, s.28).

Allen vd. (2002, s.11) yerel halkın genellikle geçici rahatsızlıklar ve engellenmelere katlanmaya hazırlıklı olduğunu öne sürmektedir. Bunun nedeni festivallerin yarattığı heyecan ve daha iyileştirilmiş tesisler, altyapı ve görünümle ilgili uzun dönem beklentileridir. Bu durum muhtemelen elde edilen yararlarla ilişkili olarak katlanılması gereken olumsuz etkilerin ölçüğüne bağlı olmaktadır.

Faulkner ve Tideswell (1997, s.21) yerel halk üyelerinin artan diğer olumlu etkiler nedeniyle, bireysel olarak hissettikleri olumsuz etkileri geniş anlamda toplumun iyiliği için hoşgörmeye hazır olduklarını ortaya çıkarmıştır. Bu olgu “fedakârlık fazlası” (altruistic surplus) olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmadan sonraki araştırmalarda etkinlikler yazınında fedakârlık fazlasının varlığı desteklenmiştir. Örneğin Schlenker ve Edwards’ın

(2003, s.587) yaptıkları araştırma ile yerel halkın festival süresince yaşanan otopark sorunu ve aşırı kalabalığa katlanma zorunluluğunu, genel olarak toplum için sağlanan sosyalleşme ve eğlence olanakları nedeniyle hoşgördüğü belirlenmiştir.

Turizm yazınında sosyal etkiler genellikle olumlu veya olumsuz olarak tanımlanmakta ve sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflama etkinliklerin etkileriyle ilgili ilk çalışmalarda da benimsenmiştir. Çünkü sosyal etkilerin çoğu turizm yazınından elde edilmiştir. Oysa etkinliklerin etkileriyle ilgili güncel çalışmalar, etki türlerinin ve sonuçlarının bir toplum içindeki tüm üyeler tarafından aynı biçimde algılanmadığını kabul etmeye başlamıştır (Schlenker, 2002, s.37; Schlenker ve Edwards, 2003, s.587).

Belli etkiler toplumun bazı üyeleri tarafından olumlu olarak algılanırken, diğer üyeler aynı etkileri olumsuz olarak algılayabilmektedir. Bu nedenle Reid (2006, s.187) etkinliklerin yarattığı sosyal etki türlerinin etkilenenler tarafından belirlenmesi gerektiğini öne sürmüştür ve ancak bu yolla önceden tanımlanmış, değer yüklü (value-laden) bir yaklaşımı dayatmanın önüne geçilebileceğini ifade etmiştir. Yani etkilenen toplum üyeleri festivalin üzerlerinde yarattığı etki türleriyle ilgili algılarını yansıtmak için olumlu veya olumsuz etiketlerini kendileri belirlemelidir.

Yazındaki bu sorun, yerel halkın festivalin etkilerini nasıl algıladıklarını ve özellikle hangi etkilerin hem olumlu hem de olumsuz olarak algılandığını ortaya koymak için bu alanda daha çok çalışma yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

### **2.2.1.1. Yerel Halkın Etkinliklerin Sosyal Etkileriyle İlgili Algılarının Ölçümü**

Yerel halkın sosyal etki algılarıyla ilgili araştırmalar hem genel turizm gelişiminin (Tosun, 2002, s.237; Ryan ve Cooper, 2004, s.14; Andereck vd., 2005, s.1059) hem de son zamanlarda özellikle daha çok uzmanlık gerektiren turizm uygulamalarının etkilerine odaklanmıştır. Bu uygulama alanlarından biri de etkinliklerdir (Delamere, 2001, s.27; Fredline vd., 2003, s.34; Waite, 2003, s.196; Kim ve Petrick, 2005, s.29; Schlenker ve Edwards, 2006, s.29).

Yerel halkın algılarını ele alan bir yaklaşım, toplum üyelerinin turizm gelişimi veya belli bir etkinliğin üzerlerinde yarattığı etkiler hakkında yorum yapabilmesini sağlamaktadır. Bu tür bir yaklaşım, kolayca sayısallaştırılmadıkları için genellikle nesnel olarak ölçümü zor olan sosyal etkilerin incelenmesinde özellikle önem taşımaktadır. Üstelik ev sahibi toplumun üyeleri belli etkilerin yaşandığını algılıyorsa; herhangi bir nesnel gerçeklikten çok bu algıya inanışları, turizme ya da etkinliğe yönelik tutum ve

davranışlarını etkilemektedir (Hall, 2003, s.39). Sosyal etkiler, bu nedenle en iyi biçimde yerel halkın algılarının araştırılmasıyla ortaya konmaktadır (Fredline vd., 2003, s.34).

Yerel halkın algılarına yönelik araştırmaların savunucuları, bu tür çalışmaların yapılması için genellikle iki önemli nedene atıfta bulunmaktadır. İlki bu tür araştırmaların planlama birimleri için gerekli bilgiyi sağlamada sahip oldukları önemdir. Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algı ve tutumları; mevcut ve gelecekteki turizm uygulamalarının başarılı bir biçimde gelişimi, pazarlaması ve işleyişi için planlama/politika değerlendirmelerinde etkili olmaktadır (Ap, 1992, s. 665).

İkinci olarak, bazı tartışmalarda turizme istekli ve yatkın olan bir ev sahibi toplumun; destinasyonun çekiciliğine katkıda bulunacağı ve turist deneyimlerinin zenginleşmesine yol açacağı öne sürülmektedir (Madrigal, 1995, s.94; Waitt, 2003, s.196). Aynı doğrultuda yerel halkın desteğindeki eksiklik, turizmin bir destinasyondaki varlığının geleceğini tehdit edebilmektedir (Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107). Çağdaş, halka rağmen değil halk için olan kentsel etkinlikler odağına toplumu yerleştirmek ve tüm ilkelerini de bu ekseninde belirlemek durumundadır (Uğurlu vd., 2010, s.305).

Bu tartışmalar etkinlikler için de geçerlidir, çünkü etkinlikler de turizmin gelişen bir türü olarak ele alınmaktadır. Turizmin veya bir etkinliğin sosyal etkileriyle ilgili yerel halkın algıları, belirlenen olumsuz etkileri en aza indirmek ve elde edilecek yararları en iyi şekilde kullanabilmek için planlama süreci sırasında ele alınmalıdır (Brunt ve Courtney, 1999, s.503).

#### **2.2.1.1.1. Yerel Halkın Etki Algılarıyla İlgili Kuramsal Yaklaşımlar**

Yerel halkın turizm ve etkinliklerin etkileriyle ilgili algılarındaki çeşitlilikler ve değişiklikleri incelerken sosyal temsiller ve sosyal alışveriş olarak adlandırılan iki kuramsal yaklaşım kullanılmaktadır. Sosyal temsiller bireyler arası iletişim süreci boyunca günlük yaşamdan doğan kavramlar, anlatımlar ve yorumlar olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal temsiller önyargılı düşünceler, değerler ve imajlar yığından oluşmaktadır ve insanların çevrelerinde olup bitenler hakkında nasıl düşünüp ne hissettikleriyle ilgilenecek bir kuramdır. Doğrudan deneyim, sosyal etkileşim ve medya olarak sınıflanan sosyal temsillerin üç ana kaynağının etkilerinin incelenmesi aracılığıyla bu kuram, yerel halkın algılarını açıklamak için bir temel olarak öne sürülmüştür (Moscovici, 1981, s.181).

Sosyal alışveriş kuramı da birçok araştırmacı tarafından açıkça veya üstü kapalı bir

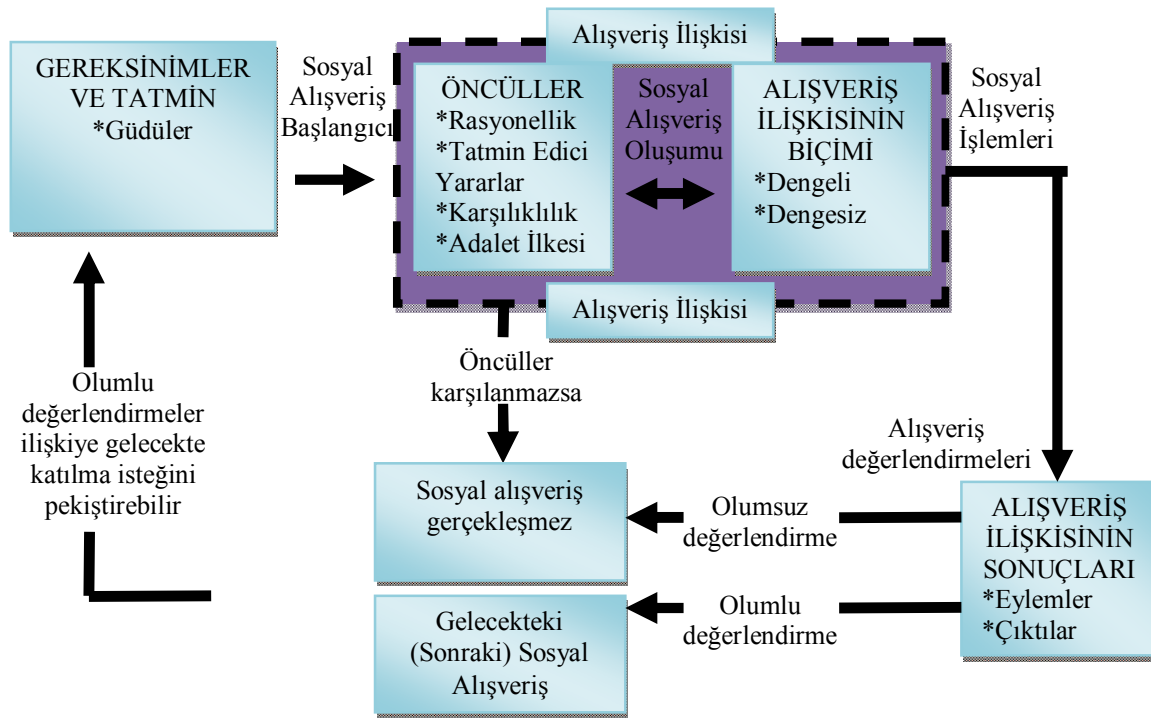
biçimde turizm ve/veya etkinliklerin etkileriyle ilgili yerel halkın algılarını soruşturmada kuramsal bir temel olarak kullanılmıştır (Jurowski vd., 1997, s.8; Chen, 2000, s.14; Waite, 2003, s.196; McGehee ve Andereck, 2005, s.139). Sosyal alışveriş kuramı, mantık ve sezgiler üzerine kurulu bir sosyolojik kuramdır. Bu kuram turizme olan ekonomik katılım veya bağımlılık, turist faaliyetlerine yakınlık, turistlerle ilişki düzeyi, tema ile özdeşleşme ve katılım düzeyini kapsayan etkenlerle ilişkili olarak yerel halkın turizmin etkileriyle ilgili algılarındaki çeşitliliği açıklamada kullanılmaktadır.

Şekil 2.3'te belirtilen sosyal alışveriş sürecinin varsayımları şunlardır:

- Sosyal ilişkiler sosyal oyuncular arasında kaynakların alışverişini içermektedir.
- Sosyal oyuncular alışveriş ilişkisinden karşılıklı yararlar elde etmek istemektedir.
- Yerel halkın bakış açısıyla alışveriş başlatmak için birincil güdü, toplumun sosyal ve ekonomik açıdan refahını geliştirmektir.
- Yerel halkın algıları ve tutumları, turizme yönelik davranışlarının habercisidir.

Bu model festivallerde ve diğer etkinliklerde düzenleyiciler ve yerel halk arasında bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin bazı öncül koşullarının varlığı ya da yokluğuna göre olumlu veya olumsuz olarak değerlendirildiğini açıklamaktadır. Bu koşullar rasyonellik, tatmin edici yararlar, karşılıklılık ve adalet ilkesidir (Waite, 2003, s.196). Model buna ek olarak taraflar arasındaki sosyal alışveriş işlemlerinin eylemler ve çıktılara göre değerlendirildiğini öne sürmektedir. Burada yerel halkın konukseverlik, turistlere ve konuklara karşı sıcakkanlılık ve nezaket gibi eylemleri ile alışveriş ilişkisine katılım sonucunda hissettikleri çıktılar ele alınmaktadır.





**Şekil 2.3. Sosyal Alışveriş Süreci Modeli**

**Kaynak:** (Ap, 1992, s.670)

Sosyal alışveriş kuramı bir sosyal etkileşim durumunda maddî, sosyal veya psikolojik kaynakların bireyler veya gruplar arasındaki alışverişini ile ilgilenmektedir (Ap, 1992, s.668). Bu nedenle turizm ve/veya etkinlikler bakış açısıyla bu kuram, ev sahibi misafir etkileşimleri süresince gerçekleşen kaynak alışverişlerini irdelemekte kullanılabilir.

Turistlerle gerçekleşen bu etkileşimin bir parçası olan yerel halk birçok alışverişin içinde yer almaktadır. Bu alışverişlerin sonuçlarının, beklenen yarar ve giderlere göre yerel halkın turizm konusundaki olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini belirlediği öne sürülmektedir (Andereck vd., 2005, s.1059). Buna göre yerel halk kendini turizm alışverişinden yararlanmış hissediyorsa turizmle ilgili olumlu algılara sahip olmalıdır. Benzer biçimde yerel halk, turizmin ve/veya etkinliklerin olumsuz etkilerinin yararlarından daha ağır bastığını hissediyorsa olumsuz algılar ortaya çıkabilecektir. Ap (1992, s.669) olumlu veya olumsuz değerlendirmelerin dört temel koşul üzerine gerçekleştiğini ileri sürmektedir:

- Rasyonellik (akılcılık) – Alışverişten kaynaklanan yararları algılayan yerel halk sakinlerinin ezici bir çoğunlukla bu alışverişini olumlu değerlendirmesi olasıdır.
- Tatmin edici yararlar (satisficing benefits) – Olumsuz etkiler görülmesine rağmen olumlu etkilerin daha ağır basması durumunda genel değerlendirmenin olumlu gerçekleşmesi

olasıdır.

- Karşılıklılık (reciprocity) – Algılanan yararlar yerel halkın maliyetlere katlanma konusundaki istekliliği ile denk olmalıdır. Diğer bir deyişle, halk ile etkinlik arasındaki kaynak alışverişi kabaca birbirine eşit gerçekleşmelidir.
- Adalet ilkesi (justice principle) – Yerel halk sakinleri destek veya katılımları için makul getiriler elde edebildiklerini hissederlerse olumlu algılar taşımaları daha olasıdır. Sonuçta tarafları birbirine bağlayan bir ilişki ortaya çıkıyorsa bu alışveriş ilişkisi dengeli olarak tanımlanmaktadır.

Bu nedenle sosyal alışveriş kuramı, yararları maliyetlerden daha fazla olarak algılayan yerel halk sakinlerinin büyük oranda turistler/ziyaretçiler ile alışveriş sürecine katılacaklarını ve toplumlarında turizm ve/veya etkinliklerin gelişimine daha çok destek olabileceklerini savunmaktadır (Chen, 2000, s.14).

#### **2.2.1.1.2. İçsel ve Dışsal Çalışmalar**

Sosyal alışveriş kuramının uygulaması yerel halkın etki algılarının ve bu algıları etkileyen -içsel (intrinsic) ve dışsal (extrinsic) değişkenleri kullanan çalışmalar aracılığıyla ortaya çıkarılabilecek- faktörlerin incelenmesine dayanmaktadır. Yerel halkın algılarıyla ilgili çalışmalar genelde içsel ve dışsal olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmaktadır (Faulkner ve Tideswell, 1997, s.21).

##### **2.2.1.1.2.1. Dışsal Çalışmalar**

Dışsal çalışmalarda makro düzeyde, yerel halkın tepkilerini bir bütün olarak toplum üzerinde ortak etkiye sahip olma anlamında biçimlendiren değişkenler kabul görmüştür. Etkinlikler bağlamında yerel halkın etki algılarını biçimlendiren birkaç dışsal değişkenin bulunduğu ortaya konmuştur. Bunlar etkinliğin yaşı, toplumun büyüklüğüne göre etkinliğin büyüklüğü, etkinliğin teması, mekânsal yoğunlaşma ve etkinlik için altyapı gereksinimleri şeklinde sıralanmaktadır (Fredline ve Faulkner, 2000, s.765).

##### **2.2.1.1.2.1.1. Etkinliğin Yaşı**

Kaç yıldır düzenlendiğiyle ilgili olarak etkinliğin gelişme aşaması yerel halkın etki algılarını biçimlendirebilecek bir etkendir. Bir etkinliğin uzun yıllardır gerçekleştiği

durumlarda, zaman içinde yerel halkın olumsuz etki algılarının genellikle azaldığı öne sürülmektedir. Bu süreç, zamanla daha iyi yönetmeyi ve etkinliğin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi öğrenen etkinlik düzenleyicilerinin artan deneyimleriyle açıklanabilmektedir.

Ayrıca yerel halkın etkinliğe uyum sağlama yetenekleri de yıllar geçtikçe artabilmektedir. Yerel halk etkinlikten uzak durma, etkinlik süresince kent dışına çıkma veya sadece festival süresince hoşgörebilecekleri belli bir düzeyde olumsuz etkiyi kabul etme gibi olumsuz etkilerle başa çıkma yollarını zamanla kendiliğinden geliştirebilmektedir (Fredline ve Faulkner, 2000, s.765).

#### **2.2.1.1.2.1.2. Etkinliğin Büyüklüğü**

Etkinliğin büyüklüğü, türü ve meydana getirdiği sosyal etkilerin düzeyi arasındaki ilişkiyi ele almak gerekmektedir (Fredline, 2000, s.78). Yani toplum odaklı küçük çaplı bir festivalle karşılaştırıldığında, daha büyük çaplı etkinliklerin daha çok etki yaratması beklenmektedir. Ne var ki etkinin düzeyini belirleyen salt etkinliğin büyüklüğü değildir. Gerçekleştiği ev sahibi toplumun büyüklüğüne göre etkinliğin büyüklüğü de mutlaka ele alınmalıdır. Sosyal etkiler konusunda yüksek nüfusa sahip bir topluma gelen az sayıda ziyaretçi en düşük düzeyde etkiye yol açabilecekken, düşük nüfuslu bir topluma gelen çok sayıda ziyaretçi genellikle çok yüksek düzeyde etkinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır (Hall, 2003, s.41).

#### **2.2.1.1.2.1.3. Etkinlik Teması**

Yerel halkın sosyal etki algılarını biçimlendiren diğer bir konu da ev sahibi toplumun etkinliğin temasını, toplumun yaşam biçiminin değerli yönlerini yansıtmaya ve kutlama anlamında yeterli görüp görmediğidir. Etkinlik ev sahibi toplum tarafından dışarıdan dayatma olmadan kendi içinden doğmuş olarak algılandıkça toplumun etkinliği kabullenme düzeyi artmaktadır (Derrett, 2004, s.39). Bu nedenle bir temanın topluma dayatılması genellikle ters tepmektedir. Kökleri toplumdan kaynaklanmayan bir festival yerel halk tarafında sahiplenilmeyebilmekte ve böylece festivalin başarısı ile uzun dönem sürdürülebilirliği risk altında kalabilmektedir (Getz, 1991, s.67).

Yalnızca festival teması değil aynı zamanda örgütlenmesi aracılığıyla toplumun festivalle bağlantısı da önemlidir. Toplum odaklı festivallerin en belirgin özelliği ev sahibi

yerel gönüllüler ve düzenleme kurulunun yerel üyelerini kullanarak toplumun desteğiyle örgütlenmeleridir. Düzenleyicilerin festivalin amaç ve hedefleri hakkında kendilerine göre bir anlayışları olsa bile, bu anlayışın daha geniş anlamda toplum tarafından paylaşıldığı durumlarda başarıya giden yol kısalabilmektedir. Düzenleyiciler toplumun geneline ters düşen bir vizyona sahip olduklarında festival için süregelen toplum desteğinin kaybedilmesi olasıdır (Gürsoy vd., 2004, s.177).

#### **2.2.1.1.2.1.4. Etkinliğin Mekânsal Yoğunlaşması**

Toplum içindeki bir etkinliğin konumu/konumları ele alınırken etkinliğin yarattığı sosyal etki çeşitlerinin mekân(lar)la ilişkisi ve bu ilişkinin ev sahibi toplumun geneline nasıl yayıldığı incelenmektedir. Bir etkinliğin toplumun geneline yayılan birçok mekânı kullanması durumunda sosyal etkilerin de bu geniş alana yayılması olasıdır. Tam tersine etkinlik sınırlı bir alanda gerçekleşiyorsa etkileri de sınırlı olacaktır. Etkilerin bir alanla sınırlandırılması hem olumlu hem de olumsuz etkileri kısıtladığı için bir tartışma konusudur. Bu nedenle toplum içindeki bir etkinliğin mekânsal yoğunlaşması gerçekleşecek etki çeşitlerini biçimlendirmektedir. Ayrıca, bu etkilere ulaşma ya da maruz kalma olasılığı ile ilgili belirleyici bir değişkendir (Fredline, 2000, s.78).

#### **2.2.1.1.2.2. İçsel Çalışmalar**

Etkinliğin yaşı, büyüklüğü, teması ve mekânsal yoğunlaşması bir etkinliğin sosyal etkileri hakkında yerel halkın algılarını etkilediği düşünülen dışsal değişkenleri ifade etmektedir. Dışsal çalışmalardaki değişkenler yerel halkın etki algılarını toplumun geneli düzeyinde biçimlendirmektedir ve bu değişkenlere bağlı olarak gerçekleşen etkilerin toplumun tüm üyelerini aynı şekilde etkiledikleri öne sürülmektedir. Oysa içsel çalışmalar ev sahibi toplumun çok çeşitli insanlardan/gruplardan oluştuğunu ve etki algılarının bireylerin kişiliklerinde ve koşullarındaki farklılıklara göre değişebileceğini kabul etmektedir (Fredline ve Faulkner, 2000, s.765).

Gold Coast Indy ve Avustralya Formula 1 Grand Prix etkinlikleri üzerine yapılan araştırmada (Fredline, 2006, s.17) bir dizi içsel değişkenin etkisi belirlenmiştir. Bu etkiler Tablo 2.5'te özetlenmiştir.

**Tablo 2.5. Yerel Halkın Etkinliklere Yönelik Tepkileriyle İlgili İçsel Değişkenler**

İÇSEL DEĞİŞKEN	OLUMSUZ	KAYITSIZ	OLUMLU
İkamet edilen yerin etkinlik alanına uzaklığı	Etkinlik alanına yakın yerlerde yaşayanlar	Etkinlik alanına uzak yerlerde yaşayanlar	Etkinlik alanına orta mesafede yaşayanlar
Etkinlik alanına seyahat	Sık gelenler	Çok ender gelenler	Orta sıklıkta gelenler
Turizmle ilgili olma	Turizmde çalışma eğilimi olmayanlar	Turizmde çalışma eğilimi olmayanlar	Turizmde çalışma eğilimi olanlar
Etkinlik konusunu ile özdeşim	Konu ile ilgisiz, bağlantısız	Konu ile ilgisiz, bağlantısız	Konu ile ilgili, bağlantılı
Sosyo-politik değerler	Maddecilikötesi (postmaterialist) değerlere eğilim – eşitlik ve sivil haklar	Karma değerlere eğilim	Maddeci (materialist) değerlere eğilim – güvenlik ve ekonomik büyüme

**Kaynak:** (Fredline, 2006, s.17)

İçsel değişkenler bu çalışmada ekonomik bağlantı, ziyaretçi etkinliklerine yakınlık, ziyaretçilerle ilişki düzeyi, sosyo-demografik özellikler, tema ile özdeşleşme ve katılım düzeyi başlıklarıyla ele alınmıştır.

#### 2.2.1.1.2.2.1. Ekonomik Bağlantı

Birçok çalışma bireyin turizme katılımı veya turizmle ekonomik bağlantısının etki algıları üzerinde belirleyici olduğunu öne sürmüştür. Bu çalışmalardaki ortak bulgu, olumlu algıların bireyin turizm endüstrisi veya belli bir etkinlik ile doğrudan bağlantısı ile ilişkilendirilmesidir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514; Brunt ve Courtney, 1999, s.503; Weaver ve Lawton, 2001, s.447).

#### 2.2.1.1.2.2.2. Etkinliklere Yakınlık

Çeşitli çalışmalar ziyaretçi etkinliklerine daha yakın bir konumda yaşayan yerel halk sakinlerinin daha olumsuz etki algılarına sahip olduğunu ortaya koymuştur (Korca, 1996, s.696; Cegielski ve Mules, 2002, s.57). Tam tersine, diğer çalışmalar ziyaretçi etkinliklerine yakınlığın daha olumlu etki algılarına yol açtığını belirlemiştir (Keogh, 1990, s.457). Perdue vd. (1990, s.593) birey ziyaretçi etkinliklerine ne kadar yakın bir yerde yaşıyorsa etkinliklerden hem olumlu hem de olumsuz olarak o kadar çok etkileneceğini öne sürmüştür.

### **2.2.1.1.2.2.3. Ziyaretçilerle İlişki Düzeyi**

Pizam (1978, s.11) ziyaretçilerle yüksek düzeyde ilişkinin turizmin etkileri konusunda olumsuz algılara neden olduğunu ortaya çıkarmıştır. Tersine, diğer çalışmalar ziyaretçilerle yüksek düzeyde ilişkinin olumlu etki algılarıyla sonuçlandığını belirtmiştir (Korca, 1996, s.696; Weaver ve Lawton, 2001, s.447). Bu karşıt bulgular ışığında ilişkinin türünü ele almak gerekmektedir. Örneğin kısa süreli veya geçici ilişkilerle karşılaştırıldığında, daha derinlemesine sosyal etkileşimler ve alışverişler hem olumlu hem de olumsuz etkilerin cereyan etmesi için daha büyük fırsatlar sağlamaktadır.

### **2.2.1.1.2.2.4. Demografik Değişkenler**

Demografik değişkenlerden yaşla ilgili olarak toplumun genç üyelerinin daha olumlu etki algılarına sahip olma eğilimleri belirlenmiştir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514). Daha yaşlı toplum üyelerinin de turizmin etkileri konusunda görece daha az olumlu algılar taşıdıkları öne sürülmüştür (Brougham ve Butler, 1981, s.573; Husbands, 1989, s.242). Cinsiyetin yerel halkın turizmin etkileri konusundaki algılarını biçimlendirmede genellikle bir rolü olmadığı bulunmasına rağmen (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514), Milman ve Pizam (1988, s.202) kadınların turizmle ilgili etki algılarının erkeklere göre daha olumsuz olduğunu belirlemiştir.

Eğitimle ilgili olarak yüksek eğitim düzeyine sahip olanların olumlu etki algılarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Hernandez vd., 1996, s.761). Yüksek düzeyde eğitimi olan bireylerin de genellikle yüksek gelir düzeyine sahip oldukları ortaya konmuştur. Bundan ötürü yüksek gelir gruplarındaki bireylerin turizmin etkilerini daha olumlu algıladıkları sonucu bulunmuştur (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514).

İstihdamın, turizmin etkileri konusunda yerel halkın etki algılarını biçimlendirdiği ifade edilmiştir. Haralambopoulos ve Pizam (1996, s.514) bir işte çalışan insanların etkilerle ilgili daha olumlu algılar taşıdığı sonucunu bulmuştur. İstihdamın mutlaka turizm sektöründe olması şart değildir. Genel anlamda istihdama katılan toplum üyelerinin olumlu algılara sahip olduğu belirlenmiştir.

#### **2.2.1.1.2.2.5. İkamet Süresi**

Bazı çalışmalar bir yerde görece kısa süredir yaşayanların daha olumlu etki algılarına sahip olduğunu bulurken (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514), daha uzun süredir yaşayanların daha olumsuz algıları taşıma eğilimleri de göze çarpmaktadır (Weaver ve Lawton, 2001, s.447; Ryan ve Cooper, 2004, s.14). Ne var ki bir yerde yaşama süresiyle ölçülen topluma bağlılığın, hem olumlu hem de olumsuz derecelendirmelere daha yüksek düzeylerde yol açabildiği öne sürülmektedir (McCool ve Martin, 1994, s.29).

#### **2.2.1.1.2.2.6. Tema ile Özdeşleşme**

Yerel halkın etkinliklerin etkileriyle ilgili algılarını konu alan çalışmalar, kendini etkinlik temasıyla özdeşleştiren toplum üyelerinin daha olumlu algılara sahip olduğu sonucunu bulmuştur (Cegielski ve Mules, 2002, s.57; Fredline ve Faulkner, 2002b, s.117).

#### **2.2.1.1.2.2.7. Katılım Düzeyi**

Etki algılarına yönelik çalışmalar aynı zamanda etkinliğe katılan yerel halk sakinlerinin genellikle daha olumlu algılara sahip oldukları sonucunu ortaya çıkarmıştır. Fredline ve Faulkner (2002a, s.107) etkinliğe katılanların ve etkinliği televizyondan naklen izleyenlerin en olumlu etki algılarını taşıdıklarını belirlemiştir. Benzer biçimde Cegielski ve Mules (2002, s.57) katılım sağlayan toplum üyelerinin diğerlerine göre daha olumlu etki algılarını ortaya koymuştur.

#### **2.2.1.1.3. Yerel Halkın Sosyal Etki Algılarıyla İlgili Analiz Teknikleri**

Bir önceki kısımda tartışıldığı gibi içsel çalışmalar ev sahibi toplumun türdeş (homojen) olmadığını kabul etmiş ve bireylerin farklı etki algılarını açıklamaya yardım eden çeşitli değişkenleri araştırmıştır. Her bireyin etki algılarını incelemenin bir uzantısı olarak bazı çalışmalar bir adım daha öteye gitmiştir. Bu çalışmalar sosyal etkilerin toplum içindeki alt-gruplar tarafından farklı algılanıp algılanmadığını belirlemeye çalışmıştır (Madrigal, 1995, s.94; Weaver ve Lawton, 2001, s.447; Williams ve Lawson, 2001, s.278; Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107).

Bu tür çalışmalar, grup içinde benzer algıları/ortak görüşleri taşıyan ve birbirlerinden bu

algı ya da görüşler aracılığıyla ayrılabilen grupları tanımlamak amacıyla genellikle kümeleme analizi teknikleri uygulanarak gerçekleştirilmiştir (Kachigan, 1986, s.384). Kümeleme analizi çalışmaları araştırmalara katılanların ve algılarının türdeş (homojen) olmadığını açıkça kabul ederek bir toplumu farklı gruplara ayırmaktadır. Bu çalışmaların değeri, gelecekteki planlama ve yönetim için sağladıkları bilgilerin yalnızca bir toplum üzerindeki genel etkileri değil, o toplum içindeki alt gruplar üzerindeki farklı etkileri de içermesinden kaynaklanmaktadır.

Hem turizm hem de etkinlikler yazınında bazı çalışmalar etki algılarını temel alarak yerel halk sakinlerini gruplara ayırmıştır (Weaver ve Lawton, 2001, s.447; Williams ve Lawson, 2001, s.278; Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107; Ryan ve Cooper, 2004, s.14). Bu çalışmalarda tanımlanan kümeler Tablo 2.6'da sıralanmıştır. Birinci sütun çalışmanın yazarlarını göstermektedir. İkinci sütunda ise turizm veya etkinliklerle ilgili olduğunu belirleyen çalışmanın konusu ortaya konmuştur. Üçüncü sütunda çalışmada tanımlanan kümeler sıralanmıştır.

Sonuçlar üç ve beş kümeli çözümlerin yaygın olduğunu ve tanımlanan küme türlerinde benzerliklerin var olduğunu ileri sürmektedir. Özellikle üzerinde durulması gereken sonuç, her çalışma için birer tane en olumlu ve en olumsuz kümenin tanımlanmış olmasıdır. En olumlu küme “hayranlar”, “hevesliler”, “destekleyenler”, “turizm lehtarları” veya “en olumlu” biçiminde adlandırılmıştır. Bu olumlu kümeler güçlü olumlu ve çok az olumsuz algılar taşımaktadır. Aynı zamanda bu kümeler gelecekteki turizm gelişimini veya etkinliğin sürdürülmesini desteklemektedir.

Diğer uçtaki en olumsuz kümelerin adları ise “nefret edenler”, “tedirgin olanlar”, “kötümserler”, “karşıtlar”, “turizm aleyhtarları” veya “en olumsuz” şeklinde değişkenlik göstermektedir. Bu en olumsuz kümeler çok az olumlu ve güçlü olumsuz algılara sahiptir. Bu kümelerin gelecekteki turizm gelişimine veya etkinliğin sürdürülmesine karşı olma eğilimleri bulunmaktadır.

Sözü geçen çalışmaların bazıları arasındaki bir diğer benzerlik ise nötr bir kümenin tanımlanmış olmasıdır. Bu kümeler de “ortadakiler”, “ortayolcular”, “kararsızlar” ve “vergi ödeyenler” biçiminde adlandırılmıştır. Daha az sayıdaki çalışmalarda ise bazı ek kümeler belirlenmiştir. Bunlardan en önemlisi Schroeder (1992, s.47), Madrigal (1995, s.94) ile Fredline ve Faulkner (2000, s.765) tarafından tanımlanan “gerçekçiler” kümesidir.

Gerçekçiler kümesi hem olumlu hem de olumsuz etkiler bakımından güçlü algılar taşımaktadır. Bu küme aynı zamanda ekonomik olarak turizmle veya etkinlikle bağlantılıdır ve turizmde ya da etkinlikte istihdam edilmiş kişilerden oluşmaktadır. Bu



durumda ilginç olan sonuç, endüstrinin birebir içinde olan bu kümenin güçlü olumsuz algılara sahip olmasıdır.

**Tablo 2.6. Yerel Halkın Etki Algılarıyla İlgili Çalışmalarda Tanımlanan Kümeler**

YAZAR(LAR)	ÇALIŞMA KONUSU	TANIMLANAN KÜMELER
Davis, Allen ve Cosenza (1988)	Turizm, Florida, ABD	Hayranlar, Belli bir nedenden ötürü hayranlar, Tedbirli Hayranlar, Ortadakiler, Nefret edenler
Schroeder (1992)	Turizm, Arizona, ABD	Hayranlar, Gerçekçiler, Nefret edenler
Ryan ve Montgomery (1994)	Turizm, Bakewell, Birleşik Krallık	Hevesliler, Ortayolcular, Tedirgin olanlar
Madrigal (1995)	Turizm, Sedona, ABD ve York, Birleşik Krallık	Hayranlar, Gerçekçiler, Nefret edenler
Fredline ve Faulkner (2000)	The Gold Coast Indy Car Race Queensland, Avustralya	Hayranlar, Kararsız destekleyenler, Gerçekçiler, Belli bir nedenle ilgili olanlar, Nefret edenler
Weaver ve Lawton (2001)	Turizm, Queensland, Avustralya	Destekleyenler, Nötr, Karşıtlar
Williams ve Lawson (2001)	Turizm, 10 kent, Yeni Zelanda	Hayranlar, Masumlar, Vergi Ödeyenler, Kötümserler
Fredline ve Faulkner (2002a)	Formula 1 Grand Prix, Melbourne ve Gold Coast Indy Car Race, Queensland, Avustralya	En olumlu, İlimli olumlu, Kararsız, İlimli olumsuz, En olumsuz
Ryan ve Cooper (2004)	Turizm, Raglan, Yeni Zelanda	Turizm lehtarları, Turizmin ne yanında ne de karşısında olanlar, Turizm aleyhtarları

**Kaynak:** (Schlenker, 2007, s.37)

Yerel halk sakinlerini gruplandırmaya yönelik önceki araştırmalar yerel halkın etki algılarını kümeleri oluşturmada temel olarak kullanırken, son zamanlardaki araştırmalar bu gruplandırmada demografik ve davranışsal değişkenler gibi diğer etkenleri de kullanmaya başlamıştır (Inbakaran ve Jackson, 2005a, s.328). Bu etkenler, belirlenmelerinde ve daha sonra hedef olarak ele alınmalarında sağladıkları kolaylık nedeniyle birçok araştırmacı tarafından kullanılmaktadır (Diaz-Martin vd., 2000, s.136; Jackson ve Inbakaran, 2006, s.357). Bu değişkenlerin başlangıçta kümeleri belirlerken kullanılmadığı çalışmalarda bile, sonuçta tanımlanan kümeler genellikle demografik değişkenlere göre yeniden incelenmekte ve bu değişkenlerin kümeleri birbirinden ayırt etmede etkisi olup olmadığını ortaya koymak için istatistiksel anlamlılık testleri gerçekleştirilmektedir (Inbakaran ve Jackson, 2005b, s.57).

Inbakaran ve Jackson (2005a, s.325) Avustralya'nın Victoria eyaletindeki beş turizm bölgesinde ikamet edenlerden oluşan bir örneklem kullanarak yerel halkın turizmin

etkileriyle ilgili algılarına yönelik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmada yerel halk sakinlerini belirgin gruplara ayırabilmek için kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Bu amaçla kümeler oluşturulurken temel olarak demografik ve davranışsal değişkenlerin birleşimi kullanılmıştır.

Demografik değişkenler cinsiyet, yaş, eğitim, yakınlık (mesafe), ikamet süresi ve etnisiteyi (ırksal köken) kapsamaktadır. Davranışsal değişkenler ise turizmle mesleki bir bağlantı, turizmle gönüllü bağlantı ve genel olarak turizm endüstrisi içinde olma şeklinde ele alınmıştır. Bu kümeleme değişkenlerini temel alan dört küme; “turizm endüstrisiyle bağlantı”, “turizmle düşük düzeyde bağlantı”, “turizm gelişimi konusunda nötr” ve “turizmle yüksek düzeyde bağlantı” şeklinde adlandırılarak tanımlanmıştır.

Ardından, elde edilen bu kümelerin turizmin etkileriyle ilgili algılarına göre değişiklik gösterip göstermedikleri incelenmiştir. Olumsuz tutumlarda kümeler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Turizmle düşük düzeyde bağlantı kümesi en olumsuz tutumlara sahipken, turizmle yüksek düzeyde bağlantı kümesi en az olumsuz tutumları yansıtmaktadır. Bu çalışmanın ilginç bir sonucu ise turizmle düşük düzeyde bağlantı kümesinin olumlu etkileri en yüksek olarak derecelendirilerek en olumlu tutumları taşıdığı bulgusudur (Inbakaran ve Jackson, 2005a, s.325).

Kümeleme analizi aracılığıyla elde edilen bilgi, festivalin planlanması ve yönetiminden sorumlu olanların toplumun farklı alt-gruplarının gereksinimlerine yönelik belli eylemleri hedef alabilmesini sağlamaktadır. Bu araştırma sonucunda demografik özelliklerin, kümelerin temelini oluştururken kullanılabileceği görülmüştür. Çünkü demografik özelliklere göre tanımlanmış kümelerin belirlenmesi ve bu nedenle hedeflenen eylemlerin kimlere yönelik olacağına tespiti etki algıları temeline göre daha kolaydır (Inbakaran ve Jackson, 2005b, s.57).

Etki algıları üzerine tanımlanmış kümeler genel olarak olumlu, olumsuz ve nötr olarak sınıflanmaktadır. Bu tür sınıflamalardan yola çıkarak toplumun alt-gruplarını belirlemek çok kolay değildir. Bu yöntemle karşılaştırıldığında demografik değişkenleri temel alan yöntem sonucu elde edilen kümelerin profilinde yaş ve cinsiyet gibi daha kolayca ayırt edilebilen özellikler kullanılmaktadır. Bu sayede toplum içindeki alt-gruplar daha kolayca tanımlanabilmektedir.

Bu tez çalışmasında da yerel halk sakinleri demografik ve davranışsal özelliklerine göre kümelere ayrılmıştır. Bunun amacı toplumun festival hakkında farklı duygular taşıyan alt-gruplarını belirlemektir. Ardından bu kümelerin sosyal etki algılarında farklılıklar olup olmadığı incelenmiştir.

#### 2.2.1.1.4. Etkinliklerin Sosyal Etkileriyle İlgili Ölçeklerin Gelişimi

Etkinliklerin etkileriyle ilgili ölçekler turizmin etkileriyle ilgili ölçeklerin gelişimiyle ilişkili olarak önceden yapılmış çalışmaların bir adım daha ilerlemesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Özellikle Lankford ve Howard (1994, s.127) ile Ap ve Crompton (1998, s.124) tarafından geliştirilen turizmin etkileri ölçekleri bu alandaki iki temel ölçme aracı olarak tanınmaktadır.

Etkinlikler alanında ise birbirinden bağımsız çalışmalar olmasına karşın, neredeyse eşzamanlı olarak ortaya çıkan bir dizi çalışma Fredline (2000, s.91), Delamere (2001, s.27), Delamere vd. (2001, s.14), Fredline vd. (2003, s.33), (Schlenker, 2002, s.37) ve (Schlenker ve Edwards, 2003, s.587) tarafından yürütülmüştür. Etkinliklerle ilgili bu etki ölçeklerinin faktör analizi kullanılarak iyileştirilmesi (refinement) de etkinliklerin sosyal etkilerinin daha derinlemesine incelenmesini sağlamıştır.

Delamere vd. (2001, s.14) var olan turizmin etkileri yazınının üzerine “Festivallerin Sosyal Etkileri Tutum Ölçeği”ni (Festival Social Impact Attitude Scale) [FSIAS]) geliştirmiştir. Bu ölçek yerel halkın toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili algılarını ölçme ve yorumlamada kullanılmaktadır. Sözü edilen çalışmada, toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili önermeler listesi çıkarmak için turizmin etkileri yazınının gözden geçirilmesiyle belirlenen etkiler de eklenerek nominal grup tekniği kullanılmıştır. Nihai liste önerme havuzunun içerik geçerliliği, açıklığı ve okunabilirliğiyle ilgili olarak uzman bilgisi ve görüşü elde etmek için Delphi süreci kullanılarak gözden geçirilmiştir (Delamere vd., 2001, s. 13).

Araştırmacılar adı geçen ölçeğin ön testini öğrencilerden oluşan bir örneklem üzerinde gerçekleştirmiştir. Temel bileşenler yönteminde (principal components) eğik döndürme (oblique rotation) kullanarak uygulanan faktör analizi, sosyal yararlar ve sosyal maliyetler adlı iki faktör belirlemiştir. Diğer faktör analizlerinde ise ikişer alt faktör elde edilmiştir.

Sosyal yararların alt faktörleri toplumun yararları ve kültür/egitim ile ilgili yararlardır. Sosyal maliyetlerin alt faktörleri ise yaşam kalitesiyle ilgili sorunlar ve toplumun kaynaklarıyla ilgili sorunlardır. Bu ölçek toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerini genel turizm gelişiminin sosyal etkilerinden ayrı bir biçimde tanımlaması nedeniyle, festivallerle ilgilenen araştırmacılara genel turizm etkileri ölçeklerinden daha değerli bir bilgi sunmaktadır.

Delamere (2001, s.27) Alberta-Kanada’da gerçekleşen Edmonton Folk Müzik

Festivali'nde sözü edilen ölçeğin doğruluğunu yeniden araştırmış ve ölçeği iyileştirmiştir. Yerel halktan seçilen örnekleme ölçeği içeren anketler dağıtılmıştır. Katılımcılardan belli etkilerin gerçekleşeceğini düşünüp düşünmediklerini (beklentilerini) derecelendirmeleri ve ayrıca bu etkilere yükledikleri önem düzeyini belirtmeleri istenmiştir.

Adı geçen ölçek beklentiler ve etkilere atfedilen önem konularında bilgi sağlarken, yerel halk üzerindeki etkinin türüne açıklık getirmemektedir. Yani etkinin olumlu/olumsuz ya da büyük/küçük olarak algılandığına dair bir bilgi içermemektedir. Ölçeğin Kanada uygulamasında faktör analizi ön testtekiyle aynı yöntemlere (temel bileşenler-eğik döndürme) tabi tutularak gerçekleştirilmiş ve bu süreç sonunda yine sosyal yararlar ve sosyal maliyetler adlı faktörler belirlenmiştir.

Bu durumda diğer faktör analizlerinde sosyal yararlar boyutunun toplumun yararları ve bireysel yararlar adlı iki alt faktörü ortaya çıkmıştır. Toplumun yararları alt faktörü toplum imajı, kimliği ve huzuru ile ilgili önermeleri kapsamaktadır. Bireysel yararları kapsayanlar ise yeni deneyimler ve yeni yetenekler geliştirme fırsatlarıyla ilgili olanlardır. Bu uygulama sonucunda ikinci ana faktörün altında hiçbir alt faktör bulunamamıştır. Kalabalık, trafik, çöp yığınları, gürültü, engellenme ve günlük yaşama müdahale ile ilişkili değişkenleri açıklamak için geniş anlamda sosyal maliyetler terimi kullanılmıştır.

Fredline vd. (2003, s.33) orta ve büyük ölçekli etkinliklerin sosyal etkilerini belirlemek için bir ölçek geliştirmişlerdir. Çalışma için Avustralya'nın Victoria eyaletinde gerçekleşen üç tane orta ve büyük ölçekli etkinlik seçilmiştir. Etkinliklerin gerçekleştiği toplumlarda yerel halk sakinlerine posta yoluyla anketler dağıtılmıştır.

Katılımcılardan etkinliğin bir sonucu olarak önerme konusunun değiştiğine inanıp inanmadıklarını ve değişimin yönünü (artma, azalma, değişiklik yok veya bilmiyorum seçenekleriyle) belirtmeleri istenmiştir. Bir değişimi algıladıklarını belirtirlerse bu değişimin hem kişisel yaşam kalitelerini hem de bir bütün olarak toplumu nasıl etkilediğiyle ilgili derecelendirmeleri hemen ardından sorulmuştur. Hem kişisel hem de toplumla ilgili derecelendirmeler 7'li Likert ölçeğine -3 (çok olumsuz etki) ile +3 (çok olumlu etki) aralığında yerleştirilmiştir.

Fredline vd.'nin (2003, s.33) geliştirdiği ölçek bir etkinin ortaya çıktığı konusunda hemfikir olan katılımcılara etkinin düzeyini bir Likert ölçeği üzerinde derecelendirme olanağı sağlarken, etkinin gerçekleşmemesini derecelendirme olanağı eksik kalmaktadır. Yani katılımcı bir etkinin gerçekleşmediğini algıladığını işaretlemişse araştırmaya aktarabileceği bütün bilgi bundan ibarettir. Örneğin etkinliğin bir sonucu olarak toplumun birlikteliği ile ilgili hiçbir değişiklik algılamayan bir katılımcı yalnızca bu düşüncesini

iletebilmektedir. Ölçekte gerçekleşmediği belirtilen bir değişkenle ilgili durumu olumlu veya olumsuz etki olarak algıladığını belirtme olanağı bulunmamaktadır.

Fredline vd.'nin (2003, s.33) geliştirdiği 45 önermeden oluşan ölçek, temel bileşenler ve varimaks döndürme yöntemleri kullanılarak faktör analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda sosyal ve ekonomik gelişmenin yararları, adalet ve sakıncalarla ilgili sorunlar, yerel tesisler üzerindeki etkiler, davranışlar ve çevre üzerindeki etkiler, toplum üzerinde uzun dönemdeki etkiler ve bazı ürün ve hizmetlerin fiyatları üzerindeki etkiler biçiminde adlandırılan altı faktör belirlenmiştir.

Schlenker (2002, s.38) toplum odaklı festivallerden kaynaklanan sosyal etkilerle ilgili olarak yerel halkın algılarını ölçmek amacıyla tasarlanmış olan Sosyal Etki Algısı-SEA (Social Impact Perception-SIP) ölçeğini geliştirmiştir. Adı geçen ölçek Green vd. (1990) tarafından turizmin çevresel etkilerini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiş bir çalışmada kullanılan ölçekten uyarlanmıştır (Schlenker vd., 2005, s.69).

Southern Highlands-Avustralya'da gerçekleşen bir toplum odaklı festival SEA ölçeğini test etmek için örnek olay olarak seçilmiştir. Ölçeğe Delphi tekniği uygulanarak pilot çalışma yapılmış, festivalden kaynaklanan sosyal etkiler konusunda toplumun uzman üyeleriyle küçük bir panel yapılarak onların bilgilerine başvurulmuştur. Turizm, hükümet ve iş dünyası temsilcilerini içeren toplum genelindeki 32 paydaşa posta yoluyla anketler dağıtılmıştır. Katılımcılardan, onlara göre önermede sözü edilen etkinin gerçekleştiğine inanıp inanmadıkları (evet, hayır veya bilmiyorum yanıt seçenekleriyle) sorulmuş ve sunulan ölçek üzerinde önermenin sahip olduğuna inandıkları etki düzeyini göstermeleri istenmiştir.

Etki düzeyi -5 (çok büyük olumsuz etki) ile +5 (çok büyük olumlu etki) aralığında değişen bir ölçek üzerinde temsil edilmiştir. Adı geçen ölçek, bütün bu yönleriyle yalnızca etkinin gerçekleşip gerçekleşmediğini belirlemekle kalmamakta, algılanan etkilerin inanış ve değerlendirme yönlerini de tanımlamaktadır (Schlenker ve Edwards, 2003, s. 584). Örneğin trafik sıkışıklığının gerçekleştiği konusunda yerel halkın hemfikir olduğunu bilmek festival düzenleyicileri için çok büyük bir değer taşımamaktadır. Bu konuda önemli olan trafik sıkışıklığının insanlar üzerinde ne çeşit etkisi olduğunu, bu etkinin olumlu mu olumsuz mu olduğunu ve çok mu büyük ya da çok mu küçük bir etki olduğunu belirten bilgidir. Bu bilgi, festivalin gelecekteki planlaması ve yönetimi için çok daha değerlidir.

Sözü edilen ölçek festivalin üzerlerinde yarattığı etkilerin gerçekleşmesi ve nitelikleriyle ilgili olarak yerel halk sakinlerinin algıları hakkında ayrıntılı bilgi sağlayabilmiştir. Ne var ki pilot çalışmanın küçük ölçekli olmasından ötürü faktör analizi

gibi çok değişkenli istatistiksel analizler adı geçen ölçeğe uygulanamamıştır. Bu nedenle, işleyişini görebilmek adına söz konusu ölçeğin bu tez çalışmasında başka bir ülkede, başka temalı bir festivalde ve daha büyük bir örneklem üzerinde test edilmesi amaçlanmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ'NİN YEREL HALK ÜZERİNDEKİ SOSYAL ETKİLERİ KONULU BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1. Yöntem

Bu bölüm, bu çalışmada “festivallerin gerçekleştiği toplumlar üzerindeki sosyal etkileri nelerdir?” sorusunu yanıtlamak için kullanılan araştırma tasarımını ortaya koymaktadır. Bu soruyu yanıtlamak için bazı amaçlar ele alınmıştır. Bunlar arasında toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin temelini oluşturan boyutları tanımlamak, ev sahibi toplumun festivalin sosyal etkileriyle ilgili beklenti ve algılarını belirlemek sayılabilir.

Bununla birlikte toplum dahilinde festivale yönelik duygularında farklılık olan belirgin alt grupların var olup olmadığını ortaya koymak, bu alt grupların toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili ayrı algılara sahip olup olmadığını sorgulamak ve bu araştırmanın yansımalarını gelecekteki toplum odaklı festivallerin planlaması ve yönetimi için ortaya koymak da çalışmanın diğer amaçlarıdır.

Bu amaçları gerçekleştirebilmek için toplum odaklı bir festival olarak 47 yıllık geçmişe sahip olan Antalya Altın Portakal Film Festivali seçilmiştir. Bu bağlamda nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birleştiren karma bir yöntem kullanılmıştır. Bu kısımda festivalin seçimi, veri elde etme yöntemleri, nitel ve nicel verileri çözümlenmede kullanılan yöntemler ile kullanılan yöntemlerden kaynaklanan sınırlılıklar ele alınmıştır.

##### 3.1.1. Festival Seçimi

Festivalin kaç yıldır sürdüğü, teması, örgütlenmesi, toplumla bağı, süresi ve yılın hangi zamanında gerçekleştiğini kapsayan ölçütler ele alınarak Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin seçimine karar verilmiştir.

Festivalin kaç yıldır sürdüğü, yerel halkın festivali benimsemesinin ve festivalle ilgili deneyiminin bir göstergesidir. Uzun yıllar boyunca süregelen festivallerin önceki yıllardan deneyimler ve sosyal etki çeşitliliği sağlayabileceği düşünüldüğünde, yerel halkın sosyal etki beklentilerini ve algılarını etkileme olasılığının daha yüksek olacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin en eski film festivali olarak 47 yıldır kesintisiz olarak gerçekleşmesi seçilen festivalin önemli özelliklerinden biridir.

Bu çalışmada festival seçilirken gözetilen en önemli nokta, festivalin temasıyla ve

örgütlenmesiyle tanımlanacak biçimde yerel halkla bağlantılı olmasıdır. Toplum dışındaki bir kaynaktan getirilmemiş, aksine tamamen toplumun içinden doğmuş bir temaya sahip bir festival seçilmeye çalışılmıştır. Bir toplumun kendi içinden doğarak evrilen festivallerin; o toplumun değer, ilgi ve özlemlerini yansıtan bir gösteri olarak ele alınabileceği öne sürülmektedir (Derrett, 2003, s. 50). Bu tür festivaller, genellikle toplum içi ilişkiler kurmak ve toplum huzurunu (community wellbeing) sağlamaya çalışmak amacıyla geliştirilmiştir. Bir diğer önemli konu da, toplum temelli özgün bir festivalin temsilcileri olan yerel halk sakinlerinin, festivalin planlama ve sahneye konma aşamalarına katılım olanakları ve bu olanaklar gözetilerek belirlenmesi gereken katılma düzeyleridir (Getz, 1991, s.67).

Seçilen festivalin teması olan sinema sanatı aracılığıyla, film endüstrisinin dünyadaki birçok örneğinde uygulandığı üzere, Türkiye'nin ve sahip olduğu destinasyonların dolaylı tanıtımına yoğunlaşarak turizm ülkesi imajını olumlu bir biçimde yaratmak yolunda çabalar ortaya konabilecektir. Bu sayede sinema sanatı kullanılarak oluşturulacak olumlu imaj ve tanıtımla turizm gelişimi desteklenecektir. Bir etkinlik olarak ziyaretçi çekmenin yanı sıra doğru ve olumlu konumlandırılan bir imaj yaratabilecek yapıtların yer aldığı bir film festivali, tanıtım ve turizm kapsamında destinasyon rekabetçiliğine katkıda bulunacaktır. Etkinlik temasının turizm endüstrisiyle bu bağlantısı festival seçimindeki bir diğer önemli etkidir.

Festival seçiminde ele alınan başka bir değişken ise ev sahibi toplumda algılanabilecek sosyal etki düzeylerinde ve çeşitlerinde değişiklikler yaratabileceği için festivalin yıl içinde kaç gün sürdüğü olmuştur. Araştırma için seçilen festivalin süresinin olası sosyal etkileri yaratacak kadar uzun, aynı zamanda olası etkilerinin sınırlanmış ve ölçülebilir olmasını sağlayacak kadar da kısa olması gerekmektedir. Festivalin gerçekleştiği zaman, yani Ekim ayının ikinci haftası araştırmacıya uygun olduğu için bir tercih nedenidir. Araştırmacının ikamet ettiği şehirde gerçekleşmesi nedeniyle ayrıca bir üstünlük sağlayan festival, zaman ve finansman kısıtları ele alındığında araştırmacıya birçok kolaylık sağlamıştır. Unutulmaması gereken diğer bir konu da Antalya Belediyesi, AKSAV (Antalya Kültür ve Sanat Vakfı) ve festival düzenleme kurulunun araştırmacıya her anlamda verdikleri destektir. Başlangıçta birçok festival belirlenmesine rağmen, tüm bu ölçütler ışığında (Tablo 3.1) araştırma için Antalya Altın Portakal Film Festivali seçilmiştir.



**Tablo 3.1. Festival Profili**

ÖZELLİKLER	ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ
Kent Nüfusu	1.919.729 (2009 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi)
Düzenlenen Festival Sayısı	47 – (2010’a kadar)
Tema	Sinema
Süre	5 gün (09-14 Ekim 2010)
Gerçekleştiği Zaman	Yılda bir, Ekim ayının ikinci haftası

### 3.1.2. Veri Toplama Yöntemleri

Bu araştırmada bazı nicel ve nitel yöntemleri birleştiren karma yöntem yaklaşımı kullanılmıştır. Festivalin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerini belirlemek için yarı-yapılandırılmış görüşme (mülakat), anketin ön testi, yerel halka yönelik anket, gözlem ve belge analizi yöntemleri kullanılmıştır.

#### 3.1.2.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme (Mülakat)

Festivalin düzenlenmesi ve yönetiminde sözü geçen paydaşlarla yarı yapılandırılmış görüşmeler (mülakatlar) gerçekleştirilmiştir. Yarı-yapılandırılmış görüşmeler önceden hazırlanmış sorular veya konular listesinin rehberliğinde yapılmaktadır ve sorularda kullanılan sözcüklerin veya soru sıralamasının değiştirilebilmesi esnekliğine sahiptir (Merriam, 1988, s.52). Görüşme sorularını festival planlama ve düzenleme, festivale yerel halkın katılımı ve festivalin sosyal etkileri gibi konulara odaklamak için ana başlıkları ve temel soruları içeren bir yarı yapılandırılmış görüşme kılavuzu oluşturulmuştur. Görüşmeler aracılığıyla elde edilen bilgiler festivali tanımlama, toplumun görünümünü ortaya çıkarma ve festivale ev sahipliği yapma sonucunda ortaya çıkabilecek sosyal etkileri belirleme konularında çok yararlı girdiler sağlamıştır.

Görüşme (mülakat) katılımcıları “amaçlı örnekleme yöntemi” (purposive sampling method) kuralları içinde seçilmiştir. Bu yöntemde araştırma için gerekli bilginin elde edilebileceği bir örneklem, araştırmacının yargısına göre ve amaçlı bir biçimde belirlenmektedir (Mertens, 2005, s.72). Diğer bir deyişle, bu yöntem sayesinde araştırmacının bulmaya çalıştığı belirli bilgilere en çok sahip olabilecek kişiler örneklem kapsamına alınmıştır. Görüşme katılımcıları festival düzenleme kurulunun üyeleri ve diğer

festival paydaşları arasından seçilmiştir. Katılımcıların belirlenmesinde festivalle ilgili web sitelerindeki bilgilerden yararlanılmıştır. Bu süreçte, diğer bir etken de katılımcıların görüşme yapma istekleridir. Katılım konusundaki kuşku ve kararsızlığı gidermek için görüşmelerin kimlerle gerçekleştiğinin açıklanmayacağı konusunda araştırmacı tarafından garanti verilmiş ve katılımcı kimlikleri kesinlikle açıklanmamıştır. Sonuç olarak altı tane yarı-yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların dördü festival düzenleme kurulundan, biri belediyeden ve sonuncusu da belediyeyle ve festivalle ilgili bir sivil toplum kuruluşundan belirlenmiştir.

Araştırmacı, festivalden iki ay önce başlayarak üç haftalık süre içinde görüşmelerini tamamlamıştır. Ayrıca, hazırlanan görüşme kılavuzu sayesinde, katılımcılara aynı genel sorular yöneltilerek görüşmeler arasında tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır. Bu durum araştırmacının görüşme süresince sorularda gerekebilecek ekleme, çıkarma veya düzeltmeleri yapmasına engel olmamaktadır. Örneğin bazı katılımcılar iki soruya tek yanıtla görüş belirtirken, bazı görüşmelerde akışa yardımcı olmak için sorular değişik sıralarla sorulmuştur. Görüşmeler 30-45 dakika aralığında sürmüştür ve resmi olmayan yerlerde (kafe, restoran vb.) gerçekleştirilmiştir.

### **3.1.2.2. Yerel Halkın Algılarına Yönelik Anket**

Araştırmada kullanılan anket Ek 1'de sunulmuştur. Anketin amacı, yerel halkın festivale ev sahipliği yapması sonucunda ortaya çıkabilecek bir dizi sosyal etki hakkındaki algılarını belirleyebilmektir. Araştırma süresince posta ve e-postanın yanı sıra yüz yüze görüşme aracılığıyla da geri dönüş sağlanmıştır. Anket uygulaması, festival süresince yüz yüze ve festival sonrasında posta ve e-posta gibi iletişim araçları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada kullanılan anket, yerel halkın toplum odaklı festivallerden kaynaklanan sosyal etki algılarını ölçmek amacıyla hem nicel hem de nitel yanıtlar elde etmek için tasarlanmış beş bölümden oluşmaktadır. Anket birkaç ölçme aracının birleşimiyle ortaya konmuştur. Birinci bölümde belirtilen SEA (Sosyal Etki Algısı) ölçeği Edwards ve Schlenker (2003, s.587) tarafından geliştirilmiştir. Anketin diğer bölümleri ise etkinliklerin sosyal etkileri alanında gerçekleştirilmiş araştırmalardan (Fredline, 2000, s.78) uyarlanmıştır.

Birinci bölümde katılımcılardan SEA ölçeğini kullanarak 41 sosyal etki önermesi hakkındaki görüşlerini iki kısımda belirtmeleri istenmiştir. İlk kısımda etkinin ortaya çıkışı

ile ilgili düşüncelerin üç yanıt seçeneğinden biri (“EVET”, “HAYIR” ve “BİLMİYORUM”) işaretlenerek ortaya konması gerekmektedir. İkinci kısımda ise “EVET” ya da “HAYIR” işaretleyenlerin önerme içeriğinin yarattığı etki düzeyini ölçek üzerinde belirtmeleri beklenmektedir. İlk kısımda “BİLMİYORUM” işaretleyenler ikinci kısımda işaretleme yapmayacaktır. İkinci kısımdaki derecelendirme ölçeği -5 ile +5 arasındadır ve bir örneği ile derecelendirilecek rakamlara karşılık gelen etki düzeyi anlamları Tablo 3.2’de sunulmuştur.

Ölçeğin -5’ten +5’e kadar bir derecelendirmeye sahip olması, olumlu ve olumsuz yanıt biçimlerine göre sıralama yapılabilmesine olanak vererek verilerin daha kolay bir biçimde ayrışmasını sağlamaktadır (<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/factor.htm>).

Schlenker ve Edwards (2003, s. 585), SEA ölçeğinin ortaya çıkmadığı belirtilen bir etkiyi dahi derecelendirme olanağı sağladığını belirtmiştir. Örneğin katılımcı etkinin ortaya çıkmadığını birinci kısımdaki “HAYIR” yanıtıyla ortaya koyduğu bir gözlemde bile, etkinin türü (olumlu “+” veya olumsuz “-” ) ve düzeyi (-5...+5) hakkındaki görüşlerini bildirme olanağına sahiptir. Bu durum, yalnızca gerçekleştiği algılanan sosyal etkilerin değil aynı zamanda gerçekleşmediği belirtilen etkilerin de kendi içinde olumlu veya olumsuz sonuçlar barındırabileceği görüşünü (Schlenker ve Edwards, 2003, s.585) desteklemektedir. SEA ölçeğinde kullanılan önermeler Fredline (2000, s.91), Delamere vd. (2001, s.13) ve Schlenker ve Edwards (2003, s.585) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan uyarlanmıştır.

**Tablo 3.2. Sosyal Etki Algısı Ölçeğinden Örnek ve Etki Düzeyi Derecelendirmesi**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI			ETKİ DÜZEYİ										
	E	H	BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Festival süresince caddeler kalabalıktır.														
-5 = çok büyük olumsuz etki	-4 = büyük olumsuz etki		-3 = orta olumsuz etki	-2 = küçük olumsuz etki			-1 = çok küçük olumsuz etki							
			0 = nötr/ etki yok											
+1 = çok küçük olumlu etki	+2 = küçük olumlu etki		+3 = orta olumlu etki	+4 = büyük olumlu etki			+5 = çok büyük olumlu etki							

Anketin ikinci bölümünde yer alan soru ve önermeler Fredline (2000, s.91) ve Edwards ve Schlenker (2003, s.587) tarafından ortaya konmuştur. Bu soru ve önermeler turizmle bağlantı, yaşanan yere bağlılık ve temayla özdeşleşme düzeyleri gibi birçok faktörü

içermektedir. Bu “kümeleme değişkenleri” toplumun benzerlik gösteren üyelerini belirtilen özelliklere göre sınıflamada kullanılmıştır. İkinci bölümde 1-6 arasındaki sorularda “1- kesinlikle katılmıyorum” ile “5- kesinlikle katılıyorum” aralığında değişen beşli Likert ölçeği kullanılarak katılımcılardan yaşanan yere bağlılık, festivale yerel halkın katılımı ve sosyal etkilerin topluma yayılmasıyla ilgili algı düzeylerini bildirmeleri istenmiştir. 7-11 arasındaki sorularda ise festivalle ilgili olarak temayla özdeşleşme, katılım, ilgi ve destek konuları ile genel duygular ve tutumları belirlemek amaçlanmıştır. 12-18 aralığındaki sorularda turizmle ve festivalle ilişkili geçmiş ve güncel bağlantıların yanı sıra festivalle ekonomik bağlantılar “EVET-HAYIR” yanıt seçenekleri ile sorgulanmıştır.

Anketin üçüncü bölümünde ise katılımcılar hakkındaki temel demografik ve geçmişe ait bilgilerle ilgili sorular bulunmaktadır. Yaş, cinsiyet, doğum yeri, kentte ikamet süresi, eğitim, meslek ve gelir gibi değişkenlerle ilgili bulgular bu tür sorular aracılığıyla elde edilmeye çalışılmıştır. Buradaki yanıtlarla ikinci bölümdeki yanıtlar, benzer toplum üyelerini bir arada sınıflayarak kümeler oluşturmada kullanılmıştır.

Dördüncü bölümde Fredline’ın (2000, s.91) çalışmasından uyarlanan bir dizi açık uçlu soruya yanıt aranarak yerel halkın festivalin sosyal etkileriyle ilgili ilk beklentileri ve genel algıları ortaya konmaya çalışılmıştır. Birinci soruda, festivali düşündüklerinde yerel halkın aklına gelen ilk sözcük sorulmuştur. İki, üç ve dördüncü sorular Fredline’ın (2000, s.91) araştırmasından alınmasına rağmen, o çalışmada kullanılan algı sorularına ilk beklentilerle ilgili soruların eklenmesiyle daha ayrıntılı yanıtlar aranmaya çalışılmıştır.

### **3.1.2.2.1. Anketin Ön Testi**

Ön test, araştırma tasarımında görülebilecek temel sorunların belirlenmesi ve giderilmesi amacıyla bir grup katılımcıyla veri toplama aracının sınanmasıdır (Zikmund, 2000, s. 273). Ön test araştırmacının veri toplama aracında yer alan önerme, sınıflama ve soruların geçerli ve güvenilir olup olmadığını belirlemesine olanak sağlamaktadır. Özü itibarıyla ön test veri toplama aracının ne kadar iyi çalıştığını saptamak için yürütülmektedir. Hair vd.’ne (1998, s.157) göre, ön test uygulanması gereken iki konu bulunmaktadır. Birincisinde anketin uzunluğu, düzeni, okunabilirliği ve tasarımı sınanmaktadır. İkinci olarak, soruların belirsiz, yüklenmiş veya iki yönlü olma durumu ile kayıp veriler, uygunluk ve bilinçsiz önyargılar incelenmelidir.

Anketin, üzerinde çalışılan topluma ve konuya uygunluğu da ön test çalışması sonucunda belirlenmektedir. Bu nedenle katılımcılardan anket sorularının toplum ve

festivale uygunluğu konusundaki görüşlerini belirtmeleri istenmiştir. Bu amaç doğrultusunda üniversite çalışanları, öğrencileri ve festival çalışanlarından oluşan toplam 102 kişiye festivalden bir ay önceki süreçte ön test uygulanmıştır. Bu işlem sırasında anketteki bilgiler 47. Altın Portakal yerine 46. Altın Portakal, 2010 yılı yerine 2009 yılı kullanılarak değiştirilmiş ve katılımcılar bir önceki yılın anketini değerlendirecek biçimde yönlendirilmiştir.

Ön test sonucunda katılımcılardan elde edilen yorumlar anketi son ve kullanılabilir biçimine getirmek amacıyla kullanılmıştır. Bu yorumlar sonucunda bazı değişiklikler yapılmıştır. Birinci bölümdeki etki önermeleri başlangıçta 43 taneyken, ön test katılımcılarının yorumları ve tez izleme toplantılarında kararlaştırılan değişiklikler ışığında bu sayı 41'e düşürülmüştür. Ayrıca, dört önermenin söz diziminde ve bazı sözcüklerinde düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Bu değişiklikler Ek 2'de gösterilmiştir. İkinci ve üçüncü bölümlerdeki sorularda da ön testte belirtilen yorumlar doğrultusunda, söz dizimi ile sözcüklerde birkaç değişiklik yapılmıştır ve bazı sorulara birkaç yeni yanıt seçeneği eklenmiştir. Araştırmada kullanılan anketin en son hali Ek 1'de sunulmuştur.

### **3.1.2.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem**

Adrese dayalı nüfus kayıt sistemine (2009) göre Antalya'nın tüm ilçeleri dahil nüfusu 1.919.729 olarak belirlenmiştir (<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>). Festivalin sosyal etkilerinin Antalya yüzölçümünde yoğun olarak hissedilebileceği merkez ilçeleri olarak 396.906 nüfuslu Muratpaşa, 394.672 nüfuslu Kepez, 106.478 nüfuslu Konyaaltı ve 40.555 nüfuslu Döşemealtı'nda ikamet eden hanehalkı hedef alınmıştır. Ancak sözü edilen bu dört merkez ilçenin toplam nüfusu olan 938.611 kişilik hanehalkından 0-15 yaş aralığında olanlar bu araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu yaş grubu toplam nüfustan çıkarıldığında kalan 721.379 kişi araştırmanın evrenini (anakütlesini) oluşturmaktadır. Bu kadar büyük bir sayıdaki hanehalkına ulaşmak zaman, finans ve denetim açısından neredeyse olanaksız olduğundan bu araştırmada 2250 adet anket festivalin son iki günü ve festival sonrasında posta, e-posta yoluyla veya elden dağıtılmıştır. Posta yoluyla dağıtım konusunda, Antalya İl Nüfus Müdürlüğü'nden araştırma için hazırlanmış yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyleri vb. özelliklere uyan hanehalkı adreslerinin bulunması konusunda yardım istenmiş; ancak bu istek kurum tarafından yasal bulunmadığından rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca festivalin son iki günü bilimsel araştırma standı kurularak yüz yüze anketler yapılmış ve yine festival sonrasında

AKSAV ile Antalya Belediyesi'nin resmi web sitelerinden doldurulan anketlerin geri dönüşü sağlanmıştır. Böylece festival alanından ve internet kullanıcılarından da görüşler elde edilmiştir. Bu yöntemler sonucunda festivalin son iki gününde 268, festival sonrasında ise 270 anketin geri dönüşümüyle birlikte toplam 538 ankete ulaşılmıştır. Anketlerin 179 tanesi yüz yüze doldurulmuş, 293'ü posta ile ve 66'sı e-posta ile geri dönmüştür.

Krejcie ve Morgan'ın (1970, s.608) örneklemin anakütleyi temsil etmesiyle ilgili bulguları Tablo 3.3'te incelenmiştir. Anakütle sayısının artması, örnekleme daha fazla katılımcıyı dahil etmeyi gerektirmektedir. Ancak anakütle sayısı arttıkça örneklem sayısını artırma gerekliliği doğrusal (lineer) biçimde artmamaktadır. Diğer bir deyişle, anakütle sayısındaki artış, tabloda izlenebileceği gibi belli bir sayıya (100.000) kadar sürmektedir. 100.000 kişilik bir anakütleyi 384 kişilik bir örneklemin temsil edebildiği görülmektedir. Güven düzeyi %95 ve güven aralığı 5 olarak belirlendiğinde, bu sayıdan sonrası için doğru seçilmiş 384 kişilik bir örnekleme, 100.000 veya 15.000.000 kişiden oluşan anakütleleri temsil arasında bir fark bulunmamaktadır (Sekaran, 1999, s. 255).

**Tablo 3.3. Krejcie ve Morgan'ın Anakütleden Çekilecek Örneklem Sayısı Tablosu**

N*	S*	N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	100	80	280	162	800	260	2800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3500	246
25	24	130	97	320	175	950	274	4000	351
30	28	140	103	340	181	1000	278	4500	351
35	32	150	108	360	186	1100	285	5000	357
40	36	160	113	380	181	1200	291	6000	361
45	40	180	118	400	196	1300	297	7000	364
50	44	190	123	420	201	1400	302	8000	367
55	48	200	127	440	205	1500	306	9000	368
60	52	210	132	460	210	1600	310	10000	373
65	56	220	136	480	214	1700	313	15000	375
70	59	230	140	500	217	1800	317	20000	377
75	63	240	144	550	225	1900	320	30000	379
80	66	250	148	600	234	2000	322	40000	380
85	70	260	152	650	242	2200	327	50000	381
90	73	270	155	700	248	2400	331	75000	382
95	76	270	159	750	256	2600	335	100000	384

\*"N" anakütle büyüklüğü "S" örneklem büyüklüğünü temsil etmektedir.

Güven Düzeyi = %95, Güven Aralığı = 5

**Kaynak:** (Krejcie ve Morgan, 1970, s.608)

Anakütleyi temsil edecek örneklem büyüklüğü hesaplanırken bilinmesi gereken iki kavram vardır. “Güven aralığı veya hata payı” (Confidence interval – margin of error) genellikle televizyon ve gazetelerde anket sonuçları açıklanırken kullanılan artı veya eksi değerdir. Örneğin, sorulan bir soruya %32’si evet yanıtı veren bir örneklemde, güven aralığı 4 olarak belirlendiğinde, aynı soru anakütleye sorulduğunda %28 (32-4) ile %36 (32+4) oranları arasında evet yanıtı gerçekleşecektir. “Güven düzeyi” ise bu çıkarımdan ne kadar emin olunabileceğini ifade etmektedir. Belli bir güven aralığındaki sonuçlara anakütlenin yüzde kaç oranında örneklemle aynı yanıtı vereceği şeklinde açıklanmaktadır. Güven düzeyinin %95 olması, örneklemde elde edilen sonucun %95 oranında kesinlik gösterdiğini belirtmektedir. Araştırmacıların genellikle kullandıkları %95 güven düzeyinde ve 5 güven aralığında örneğe bakıldığında, anakütlede aynı soru sorulduğunda evet yanıtının %28 ile %36 arasında çıkacağından %95 emin olunabilir. Diğer bir deyişle, anakütlenin tamamına aynı soru 100 kere sorulursa 95’inde evet yanıtları belirtilen aralıkta (%28-%36) çıkacaktır.

Olasılık matematiği, örneklem büyüklüğü ile anakütle arasındaki oran küçük yüzdeleri aşmadığı sürece anakütlenin büyüklüğünün pek bir anlam ifade etmediğini ispatlamaktadır. Örneklem sayısının temsildeki önemi anakütlenin daha az sayıda, küçük ve bilinen bir grup insandan oluştuğu durumlarda (örn: bir derneğin üyeleri) ortaya çıkmaktadır. Anakütle çok fazla veya bilinmeyen sayıda kişiden oluştuğunda örneklemin de büyük olma gerekliliği doğrusal olarak artmadığından bu araştırmada 450 adet anketin geri dönüşü hedeflenmiştir. Festivale katılma durumu, yaş, cinsiyet, festivalle ilgili duygular, meslek vb. ayrımlarda elde edilen yüzde dağılımları; örneklemin belli sınıflamalarda yığılmadığının ve rastgele olduğunun bir göstergesidir.

### 3.1.2.2.3. Anket Uygulaması

Bu çalışmada yerel halkın rolünü ve çalışmanın amacını açıklamak için anketle beraber bir üst yazı sunulmuştur (Ek 1). Geri dönüş oranını arttırmak amacıyla ikişer anket dağıtılmaya çalışılmıştır. Postayla ve elden dağıtım yoğun olarak 15.10.2010-15.12.2010 gibi kısa bir tarih aralığında gerçekleştiğinden, sözü edilen yöntemler sonucunda dağıtılan toplam 2250 anketten 538 adet kullanılabilir anket geri dönmüştür. Böylece, araştırmanın geri dönüş oranı %23,9 olarak hesaplanmıştır. En az giderle en çok kişiye ulaşmayı sağlayan posta ve e-posta anketlerinde kabul gören %10-%25 (Kaplowitz vd., 2004, s.94) arası geri dönüş oranı ele alındığında, bu araştırmada elde edilen sonuç yeterlidir.

### 3.1.2.3. Gözlem

Nitel gözlem bir olayın doğal bir biçimde gerçekleştiği yerde yapılmalıdır. Bu sayede, araştırılan vakayla ilgili olarak insanların doğal davranışları belirlenmeye çalışılmaktadır (Creswell, 2009, s.86). Araştırmacı, festivalde yaşananları birebir görebilmek için olanaklar elverdiği ölçüde festivalin birçok etkinliğinde bizzat bulunmuştur. Festivali tanımlarken ve ev sahibi toplumun profilinden söz ederken bu gözlemlerden oldukça yararlanılmıştır.

Gözlemde herhangi bir sınırlama yapılmamıştır. Diğer bir deyişle, gözlem yapılandırılmamıştır. Nitel gözlemciler konuya uygun kavramlar veya sınıflamalar aramakta özgürdür. Yani, önceden belirlenmiş ölçüm veya yanıt sınıflamalarıyla sınırlandırılmazlar. Bu nedenle, araştırmacı gözlemden elde ettiği her türlü ilginç veya araştırmaya uygun ayrıntıyı not alabilmelidir. Gözlemler katılımcılar, etkileşimler, günlük yaşam, törenler, yorumlar ve sosyal örgütlenmenin her türlü yönünü kapsayabilir (Cresswell, 2009, s.86).

Bu araştırmada, gözlemler gerçekleştiği anda veya o andan çok kısa bir süre sonra, gözlenenlere hissettirilmeden not edilmiştir. Araştırmacı, düzenleme kurulu ve diğer birkaç görevli tarafından tanınsa da, katılımcıların çoğu tarafından bilinmediğinden Cresswell'in (2009, s.87) "bilinmeyen gözlemci" (unknown/covert observer) tanımına daha çok uymaktadır.

Anket sonuçlarını yorumlarken elde edilen kişisel gözlemler yol gösterici olmuştur. Festivalin birçok etkinliğini birebir yaşamak ve gözlemler yapabilmek, araştırmacının festival haftasında neler olduğuyla ilgili bilgi ve deneyim sahibi olmasını sağlayarak yorumların daha sağlıklı yapılmasına katkıda bulunmuştur.

### 3.1.2.4. Belge Analizi

Araştırmada kullanılan belgelerden en yararlı olanları düzenleme kurulu tarafından örgütlenme yapısı, operasyon şeması, festivalin tarihçesi ile festivalde dağıtılan program, broşür ve kataloglardır. Ayrıca internet üzerinden ulaşılabilen festivalle ilgili bilgi ve belgelere AKSAV ve Antalya Belediyesi'nin web sitesinden, Antalya ile ilgili nüfus istatistiklerine ise Antalya İl Nüfus Müdürlüğü'nün web sitesindeki adrese dayalı nüfus kayıt sistemi kullanılarak ulaşılmıştır.



Araştırmanın konusu ve uygulamanın yapıldığı etkinlikle ilgili kayıt ve belgelerin çözümlenmesinin amacı, üzerinde çalışılan konunun daha derinlemesine analizini gerçekleştirebilmektir. Sözü edilen bir dizi belgenin ve kaydın analizi araştırmacıya konunun kapsamını anlamasında yardımcı olmaktadır. Festivali tanımlama ve festivalin gerçekleştiği toplumun profilini çıkarma süreçlerinde bu belge ve kayıtlardan elde edilen bilgiler kullanılmıştır. Ayrıca, belge analizinden elde edilen bilgilerle, resmi olmayan (informal) gerçeklikler karşılaştırılarak doğrulukları sorgulanmıştır. Yerel halkın açık uçlu sorulara yanıtlarındaki resmi olmayan gerçeklikler, belgelerde sunulan resmi çerçeveye örtüştürülmelidir (Hodder, 1998, s.117).

### **3.1.3. Veri Analizi Yöntemleri**

Bu araştırmada sözü edilen veri toplama yöntemlerinden elde edilen verilerin çeşitliliği birkaç farklı nicel ve nitel yöntemin kullanımını gerektirmektedir. İzleyen paragraflarda bu çalışmada kullanılan veri analizi yöntemleri özetlenmektedir.

#### **3.1.3.1. Nicel Veri Analizi Yöntemleri**

Yerel halkın algıları anketinden elde edilen veriler Microsoft Excel programına kodlanarak girilmiş ve SPSS (Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) kullanılarak analiz edilmiştir. Bir dizi betimleyici istatistik hesaplanmış ve ardından veri setine faktör ve kümeleme analizleri uygulanmıştır.

##### **3.1.3.1.1. Betimleyici İstatistikler**

Frekanslar bir dizi nicel değişken için sıklık sayısı ve yüzdeleri gösterirken, ortalamalar yalnızca sayısal değişkenlerin aritmetik ortalamasını temsil etmektedir (Veal, 2006, s.159). Frekanslar, ankette yer alan kümeleme değişkenlerinin ve demografik verilerin sunumunda kullanılmıştır. Sosyal etkilerin ortaya çıkışıyla ilgili kısımda her yanıt sınıflamasındaki (“evet”, “hayır” ve “bilmiyorum”) katılımcı yüzdelerinin hesaplanmasında da frekanslardan yararlanılmıştır. Bu işlemin ardından her bir yanıt sınıflamasına bağlı olan ve -5 ile +5 arasında değişen etki düzeyi ortalaması hesaplanmıştır. Bu ortalama, SEA ölçeğinde bir etki düzeyini temsil etmektedir.

### 3.1.3.1.2. Faktör Analizi

Sosyal etkileri sınıflandırıp sayıca azaltarak boyutlar oluşturabilmek için SEA ölçeğinde yer alan 41 önermeye SPSS (Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) kullanılarak faktör analizi uygulanmıştır. İzleyen paragraflarda özetlenen faktör analizi verileri yeniden kodlama, veri eleme, faktör çıkarma, faktör yapısı kararı ve faktör döndürme (factor rotation) adlı beş ana basamaktan oluşmaktadır.

Katılımcılardan elde edilen yanıtlar faktör analizine tabi tutulmaya uygun değildir. SEA ölçeği her etki önermesi için iki bölümlü yanıt şıklarına sahiptir. Birinci bölümde etkinin ortaya çıkışıyla ilgili “evet”, “hayır” ve “bilmiyorum”, ikinci bölümde ise -5 ile +5 arasında etki düzeyini temsil eden yanıt seçenekleri bulunmaktadır. Faktör analizini uygulayabilmek için SEA ölçeğindeki verilerin yeniden kodlanması gerekmektedir. İlk olarak -5 ile +5 arasındaki ölçek yeniden kodlanmıştır. Tablo 3.4’te gösterildiği üzere yeni etki düzeyi ölçeği aralığı 1’den 11’e kadardır. Bu işlem sayesinde veri dosyasında negatif (“-“) değerlerin olması sonucunda ortaya çıkacak sorunlar ortadan kalkmıştır. Bu durumda, ölçeğin temsil ettiği değerlerin sıralaması, 1 çok büyük olumsuz, 6 nötr-etki yok ve 11 de çok büyük olumlu etkiye karşılık geldiğinden ötürü değişmemiştir. Örneğin +4 olarak derecelendirilen bir etki 10 olarak yeniden kodlanacak ve yine büyük etki anlamını taşıyacaktır.

**Tablo 3.4. Ölçeğin Yeniden Kodlanması**

Özgün Kodlama	ETKİ DÜZEYİ										
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
Yeniden Kodlama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

İkinci olarak, etkinliğin ortaya çıkışıyla ilgili yanıtları “evet” ve “hayır” olarak sınıflamaktan kaynaklanan bir karmaşıklık bulunmaktadır. Bu nedenle, bu kısımdaki bütün yanıtların aynı biçime dönüştürülmesine karar verilmiştir. Bunu gerçekleştirirken, bütün “hayır” yanıtları “evet” yanıtlarına dönüştürülmüş ve aynı zamanda bu yanıtlara yüklenen etki derecelendirmeleri de tersine çevrilerek kodlanmıştır. Bunun sonucunda elde edilen tümü “evet” seçeneğinde toplanmış yanıtlar, özgün derecelendirmelerinin temsil ettiği anlamlarını korumuştur. Örneğin trafik sıkışıklığı ile ilgili önermeye +4 derecelendirmesiyle HAYIR yanıtı veren bir katılımcı, trafik sıkışıklığı yaşamamanın olumlu bir etki olduğunu ifade etmektedir. Bu yanıtlar, yeniden kodlamak için tersine

çevrildiğinde; HAYIR yanıtı EVET, +4 derecelendirmesi ise -4 (Tablo 3.4'te gösterilen ölçekte 2'ye karşılık gelen) olacaktır. Yeniden kodlanmış biçimiyle bu önerme trafik sıkışıklığının olumsuz bir etki olduğunu, özgün önermedeki anlamıyla tersinden anlatmaktadır. Yani hala ilk yanıtlama biçimindeki anlamı olan trafik sıkışıklığı yaşamamanın olumlu bir etki olduğu algısını ifade etmektedir.

Veri eleme, SEA ölçeğinde %90'dan fazla kayıp verisi olan durumlar şeklinde açıklanan sorunlu durumların silinmesini gerektirmektedir. Elde edilen 538 anketten toplam 34 tanesi bu nedenle analiz dışında bırakılmıştır. Geriye faktör analizi uygulanabilecek 504 anket kalmıştır. Aynı zamanda 41 önermeden iki tanesi de (“artan suç oranı” ve “yasaklanmış madde kullanımı”) %50'den fazla kayıp veriye sahip olduğundan sorunlu değişkenler olarak ele alınmış ve faktör analizinden önce veri setinden çıkarılmıştır. Örneklemin 504 kişiden oluşması en az 100 kişiyle gerçekleştirilmesi gereken faktör analizi (Sekaran, 1999, s. 258) için yeterli bir sayıyı ifade etmektedir. Ayrıca, değişken sayısının örneklem büyüklüğüne oranı da incelenmesi gereken bir diğer etkidir. Faktör analizi uygulayabilmek için asgari oran bir değişkene beş katılımcı düşmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu veri setinde elde edilen oran 13'e yakındır ve faktör analizine uygundur. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem uygunluğunun ölçümü (measure of sampling adequacy), değişkenler setinin ne kadar ortak olduğunun bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Ölçümde elde edilecek 0.6'nın üzerinde bir sonuç faktör analizi için uygun olarak kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 1996, s.53). Bu çalışmada elde edilen sonuç 0.884'tür. Buna ek olarak, örneklem uygunluğu ölçümü tüm değişkenler için tek tek gerçekleştirilmiş ve hepsinde önerilen 0.6 değeri aşılmıştır. Korelasyon matrisi, 0.3 ve üzerinde önemli sayılabilecek korelasyonların varlığını görebilmek için incelenmiş ve verilerin faktörleştirilebileceği iddiasını destekleyecek biçimde 0.3'ün üzerinde birçok değere rastlanmıştır. Son olarak, kayıp verilerin ikili silme (pairwise deletion) yöntemiyle ele alınması kararlaştırılmıştır.

Faktör analizinin amacı toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin altında yatan boyutları tanımlamak olduğundan, ortak faktör analizi (common factor analysis) yöntemi uygulanmıştır. Bu çalışmada uygulanan faktör analizi Türkiye'de ilk kez kullanılan değişkenler setini özetleyen asıl faktörleri tanımlamaya yöneliktir. Ortak faktör analizi, korelasyonu en yüksek olacak şekilde düzenlemektedir. Bu yöntemin dışında en çok kullanılan temel bileşenler analizi (principal component analysis) yönteminin özelliği ise yeni bileşenleri en yüksek varyansı verecek şekilde seçmesidir. Bu yöntem veri setinin altında yatan yapıyı tanımlamaktan çok veri azaltmak ve özetlemek için kullanılmaktadır

(Hair vd., 1998, s.500).

Faktör sayısına karar verirken en çok kullanılan ölçütler Kaiser'in durma kuralı (Kaiser's stopping rule), özdeğerlerin dağılımı (scree plot), açıklanan varyans yüzdesi ve en basit yapıdır. Özdeğerleri birden büyük olan faktörleri belirlemek için Kaiser'in durma kuralı kullanıldığında yedi faktör tanımlanmıştır. Bu ilk faktörleşmeden sonra özdeğerlerin dağılımını gösteren serpilme diyagramı (scree plot) incelenmiş ve birkaç çözümlü denemelerde bulunulmuştur. Bu tür durumlarda ilk elde edilen yapıdan bir iki eksik veya fazla faktörlü deneme sonuçlarının incelenmesi önerilmektedir (Hair vd., 1998, s.501). Bu bilgiler ışığında nihai sonuca karar vermek için beş, altı ve yedi faktörlü yapılar karar ölçütlerine göre incelenmiştir. Bu durumda faktör yapıları sonucunda varyansın açıkladığı yüzdeler, en yüksek yüzdeyi en az faktörle açıklama dengesi gözetilerek ele alınmalıdır (Kachigan, 1986, s.384). Buna ek olarak "her değişkenin ağırlıklı olarak ve mümkün olduğunca bir faktöre yüklendiği" (<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/factor.htm>) en basit faktör yapısı elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen faktör yapılarını sözü geçen karar ölçütlerine göre inceledikten ve karşılaştırdıktan sonra varyansın %61.6'sını açıklayan altı faktörlü yapıda karar kılınmıştır.

Faktör analizindeki son basamak "faktörlerin anlamlarında daha keskin ayrımlar yapabilmek için" (Kachigan, 1986, s. 390) bir faktör döndürme yöntemi uygulamaktır. Döndürme, faktör yüklerini basit yapıya (simple structure) dönüştürmekte ve böylece faktörlerin yorumuna yardımcı olmaktadır. Faktör döndürme dik ve eğik döndürme (orthogonal-oblique rotation) adlı iki yöntemle gerçekleştirilir. Faktör yapısı kararında sözü edilen en basit yapıya dik döndürme ile ulaşılamadığı durumlarda, eğik döndürme yönteminin denenmesi önerilmektedir (Thompson, 2004, s.79). Dik döndürmenin tersine eğik döndürme faktörler arasındaki bağımsızlığı sağlamak yerine birbirleriyle ilişkili faktörlerin oluşumuna izin vermektedir. Veri elde etme aracındaki önermelerin birbirleriyle ilişkili olduğuna inanılan araştırmalarda, ortaya çıkacak faktör de büyük olasılıkla ilişkili olarak bulunacaktır ve bu nedenle eğik döndürme yönteminin kullanımı uygundur (Hair vd., 1998, s. 110). Sosyal etki önermelerinin birbirleriyle ilişkili oldukları öngörüsü nedeniyle, bu araştırmada eğik döndürme yöntemi kullanılmıştır.

### 3.1.3.1.3. Kümeleme Analizi

Kümeleme analizi tanımlanan belli özellikler grubu temelinde birbirine benzeyen nesnelere veya insanları belirlemek ve sınıflamak için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Hair ve Black, 2000, s.152). Kümeleme analizine farklılaştırılmamış bir gruba başlanmakta ve seçilen değişkenler üzerinde farklılık gösteren alt-gruplar oluşturmaya çalışılmaktadır. Buradaki amaç kümeler arasındaki farklılığı en yüksek düzeye çıkarırken küme için farklılığı en aza indirgeyecek sayıda küme çözümüne ulaşmaktır (Kachigan, 1986, s. 404).

Toplumda yer alan farklı alt-grupların festivalle ilgili duygularını incelemek için SPSS kullanılarak veri setine kümeleme analizi uygulanmıştır. Kümeleme analizi küme değişkenlerinin seçimi, kümeleme yöntemi, küme sayısı kararı ve küme çözümünün geçerliliği adlı dört ana basamaktan oluşmaktadır.

Alt-grupları belirlemeden önce, katılımcıların hangi özellikler grubuna göre ve sonuçta elde edilen kümelerin hangi temelde kümeleneceğine karar verilmelidir. Kümeleme değişkenlerinin seçimi, genellikle kuramların ve uygulamaların birleşimi göz önüne alınarak gerçekleştirilmektedir (Hair vd., 1998, s.501). Buradan yola çıkılarak Tablo 3.5'te sunulan demografik ve davranışsal değişkenler belirlenmiştir. Kümeler başlangıçta az sayıda değişkene göre tanımlanmış olmasına rağmen, yorum ve küme profili çıkarma süreçlerinde diğer uygun değişkenlere göre değerlendirilmeler eklenmiştir.

**Tablo 3.5. Kümeleme Değişkenleri**

DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER	DAVRANIŞSAL DEĞİŞKENLER
Cinsiyet	Festival İçin Çalışma
Yaş	Turizm Endüstrisiyle Mesleki Bağlantı
Doğum Yeri	Festivalden Ekonomik Yararlar Elde Etme
Kente İkamet Süresi	Festivalle İlgili Duygular
Festival Alanına Uzaklık	Festivale İlgi ve Destek Düzeyi
Eğitim Düzeyi	Festival Haftası Yapılanlar
Meslek	
Gelir	

Kümeleme analizinde bölümlenme ve hiyerarşik (partitioning-hierarchical) olarak adlandırılan iki ana yöntem bulunmaktadır (Arimond ve Elfessi, 2001, s.394). Bölümlenme yönteminde önce küme sayısı belirlenmekte ve kümeler arasında dengeli bir dağılım

sağlanana kadar gözlemlerin tekrar gruplanmaktadır. K-Orta (K-Means) kümeleme, bölümlenme yöntemlerinin arasında en çok kullanılanıdır. K-Orta kümelemenin özellikle bir nüfus üzerine yapılan ve küme sayısı ile ilgili herhangi bir önyargının bulunmadığı araştırmalarda uygulanmasının en temel sakıncası, küme sayısını önceden belirlemeyi gerektirmesidir (Arimond ve Elfessi, 2001, s.394). Hiyerarşik yöntemlerde ise mevcut grupların birleşme veya bölünme sıralamalarını gösteren hiyerarşik bir yapı oluşturulmaktadır. Bu yöntemler 250'den az gözlemi içeren küçük veri setlerinde uygulanmalıdır (<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/PA765/cluster.htm>).

Bu iki temel yöntemin dışında iki aşamalı bir süreçte bölümlenme ve hiyerarşik kümeleme yöntemlerini birleştiren daha yeni bir yöntem geliştirilmiştir. İlk aşamada tüm gözlemleri birbirine benzeyen alt-kümeler oluşturulmaktadır. Log-likelihood (kayıt benzerliği) mesafesi ölçümünü temel alarak her gözlemin bir önceki alt-kümeye katılma veya yeni bir küme oluşturma durumu belirlenmektedir. Bu süreç tamamlandıktan sonra belirlenen alt-kümeler istenen nihai küme sayısına ulaşana kadar gruplanmaktadır. Bu işlem yığınsal hiyerarşik kümeleme yöntemi (agglomerative hierarchical clustering method) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Hiyerarşik olarak küme oluşturmak farklı sayıda küme çözümlerine sahip birçok sonuç elde etmeyi sağlamaktadır. En uygun küme sayısının seçimi, Bayes Bilgi Ölçütü -BBÖ- (Bayesian Information Criterion - BIC) kullanılarak SPSS aracılığıyla yapılmaktadır. Bu seçim her hiyerarşik kümeleme aşamasında en yakın iki küme arasındaki mesafenin en düşük olduğu BBÖ (BIC) değerine ulaşıldığında gerçekleşmiş olacaktır ([http://www.norusis.com/pdf/SPC\\_v13.pdf](http://www.norusis.com/pdf/SPC_v13.pdf))

Bu araştırmada iki aşamalı kümeleme yöntemi seçilmiştir. Çünkü bu yöntem gözlem sayısının çok olduğu durumlarda kullanılabilen, sürekli ve kategorik (continuous and categorical) değişkenleri ele alabilen, küme sayısını otomatik olarak belirlemek veya birkaç farklı küme sayılı çözümler sunabilmektedir. Örneklem sayısının 538 olması ve bu sayının 250'yi geçmesi nedeniyle bu araştırmada hiyerarşik kümeleme yöntemi tek başına kullanılmamıştır. Ayrıca K-Orta kümeleme yöntemi de, yüksek gözlem sayılarında kullanılabilir olmasına karşın, bulunacak küme sayısının önceden bilinmesini gerektirdiği için bu çalışmada kullanılmamıştır.

En uygun küme sayısının kararını verme konusunda en büyük zorluk doğru veya yanlış küme sayısının bulunmamasıdır. En uygun küme sayısı ile ilgili nesnel ölçümler veya belirlenmiş ölçütler bulunmamakta, daha doğrusu nihai küme çözümü araştırmacının alacağı kararı gerektirmektedir. Bazı araştırmacılar en uygun küme sayısına karar vermeden önce bir dizi küme çözümlerinin incelenmesini ve karşılaştırılmasını

önermektedir (Hair vd., 1998, s. 479). Bu nedenle, bu araştırmada en uygun yapıyı belirleyebilmek için iki kümeli deneme beş kümeliye kadar dört olası çözüm denenmiştir.

Küme sayısına karar verirken en yaygın kullanılan ölçütler arasında çözümün genel yorumlanabilirliği, kuramlara uygunluğu ve/veya uygulamaya yönelik çıkarımları ve her değişkenin kümeleri farklılaştırmaya yaptığı katkı sayılabilir (Hair vd., 1998, s.479; Hair ve Black, 2000, s.157). Kümeler incelendiğinde kümeler arasında belirgin farklılık göstermeyen değişkenler, elde edilen sonucun niteliğini ve yorumlanabilirliğini etkileyecektir ve bu yüzden analizden çıkarılmalıdır (Punj ve Stewart, 1983, s.145). Bu sayede yalnızca kümeler arasındaki farklılaşmada payı bulunan değişkenlerin temel alınmasıyla birlikte, kümeler daha belirgin bir biçimde açıklanabilecektir (Hair vd., 1998, s.480). Bu araştırmada kümeleme değişkenleri belirlendiğinde veri setinde yer alan cinsiyet, doğum yeri ve festival alanına uzaklık değişkenleri; kümeler arasında anlamlı farklılık göstermediklerinden analiz dışına alınmıştır.

Dört farklı küme çözümü adı geçen ölçütlere göre incelenip karşılaştırıldıktan sonra, beş kümeli çözüme ulaşan ve en açık biçimde farklılaşan sonuçta karar kılınmıştır. Bu çözüm %26.1 ile en büyük iki kümeye ve %10.3 ile en küçük kümeye dağılarak kabul edilebilir aralıklarda küme büyüklükleri meydana getirmiştir.

Analiz sonucu elde edilen çözüm belli düzeyde öznellik taşıdığından, küme çözümünün anakütleyi temsil ettiğini ve bu nedenle genellenebilirliğini ve zaman içindeki değişmezliğini sorgulamak önemlidir. Küme çözümünün geçerliliği, genellikle örnekleme ikiye bölerek oluşturulacak iki yeni örneklem üzerinde ayrı ayrı kümeleme analizi gerçekleştirme yoluyla ortaya konmaktadır (Hair vd., 1998, s. 501). Bu yöntem sonucunda küme çözümleri yeni iki örneklemde de benzerlik göstermelidir.

Bu araştırmada da örneklem ikiye bölünerek iki farklı iki aşamalı kümeleme analizi uygulanmıştır. Ortaya çıkan sonuçta, beş kümeli çözüm her iki örneklemde de tanımlanmıştır. Elde edilen küçük farklılık küme büyüklüklerinde ve kümelerin ortaya çıkma sıralarındadır. Ancak bu farklılık iki yeni örneklemde elde edilen sonuçların toplam örneklemde elde edilmiş beş kümeli nihai çözümün geçerliliğini kanıtlanmasına engel değildir.

### 3.1.3.1.4. ANOVA ve Post Hoc (Ondan Sonra) Testleri

Kümeleme analizi sonucu ortaya konan beş kümenin festivalle ilgili farklı algılar taşıyıp taşımadıklarını sorgulamak için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. ANOVA birkaç grup arasında, ortalama skorlardaki anlamlı farklılıkları tanımlamaktadır ve bu nedenle elde edilen beş kümeyi sosyal etki algılarını temel alarak karşılaştırmada kullanılmıştır. Kümeler arasındaki anlamlı farklılıkları belirlemede, gruplar arası varyansın grup içi varyansa oranıyla elde edilen F istatistiği kullanılmıştır. Yüksek bir F istatistiği değeri, belli bir sosyal etki değişkeninde bir veya birden fazla grubun ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olduğunun göstergesidir (Pallant, 2005, s.214).

ANOVA testinin temelinde, varyansların tektürelliği (homojenliği) için Levene testi kullanılarak sorgulanan, her grubun ortalamalarında eşit varyanslar olduğu varsayımı yatmaktadır. Varsayılan bu kural çiğnendiğinde, ANOVA sonuçları yerine Welch ve Brown-Forsythe testlerine başvurulmalıdır. Çünkü bu test sonuçlarını kullanmak için eşit varyanslara gerek yoktur (Pallant, 2005, s.215). Karşılaştırılan grupların büyüklükleri oldukça farklı sayılarla ifade ediliyorsa genellikle eşit olmayan varyanslar ortaya çıkmaktadır. Bu araştırmada, elde edilen beş kümenin üye sayıları 40 ile 101 arasında değiştiğinden ve bu durum Levene testinin çiğnenmesine yol açacağından, ANOVA yerine Brown-Forsythe testi sonuçları kullanılmıştır.

ANOVA testleri kümelerin ortalama skorları arasında bir yerde anlamlı farklılıklar olduğunu belirlerken, bu farklılıkların nerede yattığını göstermemektedir (Pallant, 2005, s.215). Bununla ilgili ayrıntıları, yani hangi kümenin/kümelerin diğer(ler)inden farklı olduğunu tanımlamak için, bir “ondan sonra” (post hoc) testi yapılmalıdır. Bu testlerin SPSS’te en yaygın kullanılanı Tukey’in çoklu karşılaştırma prosedürüdür (Tukey’s multiple comparison procedure). Bu test sonucunda hangi ortalama çiftlerinin birbirinden anlamlı farka sahip olduğu tanımlanmaktadır. Bu işlem sırasında tüm ortalama çiftleri karşılaştırılmaktadır. Bu araştırmada da Tukey’in çoklu karşılaştırma prosedürü en çok farklılaşan ortalama çiftlerini belirlemek amacıyla kullanılmıştır (Ek 3).

### 3.1.3.2. Nitel Veri Analizi Yöntemleri

Yarı yapılandırılmış görüşmeler, gözlem ve anketin dördüncü bölümündeki açık uçlu sorulara verilen yanıtlar nitel veriler olarak incelenmiş, sınıflanmış ve nicel bulguların yorumlarında kullanılmıştır.



Karma yöntemli veri analizinde genellikle “kesişen yollar analizi” (crossover track analysis) kullanılmaktadır. Bu yöntemde nicel ve nitel verilerin çözümlemesi ayrı ayrı yapılmakta, sonrasında iki yöntemde kesişen bulgular daha ileri karşılaştırmalar ve çözümlemelerde kullanılmaktadır (Greene vd., 2005, s.276). “Tipoloji geliştirme” (typology development) kesişen yollar analizinin bir çeşididir. Tipoloji geliştirme yönteminde bir veri analizi türüyle elde edilen bulgular diğer türle elde edilen bulguları incelerken çerçeve olarak kullanılmaktadır (Greene vd., 2005, s. 276). Sözü edilen analiz bu araştırmada beklenti ve algılarla ilgili açık uçlu nitel yanıtları kodlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Nitel verileri kodlarken kullanılan yapı ve çerçeve nicel veri analizinde saptanan altı faktör boyutudur. Nitel yanıtlarda beklenen etkiler, SEA ölçeğinin içerdiği 41 önermeye göre kodlanmıştır. Bu önermeler olumlu ve olumsuz etki sınıflarına ayrılmıştır. SEA ölçeğindeki etkilerle örtüşmeyen etkiler de “yerel halkın belirlediği etkiler” olarak kodlanmıştır. Ardından, kodlanan etkiler faktör analizinden elde edilen altı boyuta göre sınıflandırılmıştır.

Nitel algı verileri de beklentilerin gerçekleşip gerçekleşmediğine göre kodlanmıştır (“etkinin gerçekleştiğini algıladım”-“etkinin gerçekleştiğini algılamadım”-“bilmiyorum”). Bunun yanı sıra, bazı katılımcılar gerekçeli yanıtlar verdiklerinden iki kod daha eklenmiştir (“gerekçeli algılama: evet”-“gerekçeli algılamama: hayır”).

Her yanıt veya metin kodlandıktan sonra “kavramsal analiz” kullanılarak gözden geçirilmiştir. Kavramsal analizin amacı belli metin(ler) içinde belli kavramların yer alıp almadığını saptamaktır. Araştırmacı bu işlemi gerçekleştirirken, elde edilen metinlerde çeşitli biçimlerde ifade edilen açık uçlu yanıtları kodlayarak ve sıklıkla dile getirilen konuları belirlemiştir. Nitel sonuçların tümü bu bölümün bulgular ve tartışma başlığı altında sunulmuştur.

#### **3.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Araştırmanın sınırlılıklarından biri araştırma konusunun özel olarak festivallerin ev sahibi toplumlar üzerindeki sosyal etkilerine odaklanmasıdır. Sosyal etkiler ev sahibi toplumun günlük yaşam kalitesini etkilemekte ve yaşam biçimi, değerler, sosyal etkileşimler ve kimliklerde değişikliklere yol açmaktadır. Festivallerin ekonomik, çevresel ve politik olarak da bir dizi etki çeşitleri bulunmaktadır. Adı geçen bu boyutlar araştırma kapsamı dışında kalmaktadır. Ancak bu durum boyutlar arasında belirgin sınırlar olduğu ve birbirlerinden bağımsız oldukları anlamına gelmemektedir. Bu boyutlar birbirleriyle

etkileşim içindedir ve bu nedenle bazı durumlarda belli sosyal etkilerin diğer boyutları ya da belli diğer boyutların sosyal etkileri biçimlendirdiğini söylemek olasıdır.

İkinci olarak, bu çalışmada etkinliklerin sosyal etkileriyle ilgili araştırmayı gerçekleştirmek için toplum odaklı festivaller etkinlik türü olarak seçilmiştir. Toplum odaklı festivaller iki nedenle sosyal etki çalışmalarını ilerletebilmek için ideal bir ortam ve içeriğe sahiptir. Sınırlı bir coğrafi konum içinde gerçekleşen görece küçük bir etkinlik biçimini temsil ettiğinden, sözü edilen festivaller inceleme ve araştırma için daha kontrol edilebilir özellikler taşımaktadır. Aynı zamanda, bu tür festivaller diğer büyük ölçekli etkinliklere göre ev sahibi toplumla çok daha güçlü bağlara sahiptir. Bu bağ ev sahibi toplum üzerindeki olumlu ve olumsuz etki türlerini belirlemede çok önemlidir. Etkinlik türlerine göre inceleme yapıldığında toplum odaklı festivallerin olimpiyat oyunları gibi mega etkinliklerden daha farklı etki çeşitlerine neden olabileceği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca temanın kendisi de etkilerin niteliklerini biçimlendirebilmektedir. Örneğin bir müzik festivalinin yol açtığı etkiler, bir diğer sanat veya kültür etkinliğinden kaynaklanan etkilerden oldukça farklı olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu çalışmada festival temasının etkileri nasıl biçimlendirdiği konusuna odaklanılmamıştır. Ancak temanın etkisi bulguların genellenmesinde ele alınması gereken bir etkidir.

Üçüncü olarak bu araştırma toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin ev sahibi toplum tarafından algılandığı biçimde incelenmesi ile sınırlı kalmıştır. Bu yaklaşımla yerel halk sakinleri festivalin üzerlerinde yarattığı etkiler hakkında yorum yapabilmeye olanağını elde etmiştir. Bunun ötesinde gelecekteki çalışmalarda bu araştırma kapsamı dışında kalan sponsorlar, medya ve ziyaretçiler gibi diğer turizm paydaşları da konu edilmeli ve onların etki algıları da belirlenmelidir.

Araştırmanın uygulamayla ilgili sınırlılıklarının başında ön test için belirlenen katılımcıların yalnızca üç kaynaktan (üniversite çalışanları, üniversite öğrencileri ve festival çalışanları) elde edilmesi bulunmaktadır. Bunun nedeni araştırmadan kısa bir süre önce ve mümkün olan en kısa zamanda ulaşılabilecek bir ön test örnekleme belirleme zorunluluğudur. Bunu gidermek için katılımcılara olabildiğince geniş açıklamalarda bulunulmuştur. Bu konuda ortaya çıkabilecek önyargı (bias), katılımcıların festival hakkında ortalamanın üzerinde bilgiye sahip olabilecek gruplardan seçilmesi olabilir.

Veri toplama aracı olarak kullanılan yerel halkın algıları anketiyle ilgili sınırlılıklar incelendiğinde, ağırlıklı olarak posta yöntemiyle gerçekleşen bir uygulamada en az giderle en fazla örnekleme ulaşma üstünlüğüne karşın, örneklemin özseçimi (self-selection) ve yanıtlanmama sorunları da ortaya çıkabilmektedir. Posta yoluyla ankete katılma veya

katılmama kararını kişiler kendi kendilerine verdiklerinden, örneklemin oluşumu bu karar sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu özseçim (self-selection) süreci örnekleme “yanıtsızlık önyargısı” (non-response bias) adıyla bilinen olası bir önyargı kaynağını doğurmaktadır (Veal, 2006, s.159). Bu araştırmada yanıt alınmama nedenleri finansal yetersizliklerden ötürü araştırılmamasına rağmen, bu tür önyargıyla ilgili bazı varsayımlarda bulunulabilir. Veal (2006, s.159) ister olumlu ister olumsuz “söyleyecek bir şeyi olanlar”ın, kayıtsız insanlara göre anketleri doldurup geri dönüş sağlamaya daha eğilimli olduğunu öne sürmektedir. Festival hakkında çok olumlu veya çok olumsuz görüşlere sahip yerel halk üyelerinin örnekleme çoğunluğu oluşturma olasılığı doğrultusunda, geri dönüşü sağlanan anketlerden elde edilen veriler incelendiğinde; katılımcıların profili uç noktalardaki görüşlerin baskın olmadığını göstermektedir. Katılımcı profili “festivali beğenenler”, “festivale katılanlar” ile “festivali beğenmeyenler ve bu nedenle ya festivalden uzak duranlar ya da yaşam biçimlerini ona göre ayarlayanlar” biçimindeki dört yanıt seçeneğine birbirine yakın yüzdelerle dağılan bir örnekleme ifade etmektedir. Bu sınıflamadaki dağılımla saptandığı gibi, yanıtlar yalnızca olumlu ve olumsuz uçlardaki düşünceleri değil, aynı zamanda ılımlı ve zıt duygular taşıyan görüşleri de önemli ölçüde kapsamaktadır.

Anketin dördüncü bölümündeki açık uçlu sorularla ilgili olası bir sınırlılık, festival sonrasında yapılan ankette festival öncesi beklentilerin de sorulara katılmasıdır. Katılımcılar, anket uygulaması yoğunlukla festival sonrasında gerçekleştiğinden bu beklentilerini tam olarak anımsamamış olabilir. Bu durumu engellemek adına beklenti sorularında “festivale tanıklık etmeden önce” belirteci kullanılmıştır.

Araştırmacının kendi önyargıları ve araştırma sırasında katılımcıları etkileme potansiyeli de ele alınmalıdır. Goodson ve Phillimore (2004, s. 33) her araştırmacının, gerçekleştirdiği çalışmaya farklı tutumlar, bakış açıları, ideolojiler vb. gibi araştırmayı etkileyen farklı nitelikler eklediğini öne sürmektedir. Araştırmacı, katılımcıları kendi önyargıları, değerleri ve bakış açıları yönünde etkilememek için mümkün olduğunca çaba göstermiş ve tarafsız kalmaya çalışmıştır.

### 3.2. Bulgular ve Tartışma

Bu alt-bölümde görgül (ampirik) araştırmadan elde edilen bulgular sunulmuştur. Bu bulgular, izleyen araştırma sorularını yanıtlamaya yöneliktir:

- Toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin temelini oluşturan boyutlar nelerdir?
- Ev sahibi toplumun festivalin sosyal etkileriyle ilgili beklenti ve algıları nelerdir?

- Toplum dahilinde festivale yönelik duygularında farklılık taşıyan belirgin alt gruplar var mıdır?
- Sözü edilen alt gruplar varsa, bu alt gruplar toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili ayrı algılara sahip midir?

İlk kısımda araştırma için seçilen Antalya Altın Portakal Film Festivali'yle ilgili özet bilgiler yer almaktadır. İkinci olarak araştırmaya katılanların demografik bilgileri ortaya konmuştur. Üçüncü olarak toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin temelini oluşturan altı boyutlu faktör analizi sonuçları sunulmuştur. Dördüncü olarak da ev sahibi toplumun festivalin sosyal etkileriyle ilgili algılarıyla ilgili nicel sonuçlar bir araya getirilmiştir. Bu kısım, yerel halkın algılarını belirlemeye yönelik anketin bir bölümü olan 41 soruluk SEA (SIP - Social Impact Perception - Sosyal Etki Algısı) ölçeği aracılığıyla elde edilen nicel verileri temel almaktadır. Beşinci olarak, yerel halkın sosyal etkilerle ilgili beklenti ve algılarına yönelik açık uçlu sorulara verilen yanıtlar tartışılmıştır. Bu nitel verilerle önceden elde edilen nicel veriler, faktör analizi aracılığıyla belirlenen altı sosyal etki boyutu kullanılarak ortaya konmuştur. Bu boyutlar nitel verilerin düzenlenmesinde ve sunumunda uygun bir yapı olarak seçilmiştir. Son olarak, kümeleme analizinin sonuçları sunulmuştur. Analiz sonucunda beş küme belirlenmiş ve bu kümeler toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili farklı algılarına göre tanımlanmıştır.

### 3.2.1. Festivalle İlgili Bilgiler

Antalya Altın Portakal Film Festivali, Avrupa ve Asya'nın en köklü film festivallerinden biri, Türkiye'nin ise en eski ve uzun soluklu film festivalidir. İlki 1964 yılında gerçekleştirilen festivalin kesintisiz bir biçimde her yıl sahneye konmasıyla birlikte 2010 yılında 47.si düzenlenmiştir. Festival, yılda on milyona yakın turist çeken Antalya'nın turizmde yüksek sezonu bitirdiği Ekim ayının ikinci haftasında gerçekleşmektedir.

1950'li yılların ortalarında, tarihi Aspendos Tiyatrosu'nda düzenlenmeye başlayan konserler ve tiyatrolar, Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin temel taşı oluşturmaktadır. Halkın yoğun ilgi gösterdiği ve her yıl yaz aylarında yapılan gösteriler gelenekselleşmiş ve 1960'lı yılların başına kadar bir şenlik havasında süregelmiştir. Şenlik, Dr. Avni Tolunay'ın 1963 yılında belediye başkanı olmasıyla, sinemayı da bünyesine alarak "Antalya Altın Portakal Film Festivali"ne dönüşmüştür. Dr. Avni Tolunay önce

Antalya için bir amblem arayışı içinde olmuş ve yörenin simgesi olan portakalı, deniz, tarihsel öğeler ve Venüs heykeliyle bütünleştirmiştir. Portakal sadece amblemin içine girmekle kalmamış, film festivalinin de ismi olmuştur.

1964 yılında güç koşullarla gerçekleştirilen ilk festivale ilgi çok büyük olmuştur. Festivalin özündeki misyon, "Türk sinema sektörünü maddi ve manevi olarak desteklemek, Türk film yapımcısını nitelikli yapıtlar üretmeye teşvik ederek Türk Sineması'nın uluslararası platforma açılmasına zemin hazırlamak" olarak belirlenmiştir. 1964 -1973 yılları arasında bu çizgide devam eden Altın Portakal Film Festivali 1973 yılında belediye başkanlığına seçilen Selahattin Tonguç tarafından da sürdürülmüştür.

1978 yılında plastik sanatları da bünyesine alan festivale, bu dalda uluslararası kimlik kazandırılmak istenmiştir. 1985 yılına kadar Antalya Belediyesi önderliğinde gerçekleşen festival, o yıl dönemin belediye başkanı Yener Ulusoy öncülüğünde kurulan Antalya Kültür Sanat Turizm Vakfı tarafından düzenlenmeye başlamıştır. 1985 yılında, festivale "Akdeniz Akdeniz" adlı uluslararası müzik yarışmasını da ekleyerek yeni bir boyut katan Yener Ulusoy; Akdeniz ülkelerini kapsayan bu yarışmayı 1985 - 1988 yılları arasında Altın Portakal Film Festivali ile birlikte gerçekleştirmiştir.

Festival, 1989 - 1994 yılları arasında, Antalya Belediye Meclisi üyeleri, turizm kuruluşları ve Antalya Ticaret Odası temsilcilerinden oluşan "Festival Yürütme Kurulu" adlı platform tarafından düzenlenmiştir. Festival organizasyonu, 1995 yılından itibaren, Antalya Büyükşehir Belediyesi önderliğinde "Altın Portakal Kültür ve Sanat Vakfı" adıyla kurulan, Eylül 2002'den sonra ise "Antalya Kültür Sanat Vakfı" adıyla hizmet veren AKSAV tarafından yürütülmektedir. Vakfın kurucular kurulu, Antalya'nın iş, politika, medya ve kültür-sanat alanında tanınmış birçok isminin de aralarında bulunduğu 109 kişiden oluşmaktadır. Festivalin 2010 yılı örgüt ve operasyon şemaları Ek 4 ve Ek 5'te sunulmuştur. Festival, yarım yüzyıla yaklaşan bir süreçte toplum odaklılığını korumuştur.

Özellikle 2009'dan itibaren, "halkın portakalı" gibi etkinliklerle birlikte; bilet fiyatlarının kabul edilebilir düzeylere çekilmesi, öğrenci-öğretmen indirimleri ve engelliler ile 65 yaş üzerine ücretsiz bilet sağlanması da festivalin halkla bütünleşmesi konusunda atılan somut adımlardır.

Ulusal düzeyde elde ettiği deneyim ve başarıyı, 2005 yılından itibaren uluslararası platforma taşıyarak büyük bir sinema etkinliği haline gelen Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali, dünya sinema platformunda iddialı bir film festivali olma yolunda sağlam adımlarla ilerlemektedir. Antalya Altın Portakal Film Festivali çerçevesinde, ulusal ve uluslararası yarışmanın yanı sıra, ulusal belgesel film yarışması ve ulusal kısa

film yarışması da yer almaktadır. Festivalde ayrıca, başta Asya ve Avrupa sineması olmak üzere, dünya sinemasının önemli ve saygın isimlerinin filmleri de sinemaseverlerle buluşmaktadır.

47. Altın Portakal'da (2010) en güncel olarak işlenen “sinema ve toplumsal etkileşim” teması ile “sinema ve sosyo-politik etkileşim”, “sinema ve ülke imajı etkileşimi”, “sinema ve ekonomik etkileşim” başlıklarında şekillenen festival, bu kapsamda gerçekleştirilen tematik film gösterimleri, paneller, sergiler, söyleşiler, atölye çalışmalarına sahne olmuştur. Festival, etkinliklerini Batı Akdeniz'e yayarak Altın Portakal'ı belirli bir kesimin değil, “halkın festivali” yapma konusunda önemli adımlar atmıştır. Festival ödülleri arasına 2009 yılından itibaren “en iyi ilk film” ödülü dahil edilerek genç sinemacıları uzun metraj film çekimine özendirmek amaçlanmıştır. “Antalya teşvik ödülü” de 2010'dan başlayarak ödüller listesine eklenmiştir. Altın Portakal Film Festivali, para ödüllerinin yanı sıra; çalışmalarıyla Türk Sineması'na değer katmış kişileri onurlandırmaya yönelik ödüller de vermektedir. Bunlar arasında bulunan “yaşam boyu onur ödülü”, “Yıldırım Önal anı ödülü” ve “emek ödülü” süreklilik kazanarak Türk Sineması açısından bir tür onur listesinin oluşmasını sağlamaktadır. Festival yayınları arasında yayınlanan toplam 8 eser Türk Sineması açısından bir başvuru kaynağı olmaktadır.

Festival programı, kente ve katılımcılara bir sinema haftası sunmaktadır. Festival haftası boyunca (2010 yılında), Antalya ağırlıklı olmak üzere, Burdur ve Isparta da dahil olmak üzere 13 merkezde (kültür merkezleri, sinema salonları, üniversite, kafeler vb.) toplam 163 adet film çeşitli sıklıklarla gösterilmiştir. Bu sayıya açık hava gösterimleri dahil değildir. Film gösterimleri dışında, 8 sergi, 6 atölye çalışması, 10 açık hava konseri ve 11 tane panel düzenlenmiştir. Ayrıca, “Halkın Portakalı”, “Sinemada L-E Tipi Heyecanlar”, “Altyazı Tartışıyor”, “Baba Zula Sine-Konser”, “Kemal Sunal Anma Programı” gibi diğer etkinlikler de programda yer almıştır.

Turizmin başkenti Antalya'nın, kültürü ve sanatıyla da tanınması açısından Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali çok önemli bir görev üstlenmekte ve sadece kentin değil, aynı zamanda Türkiye'nin de tanıtımı açısından önemli bir işlevi yerine getirmektedir ([www.aksav.org.tr](http://www.aksav.org.tr)).

### 3.2.2. Katılımcıların Demografik Profili

Altın Portakal Film Festivali'yle ilgili yerel halkın sosyal etki algıları başlıklı ankete katılan 538 kişinin demografik bilgileri Tablo 3.6'da sunulmuştur. Katılımcıların %50.2'si bay ve %49.8'i bayandır. 2009 yılı nüfus sayımındaki yüzde dağılımlarıyla (Türkiye geneli bay %50.3, bayan %49.7, Antalya geneli bay %50.7, bayan %49.3) karşılaştırıldığında, örneklemdaki yüzdelerle benzerlik gösterdiği göze çarpmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu %40 ile 26-33 yaş aralığındadır. Bu yaş aralığını sırasıyla 18-25 (%25), 34-41 (%25), 42-49 (%5) ve 50-57 (%3.4) izlemektedir. Anketi yanıtlayanların %31.7'si Antalya doğumludur. Diğerleri ise sırasıyla %14.2 ile İzmir, %11.7 ile Ankara, %5 ile Isparta ve %32.8 oranları ile diğer illerde doğmuştur. Örneklemin %51.6'si 1 ila 10 yıl arasında bir süredir Antalya'da oturmaktadır. Eğitim durumları incelendiğinde, %35 ile fakülte-yüksekokul, %26.6 ile meslek yüksekokulu, %24.3 ile ortaöğretim mezunları şeklinde bir sıralama görülmektedir. Katılımcıların çoğu bir işe sahip olduklarını belirtmişlerdir. İşçiler %32.3 ve memurlar %18.3 ile temsil edilirken, örneklemdaki işsiz yüzdesi 9.2'dir. Gelir durumlarına göre sıralama dikkate alındığında ise, %53.2 ile 750-1500 TL aralığını %19.1 ile 1501-2250 TL aralığı izlemektedir.

**Tablo 3.6. Demografik Bilgiler**

DEĞİŞKEN	SIKLIK	%	DEĞİŞKEN	SIKLIK	%
<b>(n = 538)</b>					
<b>Cinsiyet</b>			<b>Eğitim Durumu</b>		
Bay	270	50.2	İlköğretim	9	1.7
Bayan	268	49.8	Ortaöğretim	131	24.3
			Meslek Y.O.	143	26.6
<b>Yaş</b>			Fakülte-Y.O.	188	35
18-25	135	25	Yüksek Lisans	48	8.9
26-33	215	40	Doktora	9	1.7
34-41	135	25	Diğer	10	1.8
42-49	27	5			
50-57	18	3.4	<b>Meslek</b>		
58-65	4	0.8	İşçi	174	32.3
66 ve üzeri	4	0.8	Memur	98	18.3
			Serbest Meslek	76	14.2
<b>Doğum Yeri</b>			Emekli	41	7.5
Antalya	171	31.7	İşsiz	50	9.2
İzmir	76	14.2	Öğrenci	85	15.8
Ankara	63	11.7	Diğer	14	2.7
Isparta	27	5			
İstanbul	25	4.6			
Diğer	176	32.8	<b>Aylık Gelir</b>		
			1-750 TL	69	12.9
<b>Antalya'da Oturulan Yıl</b>			751-1500 TL	286	53.2
1-5	135	25	1501-2250 TL	103	19.1
6-10	143	26.6	2251-3000 TL	36	6.7
11-15	54	10	3001 ve üzeri	11	2
16-20	43	8	Açıklamayanlar	33	6.1
21-25	72	13.4			
26-30	19	3.6			
30 ve üzeri	72	13.4			

### 3.2.3. Faktör Analizi

Toplum odaklı festivallerin algılanan sosyal etkilerini daha derinliğine incelemek ve bu etkileri sınıflamak için, SPSS (Statistical Package for Social Sciences - Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) kullanılarak 41 önermeden oluşan SEA (Sosyal Etki Algısı) ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi SEA ölçeğindeki değişken sayısını yalınlaştırarak festivalden kaynaklanan sosyal etkileri özetleyen daha kontrol edilebilir



faktörler veya boyutlar elde etmede kullanılan bir araçtır. Oblimin yaklaşımı (Direct oblimin approach) kullanılarak eğik döndürme (oblique rotation) gerçekleştirilmiştir. Bu işlem sonucunda her bir değişkenin açık bir biçimde bir faktöre yüklendiği, yazına en uygun ve en anlamlı yapı ortaya çıkmıştır. Altı faktörlü ve varyansın %61.6'sını açıklayan çözümde karar kılınmıştır.

Faktörlerin adlandırılmasında ve yorumunda faktör yükleri kullanılmıştır. Faktör yükleri, değişkenlerin her bir faktörle ne derecede ilişkili olduğunu temsil etmektedir. Bir faktör üzerinde en yüksek yüklere sahip olan değişkenler, faktörlerin adlandırılmasında ve yorumunda en etkili değişkenlerdir (Kachigan, 1986, s. 384). Faktör yüklerinin yorumuna kılavuz olarak 0.32 ve üzerinde faktör yükü taşıyan değişkenlerin ele alınması tavsiye edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 1996, s.53). Bu değer altında kalarak hiçbir faktöre yüklenmeyen dört adet önerme bulunmuştur. Bunlar mal ve hizmetlerin çeşitliliği, mal ve hizmetlerin fiyatları, artan alım satım ve polis sayısının yeterliliğini sorgulayan önermelerdir. Aynı zamanda 41 önermeden iki tanesi de (“artan suç oranı” ve “yasaklanmış madde kullanımı”) %50'den fazla kayıp veriye sahip olduğundan sorunlu değişkenler olarak ele alınmış ve faktör analizinden önce veri setinden çıkarılmıştır. SEA ölçeğinde geriye kalan 35 önerme Tablo 3.7'de gösterilen altı faktör tarafından açıklanmıştır. Faktör 4 başlangıçta negatif yüklere sahipken, sonuçların sunumu için bu yüklerin işaretleri pozitifeye dönüştürülmüştür. Faktör skorlarının ve faktör 4'le ilgili tüm korelasyonların işaretleri de tersine çevrilmiştir. Bu işlem sonuçların elde edilen bulgularla tutarlı bir biçimde tartışılmasını kolaylaştırmaktadır (Edwards, 2005, s. 6).

**Tablo 3.7. SEA Ölçeği İçin Faktör Yükleri (Principal Axis Factoring)**

<b>Önerme</b>	<b>F1<sup>a</sup></b>	<b>F2</b>	<b>F3</b>	<b>F4</b>	<b>F5</b>	<b>F6</b>	<b>h<sup>2</sup></b>
Artan Trafik	.86	-	-	-	-	-	.85
Otopark Sorunu	.84	-	-	-	-	-	.75
Artan Gürültü Düzeyi	.72	-	-	-	-	-	.73
Yerel İşletmelerdeki Kalabalık	.70	-	-	-	-	-	.54
Kalabalık Caddeler	.65	-	-	-	-	-	.72
Artan Çöp Yığınları	.59	-	-	-	-	.33	.74
Yol Kapatma Sorunu	.52	-	-	-	-	-	.66
Artan Toplum Kimliği	-	.83	-	-	-	-	.65
Kent ile Gurur Duyma	-	.77	-	-	-	-	.64
Toplumun Eşsizliğini Tanıtma	-	.74	-	-	-	-	.63
Festivali Sahiplenme Duygusu	-	.73	-	-	-	-	.58
Olumlu Kültürel Etki	-	.69	-	-	-	-	.67
Toplumda Birliktelik Duygusu	-	.67	-	-	-	-	.63
Ziyaretçileri Ağırlama Keyfi	-	.39	-	-	-	-	.32
Turizmi Teşvik Edici İmaj	-	.35	-	-	-	-	.46
Artan Ziyaretçi Sayısından Memnuniyetsizlik	-	-	.82	-	-	-	.70
Yerel Halkın Festivalden Uzak Durması	-	-	.80	-	-	-	.67
Yerel Halkın İkinci Sıraya İnmesi	-	-	.61	-	-	-	.54
Günlük Yaşamda Aksama	-	-	.58	-	-	-	.58
Daha Çok Ziyaretçi	-	-	.41	.40	-	-	.56
Eğlence Olanakları	-	-	-	.70	-	-	.48
Sosyal Etkileşim Fırsatları	-	-	-	.69	-	-	.52
Yeni İnsanlarla Tanışma	-	-	-	.63	-	-	.47
Paylaşılan Aile Deneyimleri	-	-	-	.60	-	-	.45
Kültürel Deneyimler	-	-	-	.60	-	-	.44
Yerel Halktan Çeşitli Grupların Katılımı	-	-	-	.49	-	-	.38
Yakınları ve Akrabaları Ağırlama	-	-	-	.48	-	-	.32
Yeni Yetenekler Geliştirme	-	-	-	-	.77	-	.64
İş Olanakları	-	-	-	-	.72	-	.50
Kaynak Yaratma Fırsatları	-	-	-	-	.62	-	.54
Sanatsal Yetenekleri Sergileme Fırsatı	-	-	-	-	.60	-	.52
Toplumun Alt Gruplarının Beraber Çalışması	-	-	-	-	.37	-	.55
Vandalizm Artışı	-	-	-	-	-	.79	.93
Kaba Davranışlar	-	-	-	-	-	.77	.90
Yetişkin Olmayanların İçki Kullanımı	-	-	-	-	-	.76	.86
% Varyans*	29.1	19.7	5.1	3.7	2.2	1.8	
Özdeğerler (Eigenvalues)	1.6	6.9	2.2	1.6	1.3	0.8	

<sup>a</sup>Faktör adları:

F1 – Sakıncalar, F2 – Toplum bütünlüğü ve toplum içi uyum, F3 – Kişisel engellenme  
F4 – Eğlence ve sosyalleşme fırsatları, F5 – Toplumun büyümesi ve gelişimi, F6 – Davranışsal sonuçlar.

0.32'den küçük katsayılar dikkate alınmamıştır; Communalities ( $h^2$ ); \*Açıklanan Toplam Varyans %61.6

Faktör 1, 'sakıncalar', yerel halkın üyelerini rahatsız eden ve festivale ev sahipliği yapmakla ilişkili sorunları ifade etmektedir. Bunlar trafik sıkışıklığı, otopark sorunu, yol kapatmalar ve caddelerle tesislerin çok kalabalık olmasını kapsamaktadır. Ayrıca, festival süresince artan gürültü düzeyi ve çöp yığınları da yerel halk tarafından rahatsızlık kaynakları olarak değerlendirilmektedir.

Faktör 2, 'toplum kimliği ve toplum içi uyum', toplum üyelerinin festivalin bir sonucu olarak kimlik ve bağlılık duyguları hissetmesini sağlayan etkileri tanımlamaktadır. Birliktelik ve festivali sahiplenme duyguları, yerel halka kenti ve toplumuyla ilgili gurur aşılacaktır. Yerel halk aynı zamanda, kendi toplumlarının eşsizliğini ortaya koyma düşüncesinden hareketle ayrıca gururlanmaktadır. Bunlar toplum üyelerinin kimlik duygusu geliştirebilmelerini sağlayan kavramlardır.

Faktör 3, 'kişisel engellenme', yerel halkın üyelerini kişisel olarak etkileyen olumsuzlukları yansıtmaktadır. Bu etkiler, özellikle toplumda daha fazla sayıda ziyaretçi olmasından kaynaklanan engellenmeyle ilgilidir. Yerel halk bu tür etkiler sonucunda kendini ziyaretçilere göre ikinci sıraya itilmiş gibi hissetmekte ve günlük yaşamları aksadığı için engellenmektedir. Bunlar yerel halkın festivalden uzak durmasına yol açan etkilerdir.

Faktör 4, 'eğlence ve sosyalleşme fırsatları', yerel halkın festivale ev sahipliği yapmanın bir sonucu olarak elde ettiği fırsatları tanımlamaktadır. Bunlar yeni insanlar tanıma ve sosyal etkileşimde bulunma, toplumda daha çok ziyaretçi ağırlama, aile üyeleriyle etkileşimde bulunma ve deneyimleri paylaşma ile kent dışındaki yakınlarını festival süresince ağırlama fırsatlarını kapsamaktadır.

Faktör 5, 'toplumun büyümesi ve gelişimi', festivalin sonucu ortaya çıkarak toplumun büyümesine ve gelişimine yol açan yetenek geliştirme olanaklarını ve diğer fırsatları özetlemektedir. Toplum üyeleri festivale ev sahipliği yapmanın sonucunda yeni beceriler geliştirebilmekte ve bu üyelere festivalden kaynaklanan yeni iş olanakları da sunulmaktadır. Toplumun alt grupları da festivali sahneye koymak için toplum yararına işbirliği yaparak birlikte çalışma fırsatına sahiptir. Bunun ötesinde, toplum gruplarına, ileride toplumu daha da geliştirmek için kullanılacak kaynak yaratma fırsatı

sunulmaktadır.

Faktör 6, ‘davranışsal sonuçlar’, yerel halkın festivale ev sahipliği yapmanın bir sonucu olarak algıladığı olumsuz davranışları ifade etmektedir. Bu faktördeki değişkenler yetişkin olmayanların içki kullanımı, kaba davranışlar, vandalizm (kamu ve özel sektör mallarına zarar verme davranışı) ve artan çöp yığınlarını içermektedir.

Faktör analizinde elde edilen altı faktör, festivallerin veya etkinliklerin sosyal etkileri üzerine Delamere (2001, s.27) ve Fredline vd. (2003, s.33) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda tanımlanan faktörlerle karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma Tablo 3.8’de sunulmuş ve belirlenen faktörler arasındaki benzerlikler ortaya konmuştur.

**Tablo 3.8. Faktör Karşılaştırmaları**

<b>FAKTÖR</b>	<b>ÖNCEKİ ÇALIŞMALARDAKİ BENZER FAKTÖRLER</b>
<b>Sakıncalar</b>	Sosyal maliyetler (Delamere, 2001); Sakıncalar ve adaletle ilgili sorunlar (Fredline vd., 2003)
<b>Toplum kimliği ve toplum içi uyum</b>	Topluma yönelik yararlar (Delamere, 2001)
<b>Kişisel engellenme</b>	Sosyal maliyetler (Delamere, 2001)
<b>Eğlence ve sosyalleşme fırsatları</b>	Sosyal ve ekonomik gelişme yararları (Fredline vd., 2003)
<b>Toplumun büyümesi ve gelişimi</b>	Bireysel yararlar (Delamere, 2001)
<b>Davranışsal sonuçlar</b>	Davranışlar ve çevre üzerindeki etkiler (Fredline vd., 2003)

Festival sonucunda ortaya çıkan ve yerel halkı rahatsız eden sakıncalar boyutundaki etkiler yeni belirlenmemiştir. Bu faktör, Delamere’nin (2001, s.27) “sosyal maliyetler” ve Fredline vd.’nin (2003, s.34) “sakıncalar ve adaletle ilgili sorunlar” adlı faktörleriyle benzerlik göstermektedir.

Toplum üyeleri festival süresince gurur duyar ve festivali sahiplenme duygusuna sahip olursa, başarılı bir festival ev sahipliği toplumun birlikteliği ve kimlik duygusu kavramlarının daha da gelişmesine yol açacaktır. Bu düşünce daha önce Delamere’nin (2001, s.27) sosyal yararlar boyutunda alt-faktör olarak ele aldığı toplum imajı ve kimliğiyle ilgili önermeleri içeren “topluma yönelik yararlar” sınıflamasında yansıtılmıştır.

Kişisel engellenme boyutundaki önermeler yerel halkın festivaldeki etkinliklerden uzak durmasına neden olan etkileri ifade etmektedir. Çünkü bu önermelere katılan yerel halk üyeleri etkinliklerin her koşulda ziyaretçilere yönelik olduğu düşüncesini taşımaktadır. Ziyaretçilerin varlığı ve yaptıkları etkinlikler nedeniyle günlük yaşamlarında aksama yaşayan yerel halk üyeleri, bunun sonucunda festivalden rahatsız olabilmektedir. Delamere’nin (2001, s.27) “sosyal maliyetler” faktörü yerel halkın olağan yaşamına

olumsuz etkileri kapsamı açısından bu çalışmadaki kişisel engellenme faktörüyle benzerlik göstermektedir.

Fredline vd.'nin (2003, s.34) “sosyal ve ekonomik yararlar” adlı boyutu bu araştırmada bulunan eğlence ve sosyalleşme fırsatları ile ortak etkileri paylaşmaktadır. Bunlara örnek olarak yeni insanlarla tanışmak, artan eğlence fırsatları, aileyle ve arkadaşlarla birlikte eğlenme olanakları sayılabilir.

Delamere'nin (2001, s.27) “bireysel yararlar” boyutu incelendiğinde ise bu çalışmadaki toplumun büyümesi ve gelişiminin kapsadığı etkilerle az da olsa örtüştüğü gözlenmektedir. Buna örnek olarak yerel halkın yeni beceriler geliştirmesiyle ilgili önerme gösterilebilir. Toplumun büyümesi ve gelişimi boyutundaki farklılığa gelince, bu faktör yalnızca yeni ve bireysel beceriler geliştirmeyi değil; aynı zamanda toplumun geneline yayılan gelişmeyi ve büyümeyi de içermektedir.

Davranışsal sonuçlar faktörü ile Fredline vd.'nin (2003, s.34) “davranışlar ve çevre üzerindeki etkiler” boyutu içerdikleri aşırı içki kullanımı, kaba davranışlar gibi önermelerden ötürü benzerlik göstermektedir.

Faktörlerin geneli incelendiğinde, Delamere'nin (2001, s.27) çalışmasındaki faktörlerin Fredline vd.'nin (2003, s.34) çalışmasındakilere göre bu çalışmada elde edilen boyutlara daha yakın olduğu görülmektedir. Bunun nedeni Delamere'nin (2001, s.27) araştırmasının toplum odaklı festivallere, Fredline vd.'nin (2003, s.34) ise orta ve büyük ölçekli etkinliklere odaklanmış olmasıdır. Bu çalışmada, Delamere'nin (2001, s.27) çalışmasıyla ortaklığa sahip üç boyut toplum kimliği ve toplum içi uyum, kişisel engellenme ve toplumun büyümesi ve gelişimidir. Bu bulgular, etkilerin festivalin büyüklüğü ile bağlantılı olduğu ve belli etki türlerinin daha büyük ölçekli etkinliklerden çok toplum odaklı festivaller sonucunda ortaya çıkmasının olası olduğunu öne sürmektedir.

Toplum kimliği ve toplum içi uyum duygusu festival sonucunda ortaya çıkması olası bir etki türüdür. Bunun nedeni toplum odaklı festivallerin toplum üyelerinin doğrudan katılımı aracılığıyla festivali sahiplenmelerini ve festivalden gurur duymalarını sağlayacak fırsatlar sunmasıdır. Bu durum toplum üyelerinin etkinliğin düzenlenmesine ve sahneye konmasına doğrudan katılmadığı daha büyük ölçekli etkinliklerde aynı olmayabilir. Benzer şekilde “toplumun büyümesi ve gelişimi” boyutunda yerel halk üyeleri için kaynak yaratma ve yeni beceriler geliştirme olanakları gibi etkiler, işin başındaki profesyonel bir etkinlik yönetimi takımı tarafından planlanan ve düzenlenen daha büyük ölçekli etkinliklerde bulunmayabilir.

Festivaller gönüllülerin ve toplum üyelerinin katılımı sayesinde toplum kimliğini geliştirme, toplum bağları kurma, toplumun büyümesi ve gelişimi gibi sonuçlar elde etme yolunda fırsatlar sunmaktadır. “Kişisel engellenme” boyutundaki etkiler büyük ölçekli etkinliklerden çok toplum odaklı festivallere özgü olabilmektedir. Toplum odaklı festivaller genellikle kısa bir süre içinde ve sınırlı büyüklükteki bir alanda gerçekleştiği için daha yoğun etkiler yaratmaktadır.

Araştırmalar, toplum kimliği ve toplum içi uyum, kişisel engellenme ve toplumun büyümesi ve gelişimi ile ilgili etkilerin büyük ölçekli etkinliklerden çok toplum odaklı festivallerin olası bir sonucu şeklinde tanımlasa da bazı sosyal etki türlerinde etkinliklerin ölçeği ne olursa olsun benzerlik gözlenebilmektedir. Bu tür etkilere örnek olarak Fredline vd.’nin (2003, s.34) orta ve büyük ölçekli etkinlikler üzerine gerçekleştirdiği araştırmadaki boyutlarla paralellik gösteren sakıncalar, eğlence ve sosyalleşme fırsatları ve davranışsal sonuçlar sayılabilir. Bu bulgu bazı etkilerin ölçeği ne olursa olsun herhangi bir etkinlik sonucunda ortaya çıkabileceğini saptamaktadır. Örneğin her etkinlik özü itibarıyla eğlence ve sosyalleşme fırsatları sağlamaktadır. Herhangi bir etkinlik, olağan yaşamın dışında gerçekleşen bir durum olması nedeniyle ev sahibi topluma çeşitli rahatsızlıklar verebilmektedir. Buna ek olarak herhangi büyüklükteki bir etkinlik aşırı alkol kullanımı ve kaba davranışlar gibi sonuçlar yaratma eğilimine sahiptir.

Üzerinde çalışılan etkinliklerin ölçeklerindeki (büyüklüklerindeki) farklılıkların dışında, bu üç çalışmanın sonuçlarının değişkenlik göstermesinin bir nedeni de ölçülen önerme setlerindeki farklılıklara bağlı olabilir. Bu faktörler, yalnızca türetildiği ilk önerme setinden elde edilebilir ve bu seti temsil etmektedir (Edwards, 2005, s.6). Bu nedenle farklı etki önermelerinin farklı içeriklerle kullanıldığı çalışmalarda sonuç olarak elde edilen sosyal etki boyutları değişkenlik gösterebilmektedir.

### **3.2.3.1. Bölünmüş Faktör Yükleri**

Altı faktörlü çözüm en yalın ve anlamlı yapı olarak seçilmesine rağmen, iki önermenin birden fazla faktöre dağıldığı görülmektedir (split loadings-bölünmüş faktör yükleri). Bu önermeler 0.32’den büyük yüklere sahip olduğundan yorumlanabilir. (Tabachnick ve Fidell, 1996, s.53). Ayrıca, anlamca daha karmaşık önermeler olarak nitelendirilebilir ve birden fazla faktöre uyarak bu faktörlerin yorumuna katkıda bulunabilir. Toplumda daha çok ziyaretçi bulunmasıyla ilgili önerme, hem faktör 3’e (kişisel engellenme-0.41) hem de faktör 4’e (eğlence ve sosyalleşme fırsatları-0.40) yüklenmiştir. Bunun sebebi, toplumda

daha fazla ziyaretçi bulunmasının yerel halkın bir kısmı tarafından olumlu; diğerleri tarafından olumsuz bir etki olarak görülmesidir. Daha çok ziyaretçi olmasını olumsuz değerlendirenler temel alındığında, bu değişken faktör 3'e yüklenmektedir. Bu durumda, ziyaretçi çokluğu yerel halkın engellenmesine ve günlük yaşamlarının aksamasına yol açmaktadır. Bununla beraber daha çok ziyaretçi olmasını olumlu bir etki olarak değerlendirenlere dayanılırsa, bu değişken aynı zamanda faktör 4'e de yüklenmektedir. Bu durumda daha çok ziyaretçi, yeni insanlarla tanışma ve sosyal etkileşim fırsatlarıyla ilişkili olarak algılanmaktadır.

Artan çöp yığınlarıyla ilgili önerme, yüklerini hem faktör 1'e (Sakıncalar-0.59) hem de faktör 6'ya (davranışsal sonuçlar-0.35) dağıtmıştır. Bu konumda bölünmüş faktör yüklerine sahip ikinci önermedir. Bunun nedeni yerel halkın çöp yığınlarıyla ilgili iki etki görmesidir. Bunlar çöp atma eyleminin kendisi ve çöp atma sonucu oluşan fiziksel görüntüdür. Sorun olarak çöp atmanın fiziksel sonucunu gören katılımcılara göre, bu değişken faktör 1'e yüklenmektedir. Bu görüşte olanlar, kendi yaşam alanlarını ve genel olarak toplumun yaşam alanlarını çöp yığınlarından temizlemek zorunda kalmaktan ötürü rahatsızlık duyanlardır. Bu değişken aynı zamanda faktör 6'ya da yüklenmektedir, çünkü bazı katılımcılar çöp atma davranışının kendisini olumsuz etki olarak görmektedir. Çöp atma davranışı festivalden kaynaklanan olumsuz bir sonuç olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, yetişkin olmayanların içki kullanımı ve vandalizm gibi diğer olumsuz davranışları içeren faktör 6'ya uymaktadır.

### **3.2.3.2. Güvenilirlik Analizi**

Güvenilirlik ve faktör analizi ölçeğin uygulanabilirliği konusunda birbirlerini tamamlayan yöntemlerdir (Coakes ve Steed, 2003, s.157). Bu nedenle, her faktör için iç tutarlılığı ölçme aracı olarak Cronbach's alpha değerleri hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 3.9'da gösterilmiştir.

**Tablo 3.9. Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

FAKTÖR	CRONBACH'S ALPHA
Sakıncalar	.918
Toplum kimliği ve toplum içi uyum	.857
Kişisel engellenme	.835
Eğlence ve sosyalleşme fırsatları	.799
Toplumun büyümesi ve gelişimi	.819
Davranışsal sonuçlar	.931

Her bir faktör için yüksek alfa değerleri, o faktörün kapsadığı önermeler arasında iç tutarlılığın yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu durum, bu önermelerin istatistiksel olarak güvenilir bir ölçek oluşturduğu anlamına gelmektedir (Coakes ve Steed, 2003, s.157). SEA ölçeğinin tamamını oluşturan toplam 35 önerme için Cronbach's alfa değeri 0.908 olarak hesaplanmıştır.

### 3.2.3.3. Faktör Skorlarının Birbirleriyle Korelasyonları

Eğik rotasyon (Oblique rotation) yöntemi kullanıldığında, faktörlerin daha ileri yorumlarına katkıda buldukları için faktör skorları arasındaki korelasyonun hesaplanması tavsiye edilmektedir (Edwards, 2005, s.6). Faktörlerin birbirleriyle korelasyonları Tablo 3.10'da sunulmuştur. Kayıp verileri (missing data) ele almak için ikili silme (pairwise deletion) yöntemi kullanıldığında faktör skorları ve faktörlerin birbirleriyle aralarındaki korelasyonlar için geçerli örneklem büyüklüğü ciddi biçimde azalmıştır ( $n = 89$ ). Kayıp verilerin sayıca çokluğunun sonuç üzerinde herhangi bir hataya neden olup olmadığını denetlemek için faktör skorları ve faktörlerin birbirleriyle korelasyonları, ortalama yedekleme (mean substitution) yöntemiyle tekrar hesaplanmıştır. Ortalama yedekleme yöntemi geçerli örneklem büyüklüğünü yüksek tutmakta ve kayıp veri sorununu ortadan kaldırmaktadır. Bu yöntemle elde edilen faktör skorları ve faktörlerin aralarındaki korelasyon sonuçları iki yöntem arasında ciddi bir fark olmadığını göstermiştir. Bu şekilde ikili silme yönteminin sonuçlarının doğruluğu onaylanmıştır.

Cohen (1988, s.371) bir korelasyonun gücünü yorumlarken 0.50'den büyük olan değerlerin yüksek korelasyonu ifade ettiğini öne sürmektedir. Bu çalışmada Pearson Korelasyon ( $r$ ) kullanılarak faktör skorları arasında bir dizi yüksek korelasyon bulunmuştur. Tablo 3.10'da görüldüğü gibi, en yüksek korelasyon faktör 1 ile faktör 6



arasında ( $r=0.708$ ,  $p<0.01$ ) tespit edilmiştir. Bu olumlu korelasyon, sakıncalar boyutunun davranışsal sonuçlar boyutuyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Faktör 2, faktör 4 ile yüksek korelasyona ( $r=0.637$ ,  $p<0.01$ ) sahiptir. Bu durum, toplum kimliği ve toplum içi uyum ile eğlence ve sosyalleşme fırsatları arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Faktör 2, aynı zamanda faktör 5 ile de yüksek korelasyona ( $r=0.621$ ,  $p<0.01$ ) sahiptir. Bunun anlamı, toplum kimliği ve toplum içi uyum ile toplumun büyümesi ve gelişimi arasındaki ilişkidir. Aralarında yüksek korelasyona sahip ( $r=0.549$ ,  $p<0.01$ ) diğer faktörler ise faktör 1 ile faktör 3'tür. Bu durum da sakıncalar ile kişisel engellenme arasında olumlu bir ilişkinin varlığını istatistiksel olarak göstermektedir.

**Tablo 3.10. Faktör Skorları Arasındaki Korelasyonlar (n=78, İkili Silme Yöntemi-Pairwise Deletion)**

FAKTÖR	1	2	3	4	5	6
1. Sakıncalar	-					
2. Toplum kimliği ve toplum içi uyum	0.229	-				
3. Kişisel engellenme	0.549**	-0.154	-			
4. Eğlence ve sosyalleşme fırsatları	0.432**	0.637**	0.026	-		
5. Toplumun büyümesi ve gelişimi	0.149	0.621**	-0.048	0.452**	-	
6. Davranışsal sonuçlar	0.708**	0.286*	0.247*	0.434**	-0.039	-

\*\* Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (iki kuyruklu – two-tailed).

\* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (iki kuyruklu – two-tailed).

En yüksek korelasyonun sakıncalar ve davranışsal sonuçlar arasında saptanması, davranışsal sonuçların yerel halk tarafından hissedilen sakıncalara yol açtığı şeklinde açıklanabilir. Festival sonucu gerçekleşebilecek davranışsal sonuçlar vandalizm, yetişkin olmayanların içki kullanımı ve kaba davranışları içermektedir. Bu etkilerin gerçekleşmesi, yerel halk tarafından sakıncalar olarak algılanan ve gürültü ve çöp yığınları gibi bir dizi etkinin ortaya çıkmasına neden olabilir.

Aynı zamanda sakıncalar boyutunun kişisel engellenme ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu ilişki, faktörleri oluşturan önermelerin incelenmesiyle anlaşılabilir. Çok sayıda ziyaretçi ve bu ziyaretçilerin varlığının oluşturduğu artan trafik, otopark sorunu ve kalabalık, yerel halk tarafından yaşanan kişisel engellenme duygularını yaratmaktadır. Bu sakıncalar yerel halkın olağan düzenlerini aksattığında kişisel engellenme sonucuyla karşılaşılacaktır. Yerel halk tarafından hissedilen kişisel engellenme, ziyaretçi sayısı arttığı sürece çoğalmaya devam edecektir. Yerel halkın festivale katılmayan ve festivalin

çekiciliklerinden uzak duran kısmının kararları, genellikle bu kişisel engellenmeden kaynaklanmaktadır.

Toplum kimliği ve toplum içi uyum ile eğlence ve sosyalleşme fırsatları arasında bulunan yüksek korelasyon, daha çok eğlence ve sosyalleşme fırsatı olduğunda toplum kimliği ve toplum içi uyum duygularında artış görülebileceğini ifade etmektedir. Toplum üyeleri festival tarafından kendilerine sağlanan eğlence fırsatlarını paylaşmak için bir araya geldiğinden, insanlar diğerleriyle bağlantı kurmakta ve toplum kimliğini geliştirmeye katkıda bulunmaktadır.

Toplum kimliği ve toplum içi uyum boyutu ile toplumun büyümesi ve gelişimi arasında yüksek bir korelasyon belirlenmiştir. Bu ilişki açıklanırken, iki boyutun da birbirinin nedeni veya sonucu olabileceği ileri sürülmüştür. Yani toplum kimliği ve toplum içi uyum değişkenleri daha olumlu gerçekleştiğinde, toplumun büyümesi ve gelişimi değişkenlerinin de aynı yönde gideceği tespit edilmiştir. Bu ilişki, boyutların neden-sonuç ilişkisi yer değiştirdiğinde de geçerlidir.

Faktör analizi toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerinin temelini oluşturan altı boyut olarak sakıncalar, toplum kimliği ve toplum içi uyum, kişisel engellenme, eğlence ve sosyalleşme fırsatları ve davranışsal sonuçlar şeklinde adlandırılan faktörleri tanımlamıştır. SEA ölçeği, çok çeşitli sosyal etki değişkenlerinin karmaşıklığını altı faktörlü bir yapıda özetlemeyi sağlamıştır. Bu altı boyut toplum odaklı festivallerin sosyal etkilerini özetlemeye yardımcı olmakta ve bu etkilerin birbirinden bağımsız ve soyutlanmış olarak değil birbiriyle ilişkili bir yapıda var olduklarını ortaya koymaktadır.

### **3.2.4. Yerel Halkın Etki Algıları – Nicel Sonuçlar**

SEA ölçeğinden çıkan sonuçlar yerel halkın festivalin sosyal etki algıları hakkında nicel bilgi sağlamaktadır. Bu sonuçlar faktör analizi tarafından belirlenen altı sosyal etki boyutu başlıkları altında bir dizi tabloyla sunulmuştur. Faktör analizinde belirlenen boyutlara uymayan değişkenler ise en son olarak diğer etkiler boyutu adı altında incelenmiştir.

### 3.2.4.1. Sonuçların Yorumu

Bu kısımda oluşturulan tablolar içinde, her etki ifadesi için etkinin ortaya çıkışı ve etki düzeyi ortalaması sunulmuştur. Yorumlarda Tablo 3.11'i kılavuz olarak bu kısımdaki sonuçların nasıl değerlendirildiği açıklanmıştır.

**Tablo 3.11. Etki Sonuçları Tablolarının Yorumu**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI
Festival süresince caddeler kalabalıktır	EVET	%94.2	1.4
	HAYIR	%3.2	0.6
	BİLMİYORUM	%2.6	-

“ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI” sütununda EVET, HAYIR ve BİLMİYORUM şeklinde adlandırılmış üç satır bulunmaktadır. Bunlar etkinin oluşup oluşmadığına dair yanıt seçenekleridir. Her seçeneğin karşısındaki yüzdeler ise etki ifadesine EVET, HAYIR ve BİLMİYORUM yanıtını veren katılımcı yüzdelerini belirtmektedir. Yanıt seçeneklerinin yüzde dağılımları, etkinin gerçekleşmesiyle ilgili görüş birliği düzeyini ölçmede kullanılmıştır. “ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI” sütunu ise, sırasıyla EVET ve HAYIR yanıtı veren katılımcılardan elde edilen ortalama etki düzeyini temsil etmektedir. BİLMİYORUM yanıtı için etki düzeyi ortalaması yoktur, çünkü bu şekilde yanıtlayanların etki derecelendirmesi yapmaması gerekmektedir. Etki düzeyi ortalaması sütununda yer alan değerler, Tablo 3.12’de sunulan SEA ölçeğinde uygun karşılığa sahip bir etki düzeyini temsil etmektedir. İlgili etkinin düzeyini belirlemek için standart yuvarlama yöntemi kullanılmıştır. Örneğin, +0.6 etki düzeyi ortalaması “çok küçük olumsuz etki” düzeyini temsil etmek için +1’e yuvarlanmıştır. Ortalama sonuçları +0.5 veya -0.5 gibi orta noktadaysa, benimsenen kural küsüratın sıfıra yuvarlanması şeklindedir. Bu durumda +0.5 veya -0.5 sıfıra yani “nötr-etki yok” düzeyine yuvarlanmıştır.

**Tablo 3.12. SEA Ölçeği Etki Düzeyleri**

-5 = çok büyük olumsuz etki	-4 = büyük olumsuz etki	-3 = orta olumsuz etki	-2 = küçük olumsuz etki	-1 = çok küçük olumsuz etki
		0 = nötr/ etki yok		
+1 = çok küçük olumlu etki	+2 = küçük olumlu etki	+3 = orta olumlu etki	+4 = büyük olumlu etki	+5 = çok büyük olumlu etki

### 3.2.4.2. Etki Algıları – Nicel Sonuçlar

Bu kısımdaki tablolar faktör analizinde tanımlanan boyutların içerdiği etkileri en yüksek EVET yanıtından en düşüğe kadar sırasıyla sunmaktadır. Tablolarda ilk sırada yer alan etkiler en yüksek, son sıradakiler ise en düşük EVET yüzdesine sahiptir. Boyutlar altında sınıflanamayan diğer etkilerle ilgili tabloda ise benzer konulu etki ifadeleri bir arada sınıflanmıştır.

#### 3.2.4.2.1. Sakıncalarla İlgili Algılanan Etkiler

Sakıncalar adlı boyutun içerdiği önermelere verilen yanıtlar, bu etkilerin gerçekleşmesi üzerinde yüksek düzeyde bir görüş birliğini göstermektedir (Tablo 3.13). Diğer bir deyişle, katılımcıların çoğu sakıncalar boyutunun etkilerinin festivalin sahneye konmasından kaynaklandığı konusunda aynı düşüncededir. Katılımcıların yüksek yüzdelerle algıladıkları etkiler kalabalık caddeler (%94.2), artan gürültü düzeyi (%93.8), artan trafik (%92.7) ve festival alanı çevresi ile işyerlerindeki kalabalık (%74.1) şeklinde sıralanmıştır. Daha düşük ama buna rağmen hala çoğunluğun düşüncesini temsil eden düzeylerde ise artan çöp yığınları (%63.7), otopark sorunu (%61.7) ve yol kapatma ile yön değişiklikleri (%55.8) ile ilgili önermeler görülmektedir.

**Tablo 3.13. Sakıncalarla İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival süresince caddeler kalabalıktır.	EVET	%94.2	1.4
	HAYIR	%3.2	0.6
	BİLMİYORUM	%2.6	-
Festival süresince festival alanlarını çevreleyen yerlerde gürültü düzeyi artmıştır.	EVET	%93.8	-0.1
	HAYIR	%2.3	+1.4
	BİLMİYORUM	%3.9	-
Festival süresince kentte trafik artmıştır.	EVET	%92.7	-0.4
	HAYIR	%5.8	-1.0
	BİLMİYORUM	%1.5	-
Festival alanı çevresi ve işyerleri festival süresince kalabalıktır.	EVET	%74.1	+0.1
	HAYIR	%12.8	+0.4
	BİLMİYORUM	%13.1	-
Festival süresince festival alanlarını çevreleyen yerlerde çöp yığınları artmıştır.	EVET	%63.7	-1.0
	HAYIR	%23.9	+0.8
	BİLMİYORUM	%12.4	-
Festival süresince otopark sorunu vardır.	EVET	%61.7	-1.1
	HAYIR	%32.3	+0.1
	BİLMİYORUM	%6.0	-
Yol kapatmalar ve yön değişiklikleri festival süresince yerel halkı rahatsız etmiştir.	EVET	%55.8	-1.1
	HAYIR	%36.7	+0.1
	BİLMİYORUM	%7.5	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Gerçekleştiği algılanan etkilerin çoğu, etkinin türü ele alındığında olumsuz olarak değerlendirilmesine rağmen yüksek düzeyde olumsuzluğu gösterecek ortalamalara ulaşmamıştır. Sakıncalar boyutunda en yüksek düzeyde olumsuz ortalamaya (-1.1) sahip olan yolların kapanması ve otopark sorunuyla ilgili önermeler dahi, “çok küçük olumsuz etki”yi ifade etmektedir. Bu boyutta iki etki, türüne göre olumlu olarak algılanmıştır ve her ikisi de kalabalıkla ilgilidir. Kalabalık caddelerle ilgili önerme “çok küçük olumlu etki”yi (+1.4) tanımlarken; festival alanı çevresinde ve işletmelerdeki kalabalıkla ilgili önerme olumlu değerlendirilmesine rağmen, ortalama skoru incelendiğinde (+0.1) “nötr-

etki yok” sınıfına girmiştir.

Etki ifadelerine HAYIR yanıtı veren katılımcıların küçük bir kısmı sakıncalarla ilgili etkilerin gerçekleşmediğini belirtmiştir. Biri dışında bu boyutun içerdiği tüm önermelerde, bu etkilerin gerçekleşmemesi ya “nötr-etki yok” ya da “çok küçük olumlu etki” şeklinde değerlendirilmiştir. Bu durum, katılımcıların sakıncalar adlı boyuta ait etkilerin gerçekleşmemesinden memnun olduklarını göstermektedir. Bu boyuttaki etkilerden gerçekleşmemesi olumsuz olarak algılanan tek önerme, trafiğin artmasıdır. Trafiğin artmadığını belirten katılımcılar bu durumu “çok küçük olumsuz etki” olarak (-1.0) nitelendirmiştir.

#### **3.2.4.2.2. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyumla İlgili Algılanan Etkiler**

Bu boyuttaki her etki için, katılımcıların çoğu önermelerle aynı düşüncede olduklarını belirtmiştir. Başka bir ifadeyle, katılımcılar toplum kimliği ve toplum içi uyum hakkındaki bu tür etkilerin festivalden kaynaklandığını ortaya koymuştur (Tablo 3.14). Katılımcıların büyük bir çoğunluğu festivalin turizmi teşvik eden bir imaj sağladığını (%90.1), toplum kimliğini geliştirdiğini (%84.9) ve yerel halk dışındakilere kent ile yerel halkın neden eşsiz ve özel olduğunu göstermede yardımcı olduğunu algılamıştır (%81.1). Aynı şekilde, ancak biraz daha düşük yüzdelerle toplumun festivali sahiplendiği (%71.2), yerel halkın festival süresince ziyaretçileri ağırlamaktan keyif aldığı (%68.3), festivalin olumlu bir kültürel etkisi olduğu (%66.2), festivalin toplumun birlikteliğine katkıda bulunduğu (%63.7) ve yerel halkın hissettiği gururun festival sayesinde arttığını (%61.0) belirten katılımcılar bu boyutun diğer önermeleri hakkındaki olumlu görüşlerini ifade etmiştir.

**Tablo 3.14. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyumla İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival yerel halka bölgedeki turizmi teşvik edecek bir imaj sağlamıştır.	EVET	%90.1	+3.4
	HAYIR	%2.6	-2.4
	BİLMİYORUM	%7.3	-
Festival aracılığıyla toplum kimliği geliştirilmiştir.	EVET	%84.9	+3.3
	HAYIR	%7.9	-1.1
	BİLMİYORUM	%7.2	-
Festival yerel halk dışındakilere kentin ve yerel halkın neden eşsiz ve özel olduğunu göstermeye yardımcı olmuştur.	EVET	%81.1	+3.3
	HAYIR	%10.4	-0.8
	BİLMİYORUM	%8.5	-
Yerel halkta festivali sahiplenme duygusu vardır.	EVET	%71.2	+3.2
	HAYIR	%11.2	-1.7
	BİLMİYORUM	%17.6	-
Festival süresince yerel halk, bölgede ziyaretçilerle birlikte olmaktan keyif almıştır.	EVET	%68.3	+3.0
	HAYIR	%12.0	-3.2
	BİLMİYORUM	%19.1	-
Festivalin yerel halk üzerinde olumlu bir kültürel etkisi vardır.	EVET	%66.2	+3.1
	HAYIR	%14.0	-2.3
	BİLMİYORUM	%19.8	-
Festival yerel halkta birliktelik duygusu yaratmaya katkıda bulunmuştur.	EVET	%63.7	+3.3
	HAYIR	%15.1	-1.7
	BİLMİYORUM	%21.2	-
Festival sayesinde, yerel halkın kentlerine duydukları gurur artmıştır.	EVET	%61.0	+3.2
	HAYIR	%15.8	-1.9
	BİLMİYORUM	%23.2	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Ortalamalar incelendiğinde, katılımcılar bu boyuttaki etkilerin tamamını olumlu olarak algılamıştır. Tüm olumlu derecelendirmeler “orta düzeyde olumlu etki”yi temsil eden +3.0 düzeyi ile üzerinde derecelendirilmiştir ve oldukça yüksek ortalamalara sahiptir. En büyük olumlu değerlendirmeler sırasıyla, festivalin turizmi teşvik eden bir imaj sağladığı (+3.4), toplum kimliğini geliştirdiği (+3.3), kent dışından gelenlere kentin ve toplumun

neden eşsiz ve özel olduğunu gösterdiği (+3.3) ve toplumda birliktelik duygusu yarattığını (+3.3) ileri süren önermelerde görülmüştür.

Katılımcılardan, belirtilen etkilerin gerçekleştiğini algılamayarak HAYIR yanıtı verenlerin olumsuz etki derecelendirmelerinde bulunduğu ortaya konmuştur. Bu etkilerin gerçekleşmemesi “çok küçük olumsuz etki” ile “orta düzeyde olumsuz etki” aralığındaki ortalama skorlarla olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Aslında, katılımcıların bu kısmı belli etkileri festivalin bir sonucu olarak gerçekleşmeyen olası (potansiyel) olumlu etkiler olarak görmüştür. Festival süresince yerel halkın ziyaretçileri ağırlamaktan keyif aldıklarına dair önermeye katılmayanlar bu durumu en büyük olumsuz etkiye sahip olan önerme (-3.2) olarak derecelendirmiştir.

#### **3.2.4.2.3. Kişisel Engellenme ile İlgili Algılanan Etkiler**

Kişisel engellenme boyutunda (Tablo 3.15) katılımcılar, izleyen yüzdelerle, yerel halkın festival süresince kendi toplumlarında ikinci sıraya itildiği (%53.3), yerel halkın festival süresince artan ziyaretçi sayısı nedeniyle engellendiği (%48.4) ve yerel halkın festivaldeki çekiciliklerden uzak durduğunu (%41.2) belirten önermelere katılmamıştır. Bu etkilerin her biri için katılımcılar algılarını, “nötr-etki yok” ve “çok küçük olumlu etki” düzeyinde ifade etmiştir.



**Tablo 3.15. Kişisel Engellenme ile İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival yerel halkın günlük yaşamlarında aksamaya yol açmıştır.	EVET	%77.0	-0.4
	HAYIR	%18.9	+0.4
	BİLMİYORUM	%4.1	-
Yerel halk festivaldeki çekiciliklerden uzak durmuştur.	EVET	%37.8	-0.9
	HAYIR	%41.2	+1.2
	BİLMİYORUM	%21.0	-
Yerel halk festival süresince kendi kentinde ziyaretçilere oranla ikinci sıraya itilmiştir.	EVET	%34.6	-1.0
	HAYIR	%53.3	+0.4
	BİLMİYORUM	%12.1	-
Yerel halk festival süresince artan ziyaretçi sayısından memnun olmamıştır.	EVET	%26.7	-1.2
	HAYIR	%48.4	+0.4
	BİLMİYORUM	%24.9	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Katılımcılar sözü edilen üç etkiye yüksek yüzdeyle HAYIR yanıtı vermelerine rağmen, her önermede geriye kalan diğer yanıtlar EVET ve BİLMİYORUM kategorilerinde önemli yüzdelerle temsil edilmektedir. Buradan hareketle, farklı katılımcıların bu konuda farklı etki algılarına sahip olduğu ve katılımcıların bu tür etkilerle ilgili değerlendirmelerinde bölündükleri gözlenmektedir.

Kişisel engellenme etkilerinin gerçekleştiğini onaylayan katılımcılar, “çok küçük olumsuz etki” düzeyinde derecelendirme yapmıştır. Bu konudaki en yüksek derecelendirme, yerel halkın artan ziyaretçi sayısından ötürü engellenmesi ile ilgili önermedir (-1.2) ve “çok küçük olumsuz etki” düzeyini temsil etmektedir.

Bu boyutta katılımcıların büyük çoğunluğunun aynı düşüncede olduğu tek önerme (%77.0), festivalin yerel halkın günlük yaşamlarında bir aksamaya yol açtığını öne süren önermedir. Bu etkinin gerçekleştiği üzerindeki fikir birliğine rağmen, etki (-0.4) ortalamayla derecelendirilmiştir ve “nötr-etki yok” düzeyinde değerlendirilmektedir.

#### 3.2.4.2.4. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları ile İlgili Algılanan Etkiler

Bu faktörde katılımcıların çoğu, önermelerle aynı düşünceyi paylaşmaktadır. Bu durum, eğlence ve sosyalleşme fırsatları ile ilgili etkilerin katılımcılar tarafından festivalin bir sonucu olarak algılandığını göstermektedir (Tablo 3.16). Katılımcılar festivalin çok yüksek yüzdelerle; topluma daha çok ziyaretçi kazandırdığı (%97.5), yerel halk için eğlence fırsatlarını arttırdığı (%93.4), kent dışından yakınlarını ve akrabalarını ağırlama fırsatı sağladığı (%90.5), toplumun diğer üyeleriyle sosyal etkileşim fırsatı doğurduğu (%88.7) ve yerel halka toplum dışından yeni insanlarla tanışma fırsatı sunduğunu (%87.1) ifade eden önermelerle benzer doğrultuda düşünmektedir. Bu önermeler kadar yüksek yüzdelerle olmasa da kültürel deneyim fırsatları (%77.8), paylaşılan aile deneyimleri (%76) ve yerel halktan katılımın çeşitliliğini (%75.2) vurgulayan önermeler sıralamadaki yerlerini almıştır.

**Tablo 3.16. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları ile İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival süresince kentte bulunan ziyaretçi sayısı daha çoktur.	EVET	%97.5	+3.8
	HAYIR	%0	-
	BİLMİYORUM	%2.5	-
Festival süresince yerel halk için eğlence fırsatları artmıştır.	EVET	%93.4	+3.4
	HAYIR	%3.4	-0.9
	BİLMİYORUM	%3.2	-
Festival, yerel halka kent dışından yakınlarını ve arkadaşlarını ağırlama fırsatı sağlamıştır.	EVET	%90.5	+3.3
	HAYIR	%3.3	-1.9
	BİLMİYORUM	%6.2	-
Festival, yerel halkın diğer üyeleriyle sosyal etkileşim fırsatı sağlamıştır.	EVET	%88.7	+3.0
	HAYIR	%6.2	-2.4
	BİLMİYORUM	%5.1	-
Festival, yerel halka buldukları toplum dışından yeni insanlarla tanışma fırsatı sağlamıştır.	EVET	%87.1	+2.6
	HAYIR	%6.6	-1.6
	BİLMİYORUM	%6.3	-
Festival, yerel halka kültürel deneyim fırsatları sağlamıştır.	EVET	%77.8	+2.8
	HAYIR	%11.1	-1.9
	BİLMİYORUM	%11.1	-
Festival, aileyle birlikte zaman geçirme fırsatı sağlamıştır.	EVET	%76.0	+3.1
	HAYIR	%12.0	-2.7
	BİLMİYORUM	%12.0	-
Yerel halktan çok çeşitli insan festivale katılmıştır.	EVET	%75.2	+2.7
	HAYIR	%3.4	-1.9
	BİLMİYORUM	%21.4	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Bu etkilerin gerçekleşmesi, +2.6 veya üzerindeki ortalama skorlarla yerel halk üzerinde olumlu etkiye sahip olarak algılanmıştır. Toplumda daha çok ziyaretçiyi ağırlamak “büyük bir olumlu etki” düzeyinde (+3.8) derecelendirilirken, yerel halk için artan eğlence fırsatları (+3.4) ve kent dışındaki yakınları ile akrabalarını ağırlama fırsatı (+3.3) “orta düzeyde olumlu etki” olarak sınıflandırılmıştır.

Düşük yüzdelerle bu etkilerin gerçekleşmediğini algılayan katılımcılar, küçük ve orta

düzeyde olumsuz etki derecelendirmesinde bulunmuştur. Bu tür katılımcıların en yüksek derecelendirmesi, festivalin aile deneyimleri için fırsatlar yarattığı görüşüne “orta düzeyde olumsuz etki” anlamına gelen (-2.7) ortalamayla yanıt vermeleri olarak gözlenmiştir.

### 3.2.4.2.5. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi ile İlgili Algılanan Etkiler

Bu boyuttaki her etki için katılımcıların çoğu, festival sonucunda toplumun büyümesi ve gelişimi ile ilgili etkilerin ortaya çıktığı görüşünü benimsemiştir (Tablo 3.17). Sanatsal yetenekleri sergileme fırsatı (%87.8); toplumda çeşitli grupların festival için birlikte çalışması (%83) ve kaynak yaratma fırsatı (%81.1) tablonun en üstündedir. Biraz daha düşük yüzdelerle iş fırsatları (%61.5) ve yeni beceriler geliştirme (%55.5) ile ilgili önermeler bu boyutta sıralanmaktadır.

**Tablo 3.17. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi ile İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival, yerel halka sanatsal yeteneklerini sergileme fırsatı sağlamıştır.	EVET	%87.8	+3.2
	HAYIR	%3.1	-2.3
	BİLMİYORUM	%9.1	-
Yerel halk grupları, festivalin amaçlarını gerçekleştirmek için birlikte çalışmıştır.	EVET	%83.0	+3.4
	HAYIR	%4.3	-2.4
	BİLMİYORUM	%12.7	-
Festival, yerel halka kaynak yaratma fırsatı sağlamıştır.	EVET	%81.1	+3.7
	HAYIR	%5.4	-1.9
	BİLMİYORUM	%13.5	-
Festival süresince yerel halk için daha çok iş fırsatı bulunmaktadır.	EVET	%61.5	+3.0
	HAYIR	%18.0	-1.0
	BİLMİYORUM	%20.5	-
Festival, yerel halka yeni beceriler geliştirme fırsatı sağlamıştır.	EVET	%55.5	+2.6
	HAYIR	%16.3	-1.1
	BİLMİYORUM	%28.2	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Bu sınıflama kapsamında gerçekleştiği algılanan tüm etkiler ya “orta düzeyde olumlu etki” ya da “büyük bir olumlu etki” biçiminde derecelendirilmiştir. En yüksek dereceye sahip önerme, (+3.7) ortalama ile kaynak yaratma fırsatıdır ve “büyük bir olumlu etki”yi temsil etmektedir.

Bu sınıflamanın içerdiği HAYIR yanıtlarının tamamı ya “çok küçük olumsuz etki” ya da “küçük olumsuz etki”yi tanımlayan derecelendirme sonuçlarına sahiptir. Bu tür etkileri gerçekleşmemiş olarak algılayan katılımcılar, bu durumu olumsuz bir sonuç olarak değerlendirdiklerini ifade etmektedir. En yüksek olumsuz derecelendirme, toplumda çeşitli grupların festival için birlikte çalışmasıyla ilgili önermede (-2.4) olup “küçük olumsuz etki” düzeyinde değerlendirilmiştir.

### 3.2.4.2.6. Davranışsal Sonuçlarla İlgili Algılanan Etkiler

Bu boyutta göze çarpan durum, incelenen etkilerin gerçekleşip gerçekleşmediği ile ilgili katılımcı algılarının belirgin bir biçimde değişkenlik göstermesi ve yüksek yüzdelerle bir yanıt üzerinde toplanmamasıdır. Bu değişkenlik, etkinin ortaya çıkışı konusunda Tablo 3.18’de belirtilen EVET, HAYIR ve BİLMİYORUM sınıflamalarındaki yüzde dağılımlarında açık bir biçimde görülmektedir.

**Tablo 3.18. Davranışsal Sonuçlarla İlgili Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>ab</sup>
Festival süresince kaba ve hoş olmayan davranışlar artmıştır.	EVET	%50.4	-1.3
	HAYIR	%26.8	+0.3
	BİLMİYORUM	%22.8	-
Festival süresince yetişkin olmayanların içki kullanımına rastlanmıştır.	EVET	%36.8	-1.6
	HAYIR	%10.5	+0.8
	BİLMİYORUM	%52.7	-
Festival süresince toplumdaki kamu ve özel sektör mallarına zarar verme (vandalizm) artmıştır.	EVET	%30.9	-1.8
	HAYIR	%28.9	+0.7
	BİLMİYORUM	%40.2	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Diğer boyutlardakine göre daha az bir çoğunluk (%50.4) festival süresince kaba davranışların arttığını belirtmiştir. Bu önermedeki HAYIR ve BİLMİYORUM seçenekleri de ciddi yüzdelerle (sırasıyla %26.8 ve %22.8) tercih edilmiştir. Yetişkin olmayanların içki kullanımı ve vandalizmle ilgili önermeler söz konusu olduğunda ise daha düşük yüzdeli EVET yanıtları (sırasıyla %36.8 ve %30.9), daha yüksek yüzdeli BİLMİYORUM yanıtlarını (sırasıyla %52.7 ve %40.2) izlemektedir.

Etki derecelendirmesi incelendiğinde, EVET işaretleyen katılımcılar belirtilen etkilerin gerçekleştiği görüşüne sahip olup düşük ortalama skorlarla etkileri olumsuz değerlendirmiştir. Yetişkin olmayanların içki kullanımı ve vandalizm (sırasıyla -1.6 ve -1.8) “küçük olumsuz etki”, kaba davranışlar ise (-1.3) “çok küçük olumsuz etki” biçiminde sınıflanmıştır.

Bu boyuttaki etkilerin gerçekleşmediği görüşünü HAYIR işaretleyerek belirten katılımcılar olumlu etki derecelerini seçmiştir. Bunun anlamı, bu tür davranışsal sonuçların gerçekleşmemesinin yerel halk için olumlu bulunmasıdır.

#### **3.2.4.2.7. Diğer Algılanan Etkiler**

Bu sınıflamanın içeriği ya kayıp veriler (missing data) sorunu nedeniyle faktör analizine katılmayan ya da tanımlanan boyutlara uymaması nedeniyle analizden çıkarılan önermelerdir. Buradaki toplam altı önerme kapsadıkları konular göz önüne alınarak iki grupta incelenmiştir. Konu başlıkları alım-satımla ilgili etkiler ile suç ve güvenlik sorunlarıdır. Bu etkilerin birkaçı arasında ortak yanıtlama biçimlerine rastlanmıştır (Tablo 3.19).

**Tablo 3.19. Diğer Algılanan Etkiler**

ETKİ İFADESİ	ETKİNİN ORTAYA ÇIKIŞI	%	ETKİ DÜZEYİ ORTALAMASI <sup>a</sup> <sub>b</sub>
Festival süresince yerel işletmelerde alım-satım artmıştır.	EVET	%91.7	+3.7
	HAYIR	%1.9	-3.2
	BİLMİYORUM	%6.4	-
Festival süresince kentte daha çeşitli ürün ve hizmet satışa sunulmuştur.	EVET	%72.1	+2.4
	HAYIR	%14.7	-1.7
	BİLMİYORUM	%13.2	-
Festival süresince kentteki ürün ve hizmet fiyatları artmıştır.	EVET	%46.8	-0.8
	HAYIR	%32.3	+0.7
	BİLMİYORUM	%20.3	-
Festival süresince polisin varlığı yeterli düzeydedir.	EVET	%77.9	+2.6
	HAYIR	%5.9	-1.7
	BİLMİYORUM	%16.2	-
Festival süresince yasaklanmış maddelerin (uyuşturucu vb.) kullanımı artmıştır.	EVET	%34.7	-1.8
	HAYIR	%6.8	+1.0
	BİLMİYORUM	%58.5	-
Festival süresince toplumdaki suç oranı artmıştır.	EVET	%30.1	-1.9
	HAYIR	%24.8	+0.4
	BİLMİYORUM	%45.1	-

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

Festivalin alım-satımla ilgili sonuçlarına yönelik üç etki bulunmaktadır. Bunların ikisi için, katılımcılar festivalin bir sonucu olarak gerçekleştikleri konusunda aynı düşüncededir. Festival süresince işletmeler için artan alım-satım (%91.7) ile daha çeşitli mal ve hizmet sunumu (%72.1) bu iki konudur. Bu önermelerin ikisi de olumlu etkiyi temsil ederken, işletmeler için artan alım-satım en yüksek derecelendirmeyle (+3.7) “büyük bir olumlu etki” düzeyini yansıtmaktadır. Alım-satımla ilgili üçüncü ve son etki ise, gerçekleşme durumuyla ilgili olarak üç yanıtı dağılan yüzdelerin de belirttiği gibi (%46.8 EVET, %32.3 HAYIR ve %20.3 BİLMİYORUM) katılımcılar üzerinde bir yargı birliği sağlayamamıştır.

Bu sınıflamada yer alan diğer üç etki, festivalden kaynaklanan suç ve güvenlik sorunlarıyla ilgilidir. Bu önermelerden ikisi, en yüksek yüzdeleri BİLMİYORUM seçeneğinde elde ederek benzerlik göstermektedir. Festival süresince yasaklanmış madde

kullanımının artmasıyla ilgili önermede katılımcıların yalnızca %34.7'si EVET işaretlerken, en yüksek yanıt yüzdesi %58.5 ile BİLMİYORUM seçeneğindedir. Benzer biçimde, toplumdaki suç oranını konu alan önermede %30.1 ile EVET, %45.1 ile BİLMİYORUM yanıtları gözlenmektedir. Her iki etki için EVET yanıtı vererek etkinin gerçekleştiğini belirten katılımcılar, bu etkileri “küçük olumsuz etki” (-1.8 ve -1.9) düzeyinde derecelendirmiştir.

Bu grubun içerdiği son etki olan polis sayısının yeterliliği ile ilgili etki incelendiğinde, katılımcıların EVET (%77.9) yanıtları “orta düzeyde olumlu etki” (+2.6) olarak değerlendirilmiştir.

### **3.2.4.3. Mekâna Bağlılık, Organizasyona Katılım ve Etkilerin Yayılması ile İlgili Yanıtlar**

Yerel halkın Antalya'ya ne kadar bağlı olduğu, etkinlik organizasyonuna katılım fırsatları ve etkinliklerin olumlu etkilerinin halka yayılmasıyla ilgili düşüncelerine yönelik beşli likert ölçeğindeki önermelerin yansımaları olarak çeşitli sıklık ve yüzde analizi sonuçları toplu olarak Tablo 3.20'de sunulmuştur.

Bu sonuçları özetlemek gerekirse katılımcıların %66.9'u Antalya'yı terk etmek zorunda kalırlarsa kesinlikle üzüntü duymayacaklarını belirtirken, Antalya'da yaşamayı başka herhangi bir yerde yaşamaya kesinlikle tercih edenlerin oranı %59.9'dur. Antalya'ya tam anlamıyla bir mekâna bağlılık söz konusu değildir, ancak yine de başka kentlere oranla tercih edilen bir kenttir.

Yerel halkın festival organizasyonunda kesinlikle yer alması gerektiğini düşünen katılımcılar %62.1 ile temsil edilirken, yalnızca %46.1'lik bir kısım kendisinin de festival organizasyonunda yer alma fırsatı olduğuna kesinlikle inanmaktadır. Bu bulgu yerel halkın yarından az bir oranla organizasyonun bir parçası olabileceğini hissettiğini göstermektedir.

Olumlu sosyal etkilerin yerel halka yayılmasıyla ilgili gereklilik %66.7 gibi bir oranla kesinlikle onaylanırken, bireysel olarak bunların yayıldığını kesinlikle düşünenlerin yüzdesi yalnızca %4,4'tür. Bu sonuçla da olumlu sosyal etkilerin toplum geneline yayılması gerekliliği yüksek düzeyde kabul görürken, bunun uygulaması ile ilgili bireysel tespitlerin çoğunlukla başarısız değerlendirmeler olarak gerçekleştiği ortaya konmuştur.



**Tablo 3.20. Mekâna Bağlılık, Organizasyona Katılım ve Etkilerin Yayılması ile İlgili Yanıtların Sıklık ve Yüzde Analizleri**

Sıklıklar							
		Üzüntü	Tercih	YH org.	Org.	Yayılmalı	Yayıldı
N	Geçerli	451	451	451	451	451	451
	Kayıp	0	0	0	0	0	0
	Ortalama	1,56984	4,3969	4,5299	3,9	4,59867	2,827
	Std. Sapma	0,85186	0,9498	0,6572	1,4	0,61529	1,073

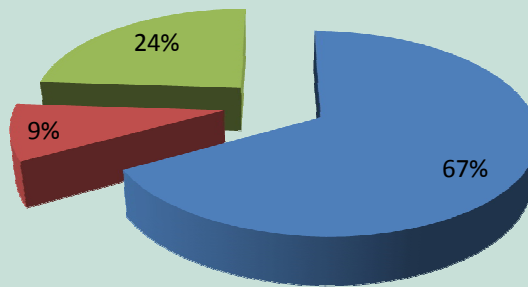
#### Sıklık Tablosu

##### 1. Antalya'dan taşınmak durumunda kalsam buradan ayrılmaktan çok büyük üzüntü duyardım.

		Sıklık	Yüzde
Geçerli	kesinlikle katılmıyorum	302	66,962
	katılmıyorum	41	9,0909
	fikrim yok	108	23,947
	toplam	451	100

##### 1. Antalya'dan taşınmak durumunda kalsam buradan ayrılmaktan çok büyük üzüntü duyardım.

■ kesinlikle katılmıyorum ■ katılmıyorum ■ fikrim yok

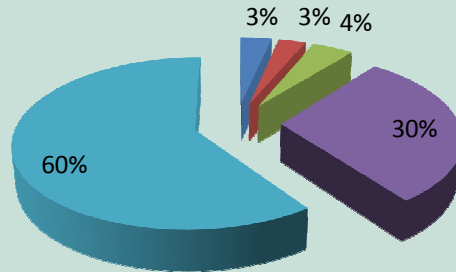


##### 2. Antalya'da yaşamayı başka herhangi bir yerde yaşamaya tercih ederim.

		Sıklık	Yüzde
Geçerli	kesinlikle katılmıyorum	15	3,3259
	katılmıyorum	13	2,8825
	fikrim yok	20	4,4346
	katılıyorum	133	29,49
	kesinlikle katılıyorum	270	59,867
	toplam	451	100

## 2. Antalya’da yaşamayı başka herhangi bir yerde yaşamaya tercih ederim.

■ kesinlikle katılmıyorum ■ katılmıyorum ■ fikrim yok ■ katılıyorum ■ kesinlikle katılıyorum

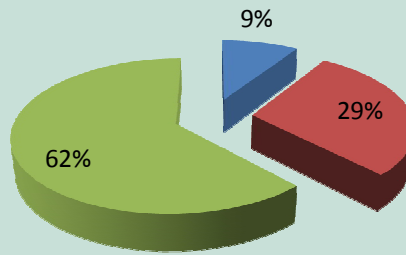


## 3. Yerel halkın festivallerin organizasyonunda yer alması gerektiğini düşünüyorum.

Geçerli	Sıklık	Yüzde
fikrim yok	41	9,0909
katılıyorum	130	28,825
kesinlikle katılıyorum	280	62,084
toplam	451	100

## 3. Yerel halkın festivallerin organizasyonunda yer alması gerektiğini düşünüyorum.

■ fikrim yok ■ katılıyorum ■ kesinlikle katılıyorum

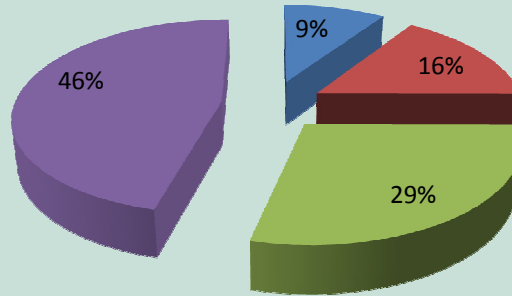


## 4. Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin organizasyonunda yer alma fırsatım olduğunu düşünüyorum.

Geçerli	Sıklık	Yüzde
kesinlikle katılmıyorum	42	9,3126
katılmıyorum	71	15,743
katılıyorum	130	28,825
kesinlikle katılıyorum	208	46,12
toplam	451	100

#### 4. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin organizasyonunda yer alma fırsatım olduğunu düşünüyorum.

■ kesinlikle katılmıyorum ■ katılmıyorum ■ katılıyorum ■ kesinlikle katılıyorum

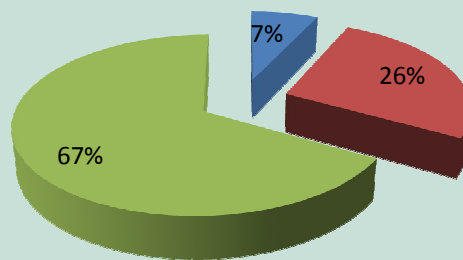


#### 5. Altın Portakal Film Festivali'nin olumlu sosyal etkilerinin tüm yerel halka yayılması gerektiğini düşünüyorum.

Geçerli	Sıklık	Yüzde
fikrim yok	31	6,8736
katılıyorum	119	26,386
kesinlikle katılıyorum	301	66,741
toplam	451	100

#### 5. Festivallerin olumlu sosyal etkilerinin tüm yerel halka yayılması gerektiğini düşünüyorum.

■ fikrim yok ■ katılıyorum ■ kesinlikle katılıyorum



#### 6. Altın Portakal Film Festivali'nin olumlu sosyal etkilerinin tüm yerel halka yayıldığını düşünüyorum.

Geçerli	Sıklık	Yüzde
kesinlikle katılmıyorum	53	11,752
katılmıyorum	126	27,938
fikrim yok	138	30,599
katılıyorum	114	25,277
kesinlikle katılıyorum	20	4,4346
toplam	451	100



### 3.2.5. Yerel Halkın Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları – Nitel Sonuçlar

Bu kısım yerel halkın toplum odaklı festivallerin sosyal etkileriyle ilgili beklenti ve algıları üzerine hazırlanmış açık uçlu sorulara alınan yanıtlardan oluşan bulguları ortaya koymaktadır. Bu tartışma, katılımcıların festivalin olumlu/olumsuz sosyal etkilerine dair ne beklediklerine ve bu olumlu/olumsuz sosyal etkilerin gerçekleştiğini algılayıp algılamadıklarına dair sorulara verilen yanıtlar üzerine temellendirilmiştir.

Beklentilerle ilgili veriler, yerel halkın festivale ev sahipliği sonucunda ortaya çıkmasını beklediği hem olumlu hem de olumsuz sosyal etkilerin çeşitlerini belirtmektedir. Beklenen etkiler, faktör analizi aracılığıyla belirlenen altı sosyal etki boyutuna göre sınıflandırılmıştır. Bunlar sakıncalar, toplum kimliği ve toplum içi uyum, kişisel engellenme, eğlence ve sosyalleşme fırsatları, toplumun büyümesi ve gelişimi ile davranışsal sonuçlar başlıklarıyla adlandırılmıştır. Bu beklenen etkilerden bazıları SEA ölçeğinde yer alan etkilerle eşleşirken, katılımcılar tarafından belirlenen ve SEA ölçeğinde yer almayan başka etkiler de vardır. Bu tür etkiler “yerel halk tarafından belirlenen etkiler” olarak adlandırılmıştır.

SEA ölçeğinin içerdiği etkilerin tümünün yanı sıra yerel halk tarafından belirlenen etkiler de sosyal etkilerin altı boyutu etrafında toplanabilmektedir. Bu nedenle bu nitel veriler faktör analizi aracılığıyla belirlenen altı sosyal etki boyutunu desteklemektedir. Çünkü herhangi bir yönlendirme olmadan katılımcıların belirttiği etkilerin listesi önceden tanımlanmış boyutlara uymaktadır.

Algılarla ilgili veriler beklenen olumlu ve olumsuz sosyal etkilerin gerçekleşip gerçekleşmediğini ifade etmektedir. Bu yanıtlar, katılımcıların beklentilerinin

karşılanmasına göre kodlanmıştır. Beklentilerle algılanan gerçek etkiler arasındaki farklar incelendiğinde algı verileri, toplumun festivalden duyduğu memnuniyet veya memnuniyetsizlik düzeyiyle ilgili daha geniş bir bakış açısı sağlamaktadır. Bununla beraber ayrıntılı algı yanıtları elde edilmiştir. Katılımcılar etkinin gerçekleşme durumuyla ilgili açık uçlu sorulara birçok özel durum, istisna ve gerekçeleriyle birlikte yanıt vermiştir. Yanıtların bu niteliği katılımcıların festivallerin olumlu ve olumsuz sosyal etkileriyle ilgili algılarını daha ileri düzeyde açıklamaya katkı sağlamaktadır. Yanıtlar önce olumlu, ardından olumsuz etkiler ele alınarak tartışılmıştır.

### **3.2.5.1. Yerel Halkın Olumlu Sosyal Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları**

Katılımcıların %74.1'ini temsil eden 399 katılımcı olumlu sosyal etkilerle ilgili beklentilerini araştıran soruya yanıt vermiştir ve sonuçta 30 olumlu etki belirlenmiştir. Katılımcılardan 24 tanesi hiçbir olumlu etki beklemediklerini, 19'u ise hiçbir beklentisi olmadığını ifade etmiştir.

Toplam 30 olumlu sosyal etkiden 17 tanesi SEA ölçeğinde yer alan olumlu sosyal etki önermesiyle eşleşmektedir. Geriye kalan 13 etki katılımcılar tarafından belirlenen (yerel halk tarafından belirlenen etkiler) ve bu ölçekte yer almayan etki önermeleri olarak ortaya konmuştur. Tüm olumlu sosyal etkiler, faktör analizinde tanımlandığı gibi üç boyutta sınıflanabilir. Bunlar; toplum kimliği ve toplum içi uyum, eğlence ve sosyalleşme fırsatları ve toplumun büyümesi ve gelişimi adlı boyutlardır. Boyutlar ve beklenen olumlu sosyal etkiler Tablo 3.21'de sunulmuştur. Bu tablo üç önemli noktaya işaret etmektedir. Birincisi, katılımcıların festivalin sonucu olarak beklediği olumlu sosyal etkiler dizisini listelemektedir. Bu etkiler, her boyutta söz edilme sıklığına (frekans) göre çoktan aza doğru sıralanmıştır. İkinci olarak, önceden SEA ölçeğinde tanımlanmış etkilerle, yerel halk tarafından belirlenen etkileri (buldukları satır sonunda “\*” işareti ile belirtilen) birbirinden ayırmaktadır. Üçüncü olarak da, her iki beklenen etki kümesinin önceden faktör analizi aracılığıyla tanımlanan sosyal etki boyutlarına uygunluğunu göstermektedir.

**Tablo 3.21. Olumlu Sosyal Etki Beklentileri**

<b>BEKLENEN OLUMLU SOSYAL ETKİLER*</b>	
<i>Toplum kimliği ve toplum içi uyum</i>	<i>Toplumun büyümesi ve gelişimi</i>
Toplum dahilindeki birliktelik	Yerel alım-satım üzerindeki etki
Toplumun festivali sahiplenmesi	Kentteki entelektüel profili arttırma*
Toplum ruhu*	Kente para girişi*
Olumlu kültürel etki	Turizm*
Kentte artan gurur	Yerel halk için kaynak
Toplum kimliğinin gelişimi	Toplum gruplarının birlikte çalışması
	İnsanları kente taşınmaya özendirme*
<i>Eğlence ve sosyalleşme fırsatları</i>	Sinemaya ilgiye ve yeteneklere teşvik*
	Kent için faydalı olma*
Eğlence fırsatları	Sanatsal yetenekleri sergileme
Sosyal etkileşim fırsatları	İş fırsatları
Keyifli zaman geçirme*	Altyapı iyileştirmeleri*
Toplumda daha çok ziyaretçi	Yeni yetenekler geliştirme
Kente canlılık getirme*	
Yeni insanlarla tanışma	
Paylaşılan aile deneyimleri	
Olumsuz ziyaretçi türleri*	
Yakın ve akrabaları ağırlama	
Ücretsiz sokak eğlenceleri*	
Gençlikle ilgili etkiler*	

\* Yerel halk tarafından belirlenen ve ölçekte yer almayan etki

Toplum kimliği ve toplum içi uyum boyutu altında 6 olumlu etki bulunmaktadır. Toplum dahilindeki birliktelik en çok “toplum üyelerini bir araya getirme”, “kenti olumlu çabalarla bütünleştirme” ve “toplumla ilgili etkinlikler aracılığıyla toplumu kaynaştırma” gibi ifadelerle dile getirilmiştir. Katılımcılar, toplumun festivali sahiplenme duygusuyla ilgili olarak, özellikle festival için çalışanların artmasını beklediklerini “gönüllülük ve festival için çalışma festivalin bir parçası olma duygusunu sağlar” ve “gönüllülerin çalışması festivale güç katarak toplumun festivali sahiplendiğini gösterir” biçiminde ifade etmiştir.

Eğlence ve sosyalleşme fırsatları boyutunda 11 olumlu etki bulunmaktadır. Bunlardan eğlence fırsatlarını içeren yanıtlar “kentte canlı performanslara katılma olanağı” ve “festivalin yerel halka eğlence olanakları sunması” gibi görüşler kapsamındadır. Bu boyuttaki diğer etkiler, artan ziyaretçiler ve kentteki ziyaretçi çeşitliliği sonucunda, yeni insanlarla tanışma ve sosyal etkileşim fırsatları ile ilgilidir. Aynı şekilde, bir diğer beklenti

ise, aileyle vakit geçirme ile yakın ve akrabalarını ağırlama olanağıdır.

Toplumun büyümesi ve gelişimi boyutu altında 13 olumlu etki bulunmaktadır. Bu boyutta en sıklıkla dile getirilen olumlu sosyal etki beklentisi, yerel alım satım üzerindeki etkidir. Ancak, yerel alım-satımın olumlu etkilenme biçimi, katılımcılar tarafından iki farklı biçimde beklenmiştir. İlkinde, festival haftasında hemen gerçekleşen etki “işletmeler için çok değerli bir hafta” olarak tanımlanmıştır. Diğer beklentiye göre, “yerel işletmelerin yıl boyunca ayakta kalabilme kapasitesini arttırma” görüşü de alım-satım üzerindeki uzun dönemli etkilere atıfta bulunmaktadır. Kentteki entelektüel profili arttırmaya yönelik yorumlara örnek olarak “ülkede tanınan kişilerin festival süresince kentte bulunması” verilebilir.

Katılımcılara bu sorunun ardından beklentilerinin karşılanma durumu algısıyla ilgili bir açık uçlu soru sorulmuştur. Yanıtların çoğu yerel halkın olumlu sosyal etkilere dair beklentilerinin karşılandığını göstermektedir. Bunun yanı sıra bazı katılımcılar belli etkilerin gerçekleşmesiyle ilgili ayrıntılar ve gerekçeler eklemiştir. Tablo 3.22, birinci sütunda sıralanan gerekçeli yanıtlanmış etkilerin başlıklarını; ikinci ve üçüncü sütunlarda ise gerekçeli yanıtın evet ve/veya hayır seçeneğine ait olduğunu ifade etmektedir.

**Tablo 3.22. Olumlu Etkilerin Gerçekleşmesiyle İlgili Gerekçeli Yanıtlar**

ALGILANAN OLUMLU SOSYAL ETKİLER	GEREKÇELİ YANIT	
	Gerekçeli EVET	Gerekçeli HAYIR
<b><i>Toplum kimliği ve toplum içi uyum</i></b>		
Toplum dahilindeki birliktelik	✓	✓
Toplumun festivali sahiplenmesi	✓	
Toplum ruhu		✓
Olumlu kültürel etki	✓	✓
<b><i>Eğlence ve sosyalleşme fırsatları</i></b>		
Eğlence fırsatları	✓	✓
Sosyal etkileşim fırsatları	✓	
Kente canlılık getirme	✓	
Paylaşılan aile deneyimleri	✓	
Çok çeşitli ziyaretçilerin katılımı		✓
Gençlikle ilgili etkiler	✓	
<b><i>Toplumun büyümesi ve gelişimi</i></b>		
Yerel alım satım üzerindeki etkiler	✓	
Kentteki entelektüel profilin artması	✓	✓
Yerel halka kaynak yaratma	✓	
Turizm	✓	
Kent için faydalı olma		✓
İş fırsatları	✓	

“Gerekçeli evet” yanıtı veren katılımcılar, birçok olumlu etki için “beklentilerini bile aştığı” yorumunda bulunmuştur. Bu etkiler arasında kentteki entelektüel profilin artması ve yerel alım-satımın artması sayılabilir. Bu durumun aksine bazı olumlu etkilerin gerçekleştiği ancak beklentilerin altında kaldığı “kentin umduğu kadar çok değil” biçiminde ifade edilmiştir. Katılımcılar, bu nitelemeyi yerel halka kaynak yaratma ve yerel alım-satımla ilgili etkiler için kullanmıştır. Diğer bir grup katılımcı ise beklenen olumlu etkinin gerçekleştiğini algılamış, ancak evet yanıtını olumsuz bir etki kullanarak nitelemiştir. Bu durumu örneklemek gerekirse “Evet, ancak ünlülerin yanına yaklaşamadık” ve “Evet, ama yolda birçok içkili genç görmek de rahatsız ediciydi” gibi tümceler katılımcı yanıtlarından alıntılar olarak sıralanabilir.

“Gerekçeli hayır” yanıtı verenler ise olumlu etkilerin gerçekleşmediğini belirtmenin yanı sıra festivalin etkilerini aslında olumsuz olarak gördüklerini eklemiştir. Festivalin yerel halk için faydalı olduğu görüşüne katılmayanlardan birinin yanıtı bu duyguyu ortaya koymaktadır: “Hayır, festival tümüyle yerel halkı sıkıntıya sokmaktadır. Festivale gelen ziyaretçilerin olumsuz davranışları ciddi sorunlara yol açmaktadır”.

### **3.2.5.2. Yerel Halkın Olumsuz Sosyal Etkilerle İlgili Beklentileri ve Algıları**

Katılımcıların %68.5’ini temsil eden 369 katılımcı olumsuz sosyal etkilerle ilgili beklentilerini araştıran soruya yanıt vermiştir ve sonucunda 35 olumsuz etki belirlemiştir. Katılımcılardan 62 kişi olumsuz etki beklentisi olmadığını, 21 kişi ise hiçbir beklentisinin olmadığını ifade etmiştir.

Toplam 35 olumsuz sosyal etkiden 17 tanesi SEA ölçeğinde yer alan olumsuz sosyal etkilerle eşleşirken, bu ölçekte yer almayan 18 adet yerel halk tarafından belirlenen etki ortaya konmuştur. Tüm olumsuz etkiler, önceden faktör analizi tarafından tanımlanmış altı sosyal etki boyutu başlıkları altında sınıflanabilir. Bu boyutlar ve olumsuz sosyal etkiler Tablo 3.23’de sunulmuştur. Tablo 3.23 aynı zamanda önceden SEA ölçeğinde tanımlanmış etkilerle yerel halk tarafından belirlenen (buldukları satır sonunda “\*” işareti ile belirtilen) etkileri birbirinden ayırmaktadır.



**Tablo 3.23. Olumsuz Sosyal Etki Beklentileri**

<b>BEKLENEN OLUMSUZ SOSYAL ETKİLER*</b>	
<i>Sakıncalar</i>	<i>Eğlence ve sosyalleşme fırsatları – olumsuz</i>
Artan gürültü düzeyi	Ücretsiz sokak eğlencelerinde azalma*
Artan çöp yığınları	Kaçak girişlerin artması*
Artan trafik	
Otopark sorunu	<i>Toplumun büyümesi ve gelişimi - olumsuz</i>
Kalabalık caddeler	
Yol kapatma	Yerel alım-satım üzerindeki etkiler
Tesislerde kalabalık	Yerel kaynakların zorlanması*
	Artan ürün ve hizmet fiyatları
<i>Toplum kimliği ve toplum içi uyum – olumsuz</i>	Turizm*
Olumsuz düşünen yerel halk üyeleri*	<i>Davranışsal Sonuçlar</i>
Festivalin örgütlenmesiyle ilgili memnuniyetsizlik*	İçki ve içkinin etkileri*
Uygun olmayan sponsorlar*	Kaba davranışlar
Festivalin toplumu bölmesi*	Yetişkin olmayanların içki kullanımı
Festivalde hep aynı kişilerin çalışması*	Olumsuz ziyaretçi türleri*
	Gençlikle ilgili etkiler*
<i>Kişisel engellenme</i>	Polis sayısının yetersizliği
	Argo konuşmalar*
Günlük yaşamda aksama	Yerel halkın tedirgin olması*
Ziyaretçiler tarafından engellenme	Azalan aile ortamı*
Yerel halk için sınırlı katılım olanağı*	
Toplumda daha çok ziyaretçi	
Yaşlılar üzerindeki etkiler*	
Yerel halkın ikinci sıraya itilmesi	
Yerel halkın festivalden uzak durması	
Ziyaretçilerin tutumlarından rahatsız olma*	

\* Toplum tarafından belirlenen etkiler

Katılımcılar, sakıncalar boyutu altında 7 olumsuz sosyal etki beklentisi belirlemiştir. Beklenen bu olumsuz etkiler, gürültü, trafik, otopark, yol kapatma, kalabalık caddeler, kalabalık tesisler ve çöp yığınlarıdır. Gürültüyle ilgili yanıtlar “çok yüksek düzeyde gürültü”, “geceyarısından sonra gürültü” ve “gürültü yapan kalabalık insan grupları” biçiminde ifade edilmiştir. Çöp yığınları ile ilgili yanıtlardan alıntılar incelendiğinde ise “park ve caddelerde çöp yığınları” ve “boş şişe ve kutu yığınları” gibi nitelemeler görülmektedir.

Katılımcılar, kişisel engellenme boyutu altında sınıflanan 8 olumsuz sosyal etki beklentisini ifade etmiştir. Bu etkiler, festival süresince toplumda daha çok ziyaretçi

olmasından kaynaklanmaktadır. Katılımcılar, festivalin günlük hayatlarında aksamaya yol açtığını “festival haftası boyunca kentin, yerel halkın sıradan bir günde yaptıklarını engelleyecek kadar kalabalık olduğu” ve “festivalin yerel halkın olağan etkinliklerini engellediği” biçiminde anlatmıştır.

Davranışsal sonuçlar boyutu altında ise 9 olumsuz etki görülmektedir. Bu boyutlara örnek olarak içki ve etkileri, kaba davranışlar, yetişkin olmayanların içki kullanımı ve gençlikle ilgili sorunlar sayılabilir. Bunlar arasında en yaygın olanı içki ve etkileriyle ilgili beklentilerdir. “Caddelerde, parklarda ve sahillerde aşırı alkol tüketimi” ve “alkol sonucu kaba ve olumsuz davranışlar” gibi nitelermeleri içeren tümcelerle bu beklenti dile getirilmiştir.

Geriye kalan 11 etki ise toplum kimliği ve toplum içi uyum, toplumun büyümesi ve gelişimi ile eğlence ve sosyalleşme fırsatları boyutları altında sınıflanmıştır. Açık uçlu sorulara verilen yanıtlar göstermektedir ki bu üç boyut için katılımcılar, hem olumlu hem de olumsuz nitelermelerde bulunmuştur. Örneğin festivali olumsuz gören yerel halk üyeleri, uygun olmayan sponsorlar ve festival örgütlenmesinden duyulan memnuniyetsizlik, toplum kimliği ve toplum içi uyum boyutunu olumsuz biçimde etkilemektedir. Olumlu etki olarak beklenen dört etki (turizm, gençlikle ilgili etkiler, yerel alım-satım üzerindeki etkiler ve toplumda daha çok ziyaretçi bulunması), bazı katılımcılar tarafından olumsuz etki olarak algılanmıştır. Yerel alım-satım üzerindeki etkileri olumsuz algılayan katılımcıların görüşleri arasında “kent dışından gelen girişimcilerin elde ettiği geliri festivalden sonra tekrar kent dışına çıkardığı” ve “yiyecek-icecek işletmeleri dışında diğerlerinin hep kaybettiği” sayılabilir. Benzer biçimde toplumda daha çok ziyaretçi olması bazıları tarafından olumsuz etki olarak algılanmıştır. Bunun nedeni ise daha çok ziyaretçinin “yerel halkın engellenmesine neden olduğu” düşüncesidir.

Katılımcılara bu sorunun ardından olumsuz beklentilerinin gerçekleşme durumu algısıyla ilgili açık uçlu bir soru sorulmuştur. Yanıtlar yerel halkın çoğunun, olumsuz sosyal etkilere dair beklentilerinin gerçekleştiğini ifade ettiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra bazı katılımcılar belli olumsuz etkilerin gerçekleşmesiyle ilgili ayrıntılar ve gerekçeler eklemiştir. Tablo 3.24 birinci sütunda sıralanan gerekçeli yanıtlanmış olumsuz etkilerin başlıklarını, ikinci ve üçüncü sütunlarda ise gerekçeli yanıtın evet ve/veya hayır seçeneğine ait olduğunu ifade etmektedir.

**Tablo 3.24. Olumsuz Etkilerin Gerçekleşmesiyle İlgili Gerekçeli Yanıtlar**

ALGILANAN OLUMSUZ SOSYAL ETKİLER	GEREKÇELİ YANIT	
	Gerekçeli EVET	Gerekçeli HAYIR
<b><i>Sakıncalar</i></b>		
Artan gürültü düzeyleri	✓	✓
Artan çöp yığınları	✓	✓
Artan trafik	✓	
Otopark sorunu	✓	
Kalabalık caddeler	✓	
Yol kapatma	✓	
Yerel tesislerdeki kalabalık	✓	
<b><i>Toplum kimliği ve toplum içi uyum – olumsuz</i></b>		
Olumsuz düşünen yerel halk üyeleri	✓	
Festivalde hep aynı kişilerin çalışması	✓	
<b><i>Kişisel engellenme</i></b>		
Günlük hayattaki aksamalar	✓	
Ziyaretçiler tarafından engellenme	✓	✓
Yerel halk için sınırlı katılım	✓	
Toplumda daha çok ziyaretçi	✓	
Yerel halkın festivalden uzak durması	✓	
Ziyaretçilerin tutumlarından rahatsız olma	✓	
<b><i>Toplumun büyümesi ve gelişimi –olumsuz</i></b>		
Yerel kaynakların zorlanması	✓	
Turizm	✓	
<b><i>Davranışsal sonuçlar</i></b>		
İçki ve içkinin etkileri	✓	✓
Kaba davranışlar	✓	✓
Yetişkin olmayanların içki kullanımı	✓	✓
Olumsuz ziyaretçi türleri	✓	✓
Azalan aile ortamı	✓	

Özellikle sakıncalar ve davranışsal sonuçlarla ilgili olumsuz etkilerde, “gerekçeli evet” yanıtı veren katılımcı sayısı çoktur. Gerekçeler olumsuz etkilerin gerçekleştiğini ancak “en alt düzeyde olduğunu”, “kontrol altında olduğunu”, “kabul edilebilir düzeyde olduğunu” ve “yönetilebileceğini” belirtmektedir. Katılımcılar, özü itibarıyla, bunların olumsuz etki olduğunu ancak çeşitli nedenlerle hoşgörülebileceğini ifade etmiştir. Buna karşın, katılımcıların bazı olumsuz etkiler hakkında “beklenenden daha kötü” şeklinde değerlendirmeleri de gözlenmiştir. Genellikle, bu nitelermeler yetişkin olmayanların içki kullanımı ve kaba davranışlar gibi davranışsal sonuçlar boyutunun altında yer almıştır. “Gerekçeli hayır” yanıtı verenler ise olumsuz etkilerin gerçekleşmediğini belirtmenin yanı sıra, bunun nedenini etkilerin kontrol altında olmasına bağlamıştır.

### 3.2.6. Kümeleme Analizi

Toplum içinde festival hakkında farklı görüşlere sahip alt grupları belirlemek için bir dizi demografik ve davranışsal değişken üzerinde iki aşamalı yöntem (two-step method) kullanılarak kümeleme (cluster) analizi gerçekleştirilmiştir. İki, üç, dört ve beş kümeli çözümler incelenmiş; beş kümeli çözüm örnekleme en anlamlı biçimde ayrıştırdığı için en uygunu olarak belirlenmiştir.

#### 3.2.6.1. Küme Profilleri

Küme çözümlerinin profilini çıkarmak, kümeleme sürecinde kullanılan değişken dizilerine dayanarak her bir kümenin özelliklerini betimlemeyi gerektirmektedir. Her bir kümenin profili çapraz tablolar (cross-tabulations) aracılığıyla karşılaştırılmıştır. Demografik ve davranışsal değişken dizilerini temel alan kümeler arasındaki anlamlı farklılıkları belirlemek için ki-kare istatistiği (chi-square statistics) kullanılmıştır.

Analiz sonucunda beş adet belirgin küme tanımlanmıştır. Katılımcıların %27.8'i (n=150) kayıp veriler nedeniyle kümeleme analizinden çıkarılmıştır. Bu nedenle, kümeleme analizi katılımcı sayısının %72.1'ini (n=388) temsil etmektedir. Beş kümenin demografik ve davranışsal kümeleme değişkenlerine göre profilleri Tablo 3.25'te sunulmuştur.

**Tablo 3.25. Demografik ve Davranışsal Kümeleme Değişkenlerine Göre Küme Profilleri (n = 388)**

KÜMELEME DEĞİŞKENLERİ	Küme 1 K/H**	Küme 2 EB	Küme 3 K	Küme 4 KM	Küme 5 FİÇ	$\chi^2$
	(n=101)	(n=74)	(n=101)	(n=72)	(n=40)	
<b>Yaş</b>						231.800*
18-25	%0	%0	%21.7	%6.8	%3.9	
26-33	%0	%4.0	%54.3	%1.3	%23.9	
34-41	%12.8	%13.1	%18.7	%18.3	%44.2	
42-49	%20.9	%35.3	%2.2	%19.2	%16.8	
50-57	%40.5	%27.7	%3.1	%31.9	%11.2	
58-65	%21.9	%18.1	%0	%20.6	%0	
66 +	%3.9	%1.8	%0	%1.9	%0	
<b>Eğitim</b>						56.100*
İlköğretim	%4.1	%0	%2.6	%8.6	%0	
Ortaöğretim	%10.4	%26.8	%25.7	%31.7	%12.5	
Meslek Y.O.	%33.0	%42.9	%29.6	%30.5	%23.5	
Fakülte / Y.O.	%4.0	%27.9	%39.5	%25.4	%55.0	
Yüksek Lisans	%1.7	%1.2	%1.3	%0	%9.0	
Doktora	%3.0	%0	%1.3	%0	%0	
Diğer	%3.0	%1.2	%0	%3.8	%0	
<b>Meslek</b>						266.342*
İşçi	%0.9	%21.4	%34.8	%27.9	%30.5	
Memur	%5.2	%8.9	%19.1	%27.0	%26.2	
Serbest Meslek	%7.0	%46.4	%32.2	%9.0	%18.3	
Emekli	%83.4	%1.8	%1.7	%26.3	%0	
İşsiz	%0.9	%6.1	%1.7	%2.1	%3.7	
Öğrenci	%2.6	%15.4	%9.6	%6.4	%20.1	
Diğer	%0	%0	%0.9	%1.3	%1.2	
<b>Gelir (TL)</b>						98.208*
Açıklamayanlar	%8.7	%11.1	%2.6	%48.7	%2.0	
1-750	%27.0	%35.4	%10.4	%7.3	%32.3	
751-1500	%35.4	%26.8	%9.6	%12.3	%33.2	
1501-2250	%25.0	%21.7	%33.4	%19.7	%23.2	
2251-3000	%2.6	%4.3	%32.0	%12.0	%7.3	
3001+	%1.3	%0.7	%12.0	%0	%2.0	
<b>Antalya'da İkamet Süresi</b>						121.440*
1-5 yıl	%27.8	%39.3	%20.9	%2.6	%14.6	
6-10 yıl	%20.0	%5.1	%33.0	%24.0	%24.4	
11-15 yıl	%25.2	%19.6	%26.5	%10.5	%31.7	
16-20 yıl	%16.5	%18.1	%9.6	%5.4	%15.9	
21-25 yıl	%6.1	%0	%7.0	%9.0	%6.1	
26-30 yıl	%2.6	%16.0	%0.8	%8.2	%4.9	
30 yıl +	%1.8	%1.9	%2.2	%40.3	%2.4	
<b>Festival İçin Çalışma</b>						320.052*
Evet	%6.5	%12.3	%3.9	%7.6	%100.0	
Hayır	%93.5	%87.7	%96.1	%92.4	%0	

<b>Turizmde Çalışma</b>						65.108*
Evet	%19.3	%62.5	%90.6	%12.8	%78.3	
Hayır	%80.7	%37.5	%9.4	%87.2	%21.7	
<b>Festivalde Ücretli İş</b>						118.984*
Evet	%0	%57.8	%10.4	%0	%6.1	
Hayır	%100.0	%42.2	%89.6	%100.0	%93.9	
<b>Festivali Değerlendirme</b>						248.062*
Beğeniyorum, sürsün	%27.0	%39.4	%77.8	%2.6	%79.6	
Katlanıyorum, yerel halk için iyi	%58.7	%33.9	%17.9	%18.5	%18.0	
Yaşamımı ayarlıyorum	%3.5	%10.7	%2.6	%24.6	%2.4	
Festivalden uzak duruyorum	%10.8	%8.9	%1.7	%26.9	%0	
Beğenmiyorum, sürmesin	%0	%7.1	%0	%27.4	%0	
<b>İlgi ve Destek</b>						221.652*
Sinemaya ilgili, festivalden mutlu	%80.2	%54.0	%93.0	%14.1	%89.2	
Sinemaya ilgili, festivalden mutsuz	%0	%17.4	%0.9	%51.4	%0	
Sinemaya ilgisiz, festivalden mutlu	%19.8	%26.4	%6.1	%19.1	%10.8	
Sinemaya ilgisiz, festivalden mutsuz	%0	%2.2	%0	%15.4	%0	
<b>Festivalde Yapılanlar</b>						473.062*
Festival için çalıştım	%0	%5.5	%1.7	%0	%91.6	
Festivale katıldım	%18.9	%37.4	%82.7	%6.7	%4.2	
Festivale katılmadım	%55.0	%1.8	%0	%53.8	%0	
Çalışıyordum	%21.3	%51.4	%12.1	%17.6	%4.2	
Kent dışındaydım	%2.6	%1.8	%1.5	%20.5	%0	
Diğer	%2.2	%2.1	%1.0	%1.4	%0	

\* %5 düzeyinde anlamlı

\*\* Küme Adları: KM – Katılmayanlar, K/H – Katılanlar/Hoşgörenler, K – Katılanlar, EB – Ekonomik Olarak Bağlantılı Olanlar, FİÇ – Festival İçin Çalışanlar.

### 3.2.6.2. Kümelerin Yorumu

Bir dizi demografik ve davranışsal değişkeni temel alarak tanımlanan beş belirgin toplum kümesinin görünümü Tablo 3.25’te sunulmuştur. Bu görünümler her kümeyi, kümeleme değişkenlerinin tümünde açıklamıştır. Bunun ötesinde, farklı değişkenlerin kümenin oluşumundaki önem düzeylerini belirlemek gerekmektedir. Kümeleri daha etkin bir biçimde yorumlamak için, her kümedeki en önemli değişkenleri incelemek ve bunları “kümelerin doğasını tam olarak açıklayabilmek için küme adlandırma veya etiketlendirmede kullanmak gereklidir” (Hair vd., 1998, s. 500). SPSS’te her küme için bir kümeyi diğerinden ayıran kümeleme değişkenlerinin önem düzeyini gösteren küme temelli önem grafikleri (clusterwise importance plots) oluşturulmuştur. Bu grafiklerde kümeler, her değişken için bir grafik olmak üzere, uzunlukları ki-kare (chi-square)

değerlerini ifade eden sütunlar oluşturmaktadır. X ekseninde ki-kare değeri, Y ekseninde ise küme numarası bulunmaktadır. Herhangi bir küme için yatay sütun ne kadar uzunsa, ki-kare değeri o kadar yüksektir. Bu değer, o değişkenin küme içi dağılımının toplam örneklem içindeki dağılımıyla ne kadar farklılık gösterdiğini ölçmektedir (<http://www2.chass.ncsu.edu/garson/PA765/cluster.htm>). Her küme için en yüksek ki-kare değerleriyle farklılaşan ve küme adlandırmada kullanılan anahtar değişkenler Tablo 3.26 ile 3.30 arasında sunulmuştur.

### **3.2.6.2.1. Katlananlar-Hoşgörenler (Küme 1)**

Küme 1’i diğer kümelerden en çok ayıran değişkenler Tablo 3.26’da gösterilmiştir. Bu anahtar değişkenler incelendiğinde, küme 1 “katlananlar-hoşgörenler” diye adlandırılmıştır ve örneklemin %26.1’ini temsil etmektedir. Bu küme, üyelerinin festivale yönelik duyguları temel alındığında, festivalin kentlerinde gerçekleşmesine hoşgörülle baktıkları için diğer kümelerden farklıdır. Kümeyi diğerlerinden farklı kılan iki anahtar demografik özellik üyelerinin yaşları ve meslekleridir. En yaşlı üyeler bu kümededir, kümenin %66.3’ünü 50 yaş ve üzeri oluşturur; ayrıca kümeler içinde en çok emeklinin yer aldığı kümedir. Festival haftası yapılanlar incelendiğinde, festivale düşük oranda katılım gözlenmektedir. Çoğu festivale katılmamasına rağmen, bu kümede festivalden memnun olmayan kimse yoktur ve kümenin tamamı festivalin kentlerinde gerçekleşmesinden mutludur. Küme üyelerinin çoğunun sinemaya ilgisi olmasına rağmen, önemli yüzdesi festivale ilgisizdir; ancak yine de festivalin kentlerinde gerçekleşmesinden mutludur. Bu durum festivalin gerçekleşmesini, toplum için genel olarak faydalı olduğunu belirterek hoşgören katılımcıların yanıtlarını açıklamaktadır.

**Tablo 3.26. Küme 1’i Oluşturan Anahtar Değişkenler**

ANAHTAR DEĞİŞKENLER	KATLANANLAR-HOŞGÖRENLER (KÜME 1)
Festivale yönelik duygular	Toplumun geneline faydaları nedeniyle festivale katlanmaktadır.
Yaş	En yaşlı kümedir.
Meslek	Çoğu emeklidir.
Festival haftası yapılanlar	Çoğu festivale katılmamıştır.
Festivale ilgi ve destek	Çoğu sinemaya ilgilidir ve hepsi festivalin kentte gerçekleşmesinden mutludur.

### 3.2.6.2.2. Ekonomik Olarak Bağlı Olanlar (Küme 2)

Küme 2’yi diğer kümelerden ayıran en önemli değişkenler Tablo 3.27’de gösterilmiştir. Bu kümenin üyeleri, örneklemin %19’unu kapsamakta ve festivalle ekonomik olarak bağlantılı olan katılımcılardan oluşmaktadır. Bu kümeyi diğerlerinden ayıran özellik, üyelerinin turizm sektöründe çalışması ve festival haftasında ücretli bir iş üstlenmesidir. Küme festivale önemli oranda katılım gösterirken, üyelerinin çoğu festival haftasını çalışarak geçirmiştir. Bu anahtar özellikler temel alınarak, küme “ekonomik olarak bağlantılı olanlar” şeklinde adlandırılmıştır. Bu kümenin ayırt edici demografik özellikleri ise meslek ve kentte yaşama süresidir. Kümenin çoğu serbest meslek sahibidir. Kentte yaşama süresinde çıkan en yüksek oran, 1-5 yıl aralığında sınıflanmıştır.

**Tablo 3.27. Küme 2’yi Oluşturan Anahtar Değişkenler**

ANAHTAR DEĞİŞKENLER	EKONOMİK OLARAK BAĞLANTILI OLANLAR (KÜME 2)
Festival haftası yapılanlar	Çoğu çalışmıştır.
Festival haftasında ücretli iş üstlenme durumu	Çoğu festival haftasında ücretli iş üstlenmiştir.
Turizmde çalışma durumu	Çoğu turizm sektöründe çalışmaktadır.
Meslek	Çoğu serbest meslek sahibidir.
Antalya’da oturma süresi	Çoğu 1 ila 5 yıl arasında bir süredir Antalya’da yaşamaktadır.



### 3.2.6.2.3. Katılanlar (Küme 3)

Küme 3'ü diğer kümelerden ayıran en önemli değişkenler Tablo 3.28'de gösterilmiştir. En önemli ve bu nedenle de “katılanlar” kümesine adını veren değişken, festivale katılma durumudur. Bu küme örneklemin %26.1'ini oluşturmaktadır. Bu kümeyi diğer kümelerden ayıran demografik özellikler ise yaş, meslek ve gelir değişkenleridir. En yüksek gelire sahip ve en genç kümedir. Çoğunluğu işçi veya serbest meslek sahibidir. Festivale yönelik duyguları incelendiğinde, katılanlar kümesinin çoğu, festivalin gerçekleşmesinden mutlu olduğunu ve sürmesini umduğunu belirtmiştir. Bu kümenin hiçbir üyesi festivalden hoşlanmadığını söylememiş, yüzde birlik bir orandan azı da festivalin toplumlarında gerçekleşmesinden mutlu olmadığını ifade etmiştir. Katılanların büyük çoğunluğu, sinemayla ilgilendiğini ve festivalin toplumlarında gerçekleşmesinden mutlu olduğunu söylemiştir.

**Tablo 3.28. Küme 3'ü Oluşturan Anahtar Değişkenler**

ANAHTAR DEĞİŞKENLER	KATILANLAR (KÜME 3)
Festival haftası yapılanlar	Festivale katılmışlardır.
Yaş	En genç kümedir.
Meslek	Çoğu işçidir ve serbest meslek sahibidir.
Festivale yönelik duygular	Festivali beğenmekte ve sürmesini ummaktadırlar.
Festivale ilgi ve destek	Çoğu sinemaya ilgilidir ve festivalin kentte gerçekleşmesinden mutludur.
Gelir	En yüksek gelire sahip kümedir.

### 3.2.6.2.4. Katılmayanlar (Küme 4)

Küme 4 örneklemin %18.5'ini temsil etmektedir. Festivalin toplumlarında gerçekleşmesinden mutsuz olan ve festivale katılmayarak ya da festival süresince kenti terk ederek ondan uzak duran üyelerden oluşmaktadır. Küme 4'ü diğer kümelerden ayıran diğer önemli değişkenler Tablo 3.29'da gösterilmiştir. Küme üyelerinin çoğu sinemayla ilgilenmesine rağmen, festivalin toplumlarında gerçekleşmesinden mutsuz olduklarını belirtmiştir. Tüm kümeler içinde katılmayanlar kümesinin üyeleri en yüksek yüzde oranıyla festivali beğenmediklerini ve festival devam etmese daha mutlu olacaklarını ifade ederken, en düşük yüzde oranıyla da tam tersi görüş bildirmiştir. Bu kümenin çoğunluğu

festivale katılmamıştır ve önemli bir oranı da festival haftasında kenti terk etmiştir. Küme üyelerinden hiçbiri festival haftası süresince ücretli bir iş üstlenmemiştir. Bu durum festivalle ekonomik olarak bağlantıları olmadığını göstergesidir. Kümeyi diğerlerinden ayıran demografik özellikler ise meslek ve gelir değişkenleridir. Meslek gruplarında, memur, işçi ve emeklilerin bir karışımı göze çarpmaktadır. Gelir incelendiğinde ise çoğunluğu gelirini açıklamak istememiştir. Bu durum, küme üyelerinin ya oldukça düşük ya da oldukça yüksek gelir elde ettiğinin bir göstergesi olabilir. Yanıt verenler içinde en yüksek yüzde 1500-2250 TL aralığında kazananlar grubuna aittir.

**Tablo 3.29. Küme 4’ü Oluşturan Anahtar Değişkenler**

ANAHTAR DEĞİŞKENLER	KATILMAYANLAR (KÜME 4)
Festivale ilgi ve destek	Çoğu sinemaya ilgilidir ama festivalin kentte gerçekleşmesinden mutlu değildir.
Festivale yönelik duygular	Festivalden hoşlanmazlar, uzak dururlar veya hafta boyunca yaşam biçimlerini ona göre ayarlamak zorundadırlar.
Festival haftası yapılanlar	Çoğu festivale katılmamıştır ve büyük oranla hafta boyunca kent dışına çıkmıştır.
Meslek	İşçi, memur ve emeklilerin karışımından oluşmaktadır.
Gelir	Çoğu gelirini açıklamamıştır.
Festival haftasında ücretli iş üstlenme durumu	Hiçbiri festival haftasında ücretli bir iş üstlenmemiştir.

### 3.2.6.2.5. Festival İçin Çalışanlar (Küme 5)

Küme 5’i diğer kümelerden ayıran en önemli değişkenler Tablo 3.30’da gösterilmiştir. En önemli ve bu nedenle de küme adını veren değişken “festival için çalışma” durumudur. Bu küme örneklemin %10.3’ünü oluşturmaktadır ve tamamı festival öncesinde, süresince ya da sonrasında festival için çalışmıştır. Festival haftasında kümenin büyük çoğunluğu festival için çalışmasına rağmen, geriye kalan azınlık ya festivale katılmış ya da başka işlerde de çalışmıştır. Bu kümede festivale katılmayan veya festival haftasında kenti terk eden yoktur. En yüksek yüzde oranıyla festivali seven ve sürmesini uman katılımcılar bu kümede yer almaktadır. Hiçbir üye festivali sevmediğini veya festival alanından uzak durduğunu belirtmemiştir. Aksine tüm üyeler festivalin toplumlarında gerçekleşmesinden mutlu olduklarını bildirmiştir. Bu küme çoğunlukla sinemaya ilgi duymaktadır. Demografik olarak 26-57 arasında en aralıklı yaş grubuna sahip kümedir.

**Tablo 3.30. Küme 5'i Oluşturan Anahtar Değişkenler**

ANAHTAR DEĞİŞKENLER	FESTİVAL İÇİN ÇALIŞANLAR (KÜME 5)
Festivalde çalışma	Kümenin tamamı festivalde çalışmıştır.
Festival haftası yapılanlar	Çoğunluğu festival için çalışmıştır.
Festivale yönelik duygular	Festivali beğenmekte ve sürmesini ummaktadırlar.
Yaş	Çoğu 26-57 yaş aralığındadır.
Festivale ilgi ve destek	Çoğu sinemaya ilgilidir ve hepsi festivalin kentte gerçekleşmesinden mutludur.
Eğitim	Çoğu fakülte/yüksekokul mezunudur.
Meslek	Çoğu işçi ve memurdur.

### 3.2.6.3. Kümelerin Sosyal Etkilerle İlgili Algıları

Festivalin sosyal etkileriyle ilgili algılarını temel olarak oluşturulan beş kümeyi karşılaştırmak için ANOVA testi kullanılmış ve kümeler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Bu kümelerin sosyal etki değişkenlerindeki ortalamaları incelendiğinde, 41 önermeden 38'i, beş kümedeki skorlarında anlamlı farklılıklar göstermiştir. Anlamlı farklılığa sahip olmayan üç etki ise, artan ürün ve hizmet fiyatları ( $F=1.172$ ,  $p>0.05$ ), artan yasaklanmış madde kullanımı ( $F=1.685$ ,  $p>0.05$ ) ve yetişkin olmayanların içki kullanımınıdır ( $F=1.966$ ,  $p>0.05$ ). Bu sonuçlar beş kümenin bu etkilerle ilgili olarak anlamlı bir farklılık algısı taşımadığını göstermektedir. Kümeler arasındaki en büyük farklılıklar incelendiğinde festivalin kültürel deneyim sağlaması ( $F=32.545$ ,  $p<0.05$ ), olumlu bir kültürel etkiye sahip olması ( $F=28.956$ ,  $p<0.05$ ), toplumdaki birliktelik ( $F=28.424$ ,  $p<0.05$ ), kentte artan gurur ( $F=26.177$ ,  $p<0.05$ ), sosyal etkileşim fırsatları ( $F=23.377$ ,  $p<0.05$ ) ve yerel halkın festival süresince ziyaretçileri ağırlaması ( $F=22.253$ ,  $p<0.05$ ) ile ilgili önermeler en başı çekmektedir. Tablo 3.31'de sunulan sonuçlar beş kümenin bu etkilerle ilgili olarak anlamlı bir farklılık algısı taşıdığını göstermektedir.

**Tablo 3.31. Sosyal Etki Değişkenleri İçin Küme Ortalamaları**

	K/H C1**	EB C2	K C3	KM C4	FİÇ C5	F İST. df = 4
<b><i>Sakıncalar</i></b>						
Artan Trafik	-0.1	-1.6	-0.9	-2.9	0.0	7.052*
Otopark Sorunu	-0.3	-1.8	-1.0	-3.0	-0.2	6.401*
Artan Gürültü Düzeyi	-0.9	-1.7	-0.5	-3.2	+0.1	8.950*
Yerel İşletmelerdeki Kalabalık	+0.2	-0.6	0.0	-2.1	+0.8	6.979*
Kalabalık Caddeler	+1.0	0.0	+1.0	-2.2	+1.7	11.025*
Artan Çöp Yığınları	-0.7	-2.5	-1.2	-2.8	-0.2	5.925*
Yol Kapatma Sorunu	-1.0	-1.8	-0.7	-2.9	-0.5	7.887*
<b><i>Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyum</i></b>						
Artan Toplum Kimliği	+3.5	+2.2	+3.3	-0.1	+3.8	18.203*
Kent ile Gurur Duyma	+2.9	+1.8	+3.0	-1.6	+3.5	26.177*
Toplumun Eşsizliğini Tanıtma	+3.1	+2.0	+3.2	-0.5	+3.7	19.350*
Festivali Sahiplenme Duygusu	+2.9	+1.2	+2.9	-0.7	+3.2	13.641*
Olumlu Kültürel Etki	+2.5	+1.7	+3.0	-1.8	+3.3	28.956*
Toplumda Birliktelik Duygusu	+2.5	+1.3	+3.1	-1.6	+3.5	28.424*
Ziyaretçileri Ağırlama Keyfi	+2.5	+1.4	+2.9	-2.0	+2.4	22.253*
Turizmi Teşvik Edici İmaj	+3.8	+2.9	+3.6	+0.2	+4.0	16.359*
<b><i>Kişisel Engellenme</i></b>						
Ziyaretçi Sayısından Memnuniyetsiz	-0.8	-1.0	-0.2	-2.4	-0.1	5.221*
Halkın Festivalden Uzak Durması	0.0	-0.5	+0.3	-2.6	+0.5	9.438*
Yerel Halkın İkinci Sıraya İnmesi	0.0	-0.7	-0.1	-2.1	-0.2	3.968*
Günlük Yaşamda Aksama	-0.9	-0.9	-0.1	-2.9	+0.5	10.527*
<b><i>Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları</i></b>						
Daha Çok Ziyaretçi	+4.4	+3.3	+4.1	-0.2	+4.6	20.766*
Eğlence Olanakları	+3.9	+3.5	+4.1	+1.2	+4.4	15.807*
Sosyal Etkileşim Fırsatları	+3.1	+2.2	+3.9	+0.2	+3.8	23.377*
Yeni İnsanlarla Tanışma	+2.5	+1.6	+2.9	-0.3	+3.0	16.102*
Paylaşılan Aile Deneyimleri	+3.0	+2.1	+3.5	-0.2	+3.3	15.694*
Kültürel Deneyimler	+2.9	+2.0	+3.5	-1.4	+3.3	32.545*
Halktan Çeşitli Grupların Katılımı	+2.6	+2.2	+2.6	+0.2	+3.1	6.962*
Yakınları ve Akrabaları Ağırlama	+3.5	+2.6	+3.7	+1.2	+3.9	9.510*
<b><i>Toplumun Büyümesi ve Gelişimi</i></b>						
Yeni Yetenekler Geliştirme	+1.8	+1.3	+2.5	-1.4	+3.0	17.726*
İş Olanakları	+2.4	+1.6	+2.4	-0.1	+3.0	7.681*
Kaynak Yaratma Fırsatları	+2.9	+2.4	+3.5	+0.7	+4.1	9.983*
Sanatsal Yetenekleri Sergileme	+2.8	+2.3	+3.2	+0.3	+3.3	8.979*
Y.Halkın Beraber Çalışması	+3.1	+2.3	+3.3	+0.9	+3.5	12.511*
<b><i>Davranışsal Sonuçlar</i></b>						
Vandalizm Artışı	-0.9	-2.3	-2.0	-3.2	-1.4	4.108*
Kaba Davranışlar	-1.2	-2.2	-1.6	-3.0	-1.4	3.073*
Yetişkin Olm. İçki Kullanımı	-1.5	-3.0	-2.2	-3.3	-2.0	<b>1966</b>

<i>Diğer Etkiler</i>						
Artan Alım-Satım	+4.1	+2.9	+4.0	+1.4	+4.1	10.592*
Daha Çeşitli Ürün ve Hizmetler	+2.2	+1.4	+2.2	-0.3	+2.6	8.221*
Artan Ürün ve Hiz. Fiyatları	-0.1	-0.9	-0.5	-1.2	-0.2	<b>1.172</b>
Polis Varlığının Yeterliliği	+1.7	-0.1	+1.8	-0.7	+2.3	6.017*
Yasaklanmış Madde Kull.	-0.8	-2.5	-1.6	-3.2	-1.5	<b>1.685</b>
Artan Suç Oranı	-0.8	-2.4	-1.2	-3.2	-1.0	5.508*

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

\* %5 düzeyinde anlamlıdır.

\*\* Küme Adları: KM – Katılmayanlar, K/H – Katlananlar/Hoşgörenler, K – Katılanlar, EB – Ekonomik Olarak Bağlantılı Olanlar, FİÇ – Festival İçin Çalışanlar.

Bu test sonuçlarına ek olarak her küme için etki algılarındaki genel farklılıklarla ilgili daha geniş bir resmi tanımlamak gerekebilir. Kümeler temel alındığında olumlu (ortalama skoru “+” olan) ve olumsuz (ortalama skoru “-” olan) derecelendirilen etki sayıları bu amaçla sınıflanarak Tablo 3.32’de sunulmuştur.

**Tablo 3.32. Kümelere Göre Olumlu ve Olumsuz Derecelendirilen Etki Sayıları**

ETKİ DEĞERLENDİRMESİ	K/H* C1	EB C2	K C3	KM C4	FİÇ C5
<b>Olumlu</b>	29	23	27	10	31
<b>Olumsuz</b>	12	18	14	31	10

\* Küme Adları: KM – Katılmayanlar, K/H – Katlananlar/Hoşgörenler, K – Katılanlar, EB – Ekonomik Olarak Bağlantılı Olanlar, FİÇ – Festival İçin Çalışanlar.

Kümeler için hesaplanan ortalama skorların genel görünümü ile Tablo 3.32’de belirtilen olumlu-olumsuz derecelendirilmiş önerme sayıları, her küme için belirgin yanıtları tanımlamaktadır. Ayrıca, izleyen paragraflarda özetlenen küme profilleri geliştirilerek ilgili her küme için sosyal etki algıları konusunda farklılaşma biçimleri ortaya konmaktadır.

“Katılmayanlar” açık biçimde en olumsuz derecelendirmede bulunan kümedir. Bu kümedeki en yüksek olumsuz etkiler; yetişkin olmayanların içki kullanımı, vandalizm, gürültü, suç ve yasaklanmış madde kullanımı ile ilgili önermelerdir. Toplam 41 etkiden yalnızca 10 tanesi olumlu olarak derecelendirilmiş, ancak hepsinin etki düzeyi “çok küçük olumlu etki”den düşük çıkmıştır. Bunlar arasında, artan alım-satım, yakın ve akrabaları ağırlama fırsatı, eğlence fırsatları ve toplumun alt-gruplarının birlikte çalışması sayılabilir.

Olumlu-olumsuz derecelendirme ölçeğinin diğer ucunda ise “festival için çalışanlar” 31 etkiyi olumlu derecelendirerek festivalin sosyal etkileriyle ilgili en iyimser kümeyi temsil etmektedir. Festival için çalışanların en yüksek düzeyde olumlu olarak derecelendirdikleri etkiler; toplumda daha çok ziyaretçi ağırlama, eğlence fırsatları, kaynak yaratma fırsatları, artan alım-satım, toplumun alt-gruplarının birlikte çalışması ve turizmi teşvik eden bir imaj yaratma ile ilgilidir.

Festival için çalışanlar ve katılmayanlar birbirine tamamen karşıt iki uç kümeyken; katlananlar-hoşgörenler, ekonomik olarak bağlantılı olanlar ve katılanlar kümelerinde daha ortalama yanıtlar görülmektedir. Bu üç küme, olumlu-olumsuz derecelendirmede her iki düzeydeki etkilerin karışımını içeren benzer sonuçları ifade etmektedir. Bu nedenle, derecelendirme yönünün ötesinde, kümelerin boyutlara göre ortalama skorlarının incelenmesi gerekmektedir. Tablo 3.33’te ilk sütun altı etki boyutunu, ikinci sütun ise beş küme için ortalama etki derecelendirmesi skorlarını göstermektedir. İkinci sütundaki değerler her boyutu oluşturan değişkenlerin toplam etki derecelendirmesi ortalamalarıdır.

**Tablo 3.33. Faktörlerin Kümelere Göre Etki Düzeyi Ortalamaları**

BOYUT	KÜMELERİN ETKİ DÜZEYİ ORTALAMALARI <sup>ab</sup>				
	K/H* C1	EB C2	K C3	KM C4	FİÇ C5
Sakıncalar	-0.3	-1.4	-0.5	-2.7	+0.2
Toplum kimliği ve toplum içi uyum	+3.0	+1.8	+3.1	-1.0	+3.4
Kişisel engellenme	-0.4	-0.8	0.0	-2.5	+0.1
Eğlence ve sosyalleşme fırsatları	+3.2	+2.4	+3.5	+0.1	+3.7
Toplumun büyümesi ve gelişimi	+2.7	+2.0	+3.1	+0.1	+3.5
Davranışsal sonuçlar	-1.2	-2.5	-1.9	-3.2	-1.6

<sup>a</sup> Yüksek skorlar -olumlu veya olumsuz- daha fazla etki düzeyini göstermektedir.

<sup>b</sup> Her bir etki önermesi için ölçek -5 ile +5 aralığındadır.

\* Küme Adları: KM – Katılmayanlar, K/H – Katlananlar/Hoşgörenler, K – Katılanlar, EB – Ekonomik Olarak Bağlantılı Olanlar, FİÇ – Festival İçin Çalışanlar.

Tablo 3.33.'ü kullanarak birbirine benzer yapıdaki üç küme karşılaştırıldığında ekonomik olarak bağlantılı olanlar en olumsuz ikinci küme olarak görülmektedir. Katılmayanlar ile ekonomik olarak bağlantılı olanlar arasındaki fark ise, olumsuz etkileri derecelendirmelerinde ortaya çıkmaktadır. Katılmayanlar etkilerin çoğunu oldukça yüksek bir derecelendirmeye olumsuz olarak değerlendirirken; ekonomik olarak bağlantılı olanlar olumsuzları daha düşük, olumluları daha yüksek düzeyde derecelendirmiştir. Bu iki küme davranışsal sonuçlar ve sakıncalar boyutlarını benzer yönde yanıtlamalarına karşın, kişisel engellenme boyunda katılmayanlar kümesinin derecelendirmesi daha yüksektir. Kümelerin boyutlara göre en olumsuzdan en olumluya giden ölçekteki sıralamaları Tablo 3.34'te sunulmuştur.

**Tablo 3.34. Kümelere Göre Etki Derecelendirme Düzeyleri**

BOYUTLAR	KÜMELER		
	<i>En Olumsuz</i>	<i>ETKİ DERECESESİ</i>	<i>En Olumlu</i>
	←-----→		
<b>Sakıncalar</b>	KM-----EB	K*	K/H-----FİÇ
<b>Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyum</b>	KM-----EB	K/H	K-----FİÇ
<b>Kişisel Engellenme</b>	KM-----EB	K/H	K-----FİÇ
<b>Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları</b>	KM-----EB	K/H	K-----FİÇ
<b>Toplumun Büyümesi ve Gelişimi</b>	KM-----EB	K/H	K-----FİÇ
<b>Davranışsal Sonuçlar</b>	KM-----EB	K	FİÇ-----K/H

\*Küme Adları: KM – Katılmayanlar, K/H – Katlananlar/Hoşgörenler, K – Katılanlar, EB – Ekonomik Olarak Bağlantılı Olanlar, FİÇ – Festival İçin Çalışanlar.

Sonuç olarak, katlananlar-hoşgörenler ile katılanlar etki algılarına göre birbirine en benzer iki kümedir. Bu iki küme, sırasıyla festival için çalışanlar ve katılmayanlar kümelerinin olumlu ve olumsuz uç derecelendirmelerinin hemen ardından gelmekte ve olumlu-olumsuz derecelendirmeler ile ortalama skorlar ele alındığında daha dengeli bir dağılım göstermektedir. Olumlu-olumsuz etki yönlerinde neredeyse aynı sayıda dağılıma sahip olsalar da bu etkilerin ortalama skorları incelendiğinde, etkinin gücüyle ilgili olarak az da olsa farklılık göze çarpmaktadır. Katılanlar olumlu etkileri kısmen daha yüksek ortalama ile derecelendirmiştir. Benzer durum, olumsuz etkiler için de geçerlidir.

Araştırmadan elde edilen beş küme ile önceki araştırmalarda ortaya konan (Weaver ve Lawton, 2001, s.447; Williams ve Lawson, 2001, s.278; Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107; Ryan ve Cooper, 2004, s.13) kümeler arasında karşılaştırmalar yapılabilir. Bu araştırma sonucunda, diğer bütün kümeleme sonuçlarındaki gibi en olumlu ve en olumsuz tanımlayan ve sırasıyla katılmayanlar ile festival için çalışanlar şeklinde adlandırılan iki küme belirlenmiştir. Önceki araştırmalarda tanımlanan en olumsuz küme olan ve genellikle “nefret edenler” (Madrigal, 1995, s.94; Fredline ve Faulkner, 2000, s.765), “tedirgin olanlar” (Ryan ve Montgomery, 1994, s.363), “kötümserler” (Williams ve Lawson, 2001, s.278), “karşıtlar” (Weaver ve Lawton, 2001, s.447), “turizm aleyhtarları” (Ryan ve Cooper, 2004, s.14) veya “en olumsuz” (Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107) diye adlandırılan kümeler ile bu araştırmadaki katılmayanlar kümesi benzerliklere sahiptir. Adı geçen kümeler olumsuz algılarını yansıtmak üzere adlandırılmalarına karşın, katılmayanlar kümesinin adında üyelerinin festivale yönelik duyguları ve katılımları temel alınmıştır. Bu durum kümelemede temel alınan değişkenlerin farklılığından kaynaklanmaktadır. Diğer uçta ise en olumlu algıları taşıyan festival için çalışanlar kümesi; önceki önceki araştırmalarda tanımlanmış en olumlu kümeler olan “hayranlar” (Madrigal, 1995, s.94; Fredline ve Faulkner, 2000, s.765; Williams ve Lawson, 2001, s.278), “hevesliler” (Ryan ve Montgomery, 1994, s.363), “destekleyenler” (Weaver ve Lawton, 2001, s.447), “turizm lehtarları” (Ryan ve Cooper, 2004, s.14) veya “en olumlu” (Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107) şeklinde adlandırılan kümelerle benzerlik göstermektedir. Ancak, festival için çalışanlar kümesi üyelerinin festivalle ilişkileri temel alınarak adlandırılmıştır.

Önceki çalışmaların çoğu olumlu ve olumsuz uçtaki kümeler arasında tanımlanan nötr bir küme belirlemesine rağmen Ryan ve Montgomery, 1994, s.363; Williams ve Lawson, 2001, s.278; Fredline ve Faulkner, 2002a, s.107), bu araştırmada belirtilen yönde bir bulguya rastlanmamıştır. Bunun yerine, iki uç küme arasında yer alan ve değişen düzeylerde olumlu ve olumsuz algıları temsil eden üç küme bulunmaktadır. Katılanlar ve hoşgörenler-katlanınlar kümeleri ağırlıklı olarak olumlu algıları taşıması nedeniyle “daha olumlu” kümeleri temsil ederken, ekonomik olarak bağlantılı olanlar olumlu ve olumsuz algıların karışımını ifade etmiştir. Bu kümede olumsuz algılar katılmayanlara; olumlu algılar ise festival için çalışanlar, katılanlar ile hoşgörenler-katlanınlara göre daha düşük skorlarla derecelendirilmiştir. Ekonomik olarak bağlantılı olanlar kümesi olumlu ve olumsuz algıların karışımını temsil etmesi bakımından Schroeder (1992, s.47), Madrigal (1995, s.95) ve Fredline ve Faulkner (2000, s.765) tarafından tanımlanan “gerçekçiler” kümesiyle benzerlik göstermektedir. Ayrıca ekonomik olarak bağlı olanlar kümesiyle



önceden tanımlanan gerçekçiler kümesinin diğer ortak yönleri arasında ekonomik bağlantı, turizm endüstrisinde çalışmak veya festival süresince ücretli iş üstlenmek sayılabilir.

#### **3.2.6.4. Yerel Halkın Etki Algılarını Etkileyen Dışsal (Extrinsic) Faktörler**

İzleyen paragraflarda yerel halkın etki algılarını etkileyen dışsal faktörler etkinliğin yaşı, etkinlik teması ve etkinliğin mekânsal yoğunlaşması başlıkları altında incelenmiştir.

##### **3.2.6.4.1. Etkinliğin Yaşı**

Bir etkinlik ne kadar uzun zamandır sürüyorsa, yerel halkın o etkinlikle ilgili etki algılarının genellikle daha olumlu olarak gerçekleştiği öne sürülmektedir (Fredline ve Faulkner, 2000, s.765). Bu durum genelde yerel halkın zaman içinde etkinliğe uyum sağlama ve festival süresince gerçekleşen olumsuz sosyal etkileri belli bir düzeye kadar hoşgörme yeteneği kazanmasıyla açıklanabilir. Bu açıdan ele alındığında Antalya Altın Portakal Film Festivali 47 yıllık geçmişiyle toplum tarafından benimsenmek adına önemli adımlar atmıştır. Benzer biçimde festivali düzenleyenlerin yaşadıkları deneyimlerden çıkardıkları sonuçları gelecek festivallere girdi olarak katmaları ve toplum odaklılık konusundaki duyarlılıklarını kaybetmemeleri aracılığıyla olumsuz etkilerin azaltılarak olumlu etkilerin arttırılabilir.

##### **3.2.6.4.2. Etkinlik Teması**

Bir etkinliğin temasının toplumun içinden çıkması durumunda, toplumun o etkinliği çok daha olası bir biçimde kucaklayacağı öne sürülmektedir (Getz, 1991, s.68; Derrett, 2004, s.39). Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin teması da bu şekilde ortaya çıkmış ve zaman içinde geliştirilmiştir. Konu edilen festivalin 47 yıllık geçmiş uygulamaları toplumun ilgisinden kaynaklanan her festivalin düzenleme kurulu, gönüllüler ve festival için çalışanlardan oluşan güçlü bir toplum temeliyle ilerleyeceği düşüncesiyle paralellik göstermektedir.

Sözü geçen toplum odaklılığın zaman içinde kaybolması halinde ise festivalin örgütlenme ve yönetim yapısındaki değişimler dikkate alınmalıdır. Örgütlenme ve yönetimde artan profesyonelleşme düzeyi nedeniyle festivalin “işletmevari bir işleyiş” kazanması, özünde bulunan toplum odaklılığın ortadan kaybolmasına yol açabilir.

Gürsoy vd. (2004, s.177) festival düzenleyicileri ile toplum arasında festivalin hedef ve amaçları konusunda bir görüş birliğinin gerekliliğini öne sürmüştür. Bu birlik olmadan festivale sağlanan toplum desteğinde sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Toplum desteği düşerse daha az insan festival süreçlerine katılacak ve sosyal etkileşim fırsatları giderek azalacaktır. Bu sürecin toplumdaki sosyal sermaye düzeyi ve toplum huzuru üzerinde olumsuz yansımaları görülebilecektir.

### **3.2.6.4.3. Etkinliğin Mekânsal Yoğunlaşması**

Bu araştırmada elde edilen bulgular etkinlik kapsamındaki uygulamaların toplum geneline yayıldığı durumlarda sosyal etkilerin de daha geniş alanları kapsayabildiği görüşünü kısmen desteklemektedir. Antalya Altın Portakal Festivali örneğinde 2010 yılında 13 ana merkezle Antalya'nın çeşitli semtlerine ve Burdur ile Isparta'ya dağılan etkinlik uygulamaları, sosyal etkilerin daha geniş alanlara yönlenebilmesine yol açmıştır.

### **3.2.6.5. Yerel Halkın Etki Algılarını Etkileyen İçsel (Intrinsic) Faktörler**

İzleyen paragraflarda yerel halkın etki algılarını etkileyen içsel faktörler demografik özellikler, tema ile özdeşleşme, katılım düzeyi ve turizm endüstrisiyle ya da ekonomik bağlantı başlıkları altında incelenmiştir.

#### **3.2.6.5.1. Demografik Özellikler**

Bu araştırmada elde edilen en genç iki küme katılanlar ve festival için çalışanlardır. Bu kümeler aynı zamanda, festival için çalışanlar daha olumlu olmak üzere etki algıları en olumlu kümeler olarak belirlenmiştir. Bu nedenle, araştırmada elde edilen bu bulgular; toplumun daha genç üyelerinin daha olumlu etki algılarına sahip olabileceği (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.514) görüşünü desteklemektedir.

Bir kentte uzun yıllardır ikamet edenlerin daha olumsuz etki algıları taşıma eğilimleri olduğu öne sürülmektedir (Schroeder, 1992, s.49; Weaver ve Lawton, 2001, s.447; Ryan ve Cooper, 2004, s.14). Bu görüş en uzun süredir kentte yaşayan ve en olumsuz algılara sahip küme olarak katılmayanları belirleyen bu araştırma tarafından desteklenmektedir.

Yüksek eğitim düzeyinin daha olumlu etki algılarına yol açtığı savunulmaktadır (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.516; Hernandez vd., 1996, s.761). Bu araştırma

sonucunda katılanlar, hoşgörenler-katlanılanlar ve festival için çalışanlar kümeleri en olumlu ve en yüksek eğitim düzeyine sahip olduğundan; sözü edilen görüş desteklenmektedir. Ayrıca yüksek gelir düzeyinin olumlu etki algılarına neden olabileceği görüşü de (Schroeder, 1992, s.47; Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.516) en yüksek gelir elde edenleri temsil eden katılanlar kümesinin bu araştırmada en olumlu etki algılarına sahip iki kümeden biri olarak belirlenmesiyle desteklenmektedir.

İstihdam edilmiş olmak da olumlu etki algılarına yol açtığı iddia edilen etkenlerden biridir (Haralambopoulos ve Pizam, 1996, s.516). İstihdamın turizmle ilgili olması bu konuda ayrıca etkilidir. Katılanlar kümesi en yüksek yüzdeyle istihdam sahibi olan kümedir (işçi, memur, serbest meslek) ve aynı zamanda en olumlu algılara sahip iki kümeden biridir. Cinsiyet ve festival alanına yakınlık konularında yerel halkın algılarını etkileyen bir bulguya rastlanmamıştır.

#### **3.2.6.5.2. Tema ile Özdeşleşme**

Kendisini temayla özdeşleşmiş olarak gören yerel halk üyelerinin daha olumlu etki algılarına sahip olacağı görüşü (Cegielski ve Mules, 2002, s.58), festival için çalışanlar ve katılanlar kümelerinin temaya yüksek düzeyde ilgi gösterdikleri ve en olumlu etki algılarını taşıdıkları bulgusundan hareketle bu araştırma tarafından desteklenmektedir.

#### **3.2.6.5.3. Katılım Düzeyi**

Bu araştırmada festivale en yüksek düzeyde katılım gösteren kümeler olarak katılanlar ve festival için çalışanlar görülmektedir. Bunlar aynı zamanda en olumlu algılara sahip iki kümedir. Bu bulgular yüksek katılım düzeyinin olumlu etki algıları doğurabileceğini iddia eden diğer çalışmaların sonuçlarını desteklemektedir (Cegielski ve Mules, 2002, s.58).

#### **3.2.6.5.4. Ekonomik Bağlantı**

Turizm endüstrisiyle veya belli bir etkinlikle doğrudan ekonomik bağlantısı olanların olumlu etki algılarına sahip olabileceği görüşü iddia edilmektedir (Jurowski vd., 1997, s.8; Brunt ve Courtney, 1999, s.503; Weaver ve Lawton, 2001, s.447). Bu araştırmada turizm ve festivale ilgili mesleki bağlantılara sahip küme, ekonomik olarak bağlantılı olanlar biçiminde adlandırılmıştır. Küme üyeleri festivale ilgili olumlu algılar taşıırken, aynı

zamanda olumsuz etkilerin çoğunun gerçekleştiğine de onay vermiştir. Bu küme üyeleri Schroeder (1992, s.47), Madrigal (1995, s.95) ve Fredline ve Faulkner (2000, s.765) tarafından tanımlanan “gerçekçiler (realistler)” kümesinin üyeleriyle benzerlik göstermekte ve gerçekleşebilecek olumlu etkilerin yanında olumsuz etkilerin de farkında olduklarını belirtmektedir. Bu nedenle bir etkinlikten ekonomik olarak yarar sağlayanların sadece olumlu algılara sahip olacağı öngörüsünde bulunmak yanlış sonuçlara yol açabilecektir.

### **3.2.6.6. Post Hoc (Ondan Sonra) Çoklu Karşılaştırmaları Analizi**

ANOVA testinin ardından, hangi kümelerin diğer kümelere göre anlamlı farklılık gösterdiğini belirlemek için festivalle ilgili sosyal etki algıları temel alınarak Tukey’in “ondan sonra” testleri (Tukey’s post hoc tests) uygulanmıştır. Bu test her etki önermesi için ayrı ayrı yapılmasına karşın, aynı boyuttaki önermeler ele alındığında anlamlı farklılıkların bazı benzerlikler gösterdiği bulunmuştur. Bu nedenle, tartışma kolaylığı için, önermeler buldukları etki boyutlarına göre sınıflanmıştır. Post hoc sonuçları etki boyutları başlıkları altındaki önerme gruplarında incelenmiş (Ek 3) ve izleyen paragraflarda altı sosyal etki boyutu temel alınarak özet yorumları yapılmıştır.

#### **3.2.6.6.1. Sakıncalar**

Sakıncalar boyutuyla ilişkili olarak katılmayanlar, katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlar kümeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Post hoc testleri katılmayanların trafik, otopark, gürültü, tesislerde kalabalık, caddelerde kalabalık, çöp yığınları ve yol kapatmalar ile ilgili olumsuz algılara sahip olduğunu göstermektedir. Bunlar katılmayanlar için küçük olumsuz etki düzeyinde anlamlı farklılık gösteren görüşlerken; katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlar kümelerinde sakıncalar boyutunda bazı durumlarda küçük olumlu etki düzeyinde anlamlı farklılık görülmektedir.

#### **3.2.6.6.2. Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyum**

Toplum kimliği ve toplum içi uyum değişkenleri aralığında katılmayanlar, diğer tüm kümelere istatistiksel olarak daha anlamlı bir farklılık göstermiştir. Katlananlar-hoşgörenler, ekonomik olarak bağlantılı olanlar, katılanlar ve festival için çalışanlar

kümeleri; kentteki artan gurur, toplumun festivali sahiplenmesi ve toplumdaki beraberlik gibi önermeleri kapsayan toplum kimliği ve toplum içi uyum boyutunu olumlu etkiler olarak algılamıştır. Buna karşın, katılmayanlar kümesi bu önermeleri olumsuz olarak algılamıştır.

### **3.2.6.6.3. Kişisel Engellenme**

Kişisel engellenme boyutundaki etkileri temel alan kümeler arasındaki anlamlı farklılıklar belirlenirken, katılmayanlar kümesi diğer kümelere göre anlamlı farklılığa sahip olarak göze çarpmaktadır. Katılmayanlar kümesi kişisel engellenme etkileriyle ilgili güçlü olumsuz algılara sahipken, geriye kalan dört küme küçük olumsuz etki ya da nötr-etki yok derecelendirmesinde bulunmuştur.

### **3.2.6.6.4. Eğlence ve Sosyalleşme Fırsatları**

Katılmayanlar kümesi eğlence ve sosyalleşme fırsatları boyutundaki algılarına göre diğer dört kümeden istatistiksel olarak anlamlı farka sahip olarak belirlenmiştir. Bu boyuttaki her etki için diğer kümeler büyük olumlu etki derecelendirmesinde bulunurken, katılmayanlar kümesinin algıladığı etkiler küçük olumsuz, nötr-etki yok ve küçük olumlu etki düzeyindedir.

Post hoc testleri aynı boyutla ilgili olarak ekonomik olarak bağlantılı olanlar kümesinin, katılanlar ve festival için çalışanlar kümelerinden istatistiksel olarak daha anlamlı farka sahip olduğunu belirlemiştir. Ekonomik olarak bağlantılı olanlar kümesi olumlu derecelendirmelerde bulunmuştur, ancak bu derecelendirmeler bu etkilere en yüksek skorları veren katılanlar ve festival için çalışanlar kümesinden daha düşüktür.

### **3.2.6.6.5. Toplumun Büyümesi ve Gelişimi**

Toplumun büyümesi ve gelişimi değişkenleri aralığında katılmayanlar, diğer tüm kümelere istatistiksel olarak daha anlamlı bir farklılık göstermiştir. Diğer tüm kümeler, özellikle festival için çalışanlar olumlu etki derecelendirmesinde bulunurken; katılmayanlar kümesinin algıladığı etkiler küçük olumsuz, nötr-etki yok ve küçük olumlu düzeyindedir.

Ekonomik olarak bağlantılı olanlar ile festival için çalışanlar kümeleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Festival için çalışanlar en yüksek olumlu derecelendirmelere sahipken, ekonomik olarak bağlı olanlar kümesi etkileri olumlu görmesine rağmen en düşük etki düzeylerini belirlemiştir.

#### **3.2.6.6.6. Davranışsal Sonuçlar**

Davranışsal sonuçlarla ilgili olarak katılmayanlar, katlananlar-hoşgörenler ve festival için çalışanlar kümelerinden anlamlı bir farklılığa sahiptir. Katılmayanlar vandalizm ve kaba davranışlar gibi davranışsal sonuçlar boyutunun içerdiği etkilerde, küçük olumsuz etki düzeyini belirten katlananlar-hoşgörenler ve festival için çalışanlar kümesine göre çok daha yüksek düzeyde olumsuzluk algılamıştır.

#### **3.2.6.6.7. Diğer Etkiler**

Artan alım-satım ve daha çeşitli mal ve hizmetin bulunmasıyla ilgili olarak katılmayanlar ve diğer tüm kümeler arasında anlamlı farklılıklar tanımlanmıştır. Artan alım-satım konusundaki önermede katılmayanlar çok küçük olumlu etki algılarken, diğer kümelerin etki algıları büyük olumlu etki düzeyindedir. Daha çeşitli mal ve hizmetin bulunmasıyla ilgili olarak ise yalnızca katılmayanlar bu önermeyi olumsuz değerlendirmiş, diğer dört küme ise tam aksi yönde görüş bildirmiştir.

Polis varlığı ve artan suç oranlarını ele alan önermelerde katılmayanlar ile katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlar arasında anlamlı farklılığa işaret eden test sonuçları ortaya çıkmıştır. Polis varlığıyla ilgili olarak katılmayanlar küçük olumsuz etki düzeyini tercih ederken, diğer üç küme olumlu derecelendirmelerde bulunmuştur. suç oranları söz konusu olduğunda ise tüm kümeler bunu olumsuz bir etki olarak algılamasına rağmen, katılanların etki düzeyi değerlendirmeleri diğer üç kümeye oranla çok yüksektir.

Özet olarak, tüm boyutlarda katılmayanlar en çok katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlarla ve ara sıra da ekonomik olarak bağlı olanlar kümesiyle farklılık göstermiştir. Katılmayanlar, tüm boyutlarda en olumsuz görüşleri bildirirken; katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlar daha olumlu algılara ve etki derecelendirmelerine sahiptir. Ekonomik olarak bağlı olanlar kümesi ise katılmayanlardan daha az olumsuz; katlananlar-hoşgörenler, katılanlar ve festival için çalışanlar kümelerinden daha az olumludur.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın alana çeşitli katkıları bulunmaktadır. Öncelikle yerel halkın toplum odaklı festivallerin sosyal etki algılarını ölçmek için geliştirilmiş SEA (Sosyal Etki Algıları) ölçeğinin uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra akademik yazındaki etkinliklerin etkileri ölçeği uygulamalarına bir yenisi eklenmiş ve Türkiye bu konuda araştırma yapılan ülkeler arasına katılmıştır. Sosyal etkiler alanındaki güncel çalışmalar irdelenerek bu konudaki yazınla ilgili kaynakların belirlenmesi sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar yerel yönetimler düzeyinde politika geliştirmede ve gelecekteki festivallerin planlanması, geliştirilmesi ve yönetimi için belli ilkeleri ortaya koymada kullanılabilecektir.

Etkinliklerin etkilerinin daha ayrıntılı incelenmesiyle beraber, etkinlik düzenleyicileri ve paydaşları ev sahibi toplum tarafından olumsuz algılanan etkileri en aza indirmeyi veya denetim altına almayı amaçlayan stratejiler geliştirebilecektir. Bu incelemeden elde edilen bilgi, ev sahibi toplumun üyelerinin sosyal yararlarına ulaşmasında bir araç olan festivallerin bu potansiyellerini ne derece gerçekleştirdikleri konusunda da fikirler ortaya koyabilecektir. Son olarak bir festivalle ilgili farklı düşüncelere sahip kümelerin belirlenmesi aracılığıyla, bu kümelerin ilgi ve gereksinimlerini anlamak ve onları hedef almak yolunda etkinlik düzenleyicilerine yol gösterici çıkarımlar sağlanabilecektir.

Herhangi bir sosyal etki toplum üyelerinin bir kısmı tarafından olumlu, diğerleri tarafından olumsuz değerlendirilebilmektedir. Bu nedenle festival düzenleyicileri etkileri türlerine göre önceden sınıflandırmak yerine yerel halka danışarak bu işlemi onların görüşleri doğrultusunda gerçekleştirmelidir. Bu durum sosyal gerçekler konusundaki algıların bireyler tarafından yapılandırıldığını ve bu nedenle herhangi bir sosyal çevre veya durumla ilgili birçok gerçeklik olabileceğini ifade eden “sosyal yapılandırmacı” (social-constructionist) yaklaşımı temsil etmektedir (Denzin ve Lincoln, 1998, s.39).

Aynı etkinin farklı algılanabilmesiyle ilgili olarak altı etki boyutunun çok yönlü oluşu ve ikili boyutların varlığı dikkate alınmalıdır. Örneğin etkinlik düzenleyicileri yeni insanlarla tanışma gibi olumlu etkileri geliştirirken, toplumun olumsuz görebileceği bilet fiyatlarındaki artış ve ücretsiz sokak eğlencelerindeki düşüş gibi etkileri de denetim altında tutmak zorundadır.

Araştırma sonucunda elde edilen altı sosyal etki boyutu birbirlerinden tamamen ayrılmamıştır, aksine birbirleriyle ilişkilidir. Örneğin, sakıncalar ve kişisel engellenme boyutlarının birbirleriyle ilişkili olduğu bulgusu sayesinde biri üzerinde yapılacak

herhangi bir değişikliğin diğeri üzerinde bir etkisi olabileceği görülmektedir. Sakıncalarla ilgili olumsuz etkiler azaltılabildiğinde, yerel halkın daha az kişisel engellenme yaşaması olasıdır. Benzer biçimde, eğlence ve sosyalleşme fırsatları ile toplum kimliği ve toplum içi uyum arasında da ilişki bulunmaktadır. Düzenleyiciler, yerel halkın festivale ve festival düzenleme süreçlerine katılımını teşvik eden stratejiler (festivalin kente katkılarıyla ilgili el ilânları, ücretsiz bilgi kitapçıkları, gönüllülük çağrıları vb.) geliştirerek toplum kimliği ve toplum içi uyum duygusunun yayılmasını kolaylaştırabileceklerdir.

Kümeleme analizi sonuçları toplumun belirgin alt-gruplarının farklı gereksinimlerini karşılamak için festivali düzenleme ve pazarlama konularında festival düzenleyicilerine yönelik bilgi sağlamaktadır.

Katılmayanlar, en olumsuz küme olarak üzerinde en fazla düşünülmesi gereken kümedir. Bu olumsuz değerlendirmeleri düzeltebilmenin yollarından biri de katılmayanların festivale bağlantısını sağlamak ve bunu giderek arttırmaktır. Bu kümenin festivale katılım konusunda özendirilmesi veya belli bir düzeyde festival için çalışmaya yönlendirilmesi aracılığıyla bu bağlantı gerçekleştirilebilir. Festivale katılmaya ikna edilebilirlerse bu küme üyeleri festivalin bazı olumlu kazanımları konusunda deneyim sahibi olabilecek ve bu sayede yaşadığı bazı olumsuz sosyal etkileri hoşgörebileceklerdir.

Ne var ki hoşgörenler-katlanalar kümesinin ardından en yaşlı ikinci küme olan katılmayanlar gerçekten festivale katılmak veya festival için çalışmak istemeyebilir. Bu durumda katılımı teşvik yerine bu kümenin festivalin getirdiği kazanımlarla ilgili daha yoğun bir biçimde bilgilendirilmesi gerekebilir. Festivalin topluma katkılarıyla ilgili dağıtılacak bildiriler ve medyada yoğun biçimde bu katkıların vurgulanması sayesinde festivale katılmasalar da gelecekte festival hakkında daha olumlu düşünceleri yolunda adımlar atılmış olacak ve küme profiline katlananlar-hoşgörenlere doğru yaklaşması sağlanabilecektir.

Dikkate alınması gereken bir diğer küme ise ekonomik olarak bağlantılı olanlardır. Bu küme katılmayanların ardından en olumsuz ikinci kümedir. Küme üyeleri işlerini yürütmek için festival haftasında kentte bulunmak zorundadır. Bu nedenle festival süresince kentte bulunmak gibi bir zorunlulukları olmayan diğer küme üyeleriyle karşılaştırıldığında, sakıncalar ve kişisel engellenme boyutundaki etkilere daha çok maruz kalmaktadırlar.

Bunun yanı sıra festival haftasının genelinde çalıştıkları için festivale katılma olanakları sınırlıdır ve bu yüzden eğlence ve sosyalleşme fırsatları gibi olumlu etkilerin çoğundan yararlanamamaktadırlar. Dolayısıyla festival düzenleyicileri bu küme üyelerinin katılımını arttıracak yollar bulmak durumunda kalabilir. Örneğin, festivalden önce özellikle yerel



işletmeler için düzenlenebilecek etkinlikler (festivalde sahne alacak bir sanatçının bu kapsama dahil edilmesi) bu konuda atılabilecek adımlar arasındadır.

Bu tür bir uygulama yerel işletmelerin festival açısından önemini vurgulayacak, katılabilecekleri ve tadını çıkarabilecekleri bir zamanda özellikle kendileri için yapıldığı bilinciyle onları onurlandıracaktır. Bu kümede festivalden yeterince yarar sağlayamadıklarını düşünenler için ise festivalin daha geniş alanlara yayılmasını sağlayacak stratejiler geliştirilmeli ve şu anda kullanılan mekânlara ek olarak tematik mekanlar (sinemayla ve festivalle ilgili) kurulmalıdır. Bundan başka, stantlar ve ticari olanaklarda yerel girişimcilere öncelik tanınmalıdır.

Hoşgörenler-katlanırlar kümesi genel olarak festivale katılmayan, ancak topluma kazandırdığı yaygın yararlarından ötürü festivalin kentlerinde gerçekleşmesinden mutlu olanları tanımlamaktadır. Bu nedenle, bu küme için ele alınması gereken bir önlem görülmemektedir. Güncel durumda küme üyeleri evde oturmaktan ve toplumun diğer kesiminin festivalin keyfini çıkarmasını izlemekten mutlu görünmektedir.

En olumlu iki küme festival için çalışanlar ve katılanlardır. Her iki küme de festivali zaten beğendikleri ve festivalin etkilerini çoğunlukla olumlu buldukları için bu kümelerin gereksinimlerini karşılamak konusunda çok fazla bir değişikliğe gerek yoktur. Yine de festival düzenleyicileri, bu iki kümenin desteğinin devamlılığını sağlamak adına iki küme üyelerinin en olumlu değerlendirmelerini pekiştirmelidir. Bunlar eğlence fırsatlarının artması ve toplumda daha çok ziyaretçi bulunmasıyla ilgili etkilerdir. Bunun yanında ev sahibi toplumun üyeleri festivalde çalışma, gönüllülük ve festivale katılım konularında daha çok özendirilmelidir.

Yerel halk, açık uçlu soruları yanıtlarken belli olumsuz etkilerin hoşgörülebileceğini ileri süren çeşitli gerekçeler ve nitelemeler öne sürmüştür. Bununla birlikte, sonuçlara göre bazı etki türleri için hoşgörü düzeyi yüksekken, diğerleri için düşük çıkmıştır. Bu bulgular ışığında etkinlik düzenleyicileri düşük hoşgörü düzeyine sahip etkileri en aza indirmek ve bunları yönetebilmek üzerine odaklanmalıdır.

Yerel halk olumsuz etkilere ek olarak farklılıklara dayanan (ayrımsal) etkilere de vurgu yapmıştır. Bunlara örnek olarak gençler ve yaşlılar üzerindeki etkiler verilebilir. Bu durumda etkinlik düzenleyicinin görevi hangi sınıfın festivalden aşırı derecede etkilendiğini ve bu sınıf üzerindeki olası etkilerin neler olabileceğini dikkate almaktır. Ayrıca, etkinlik düzenleyicileri toplum odaklı bir festivalin yönetimini profesyonelleştirirken, toplumun festival için taşıdığı önemi görmezlikten gelmemelidir. Bu tür değişiklikler halka danışılarak toplumdan alınacak girdilerle birlikte yapılmalıdır.

İnsanların sosyalleşme, prestij ve toplum içinde yer almayı etkinliğin içinde yer almaktan daha öncelikli gördüğü önceki çalışmalarda öne sürülmüştür. Toplum odaklı festivaller, bireylerin toplum yaşamına katılımları için geniş fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlar düzenleme kurulunda yer almak, festival için çalışmak, gönüllü olmak ve festivale katılmak şeklinde tanımlanmaktadır. Katılım bireylerin aidiyet ve kimlik duygularını arttırmakta, sosyal alışverişleri ve ilişki kurmayı özendirilmektedir. Toplum odaklı festivaller bu alışveriş ve etkileşimlerin oluşabileceği bir çevre sağlayarak toplum huzuruna önemli bir katkıda bulunmaktadır.

Toplum huzuru bireysel düzeyde toplumun diğer üyeleriyle bağlantıları ve etkileşimleri tarafından etkilenen optimal (en uygun) yaşam kalitesini ifade etmektedir. Bu nedenle yerel halkın üyelerini festivalle yakın ilişki kurmaya ve festivale katılmaya özendirmek toplumun huzur düzeyi için büyük yararlar sağlayabilecektir.

Festivaller toplum yararına olan sosyal ağlar geliştirmenin yanı sıra katılımcılarına ilişkiler kurma fırsatı sağlayarak sosyal sermayenin gelişimini kolaylaştırmaktadır. Toplum üyelerinin bir festivale ev sahipliği yapmak gibi bir ortak ilgi etrafında bir araya getirilmesiyle elde edilen sonuç bağ tipi sosyal sermaye (bonding social capital) olabilir. Aynı ilgilere sahip insanlar arasında bu tür sosyal ilişkilerin ve ağların kurulması bağ tipi sosyal sermayenin gelişimini ifade etmektedir.

Öte yandan farklı geçmişlerden gelen insanların ortak bir neden etrafında bir araya getirildiği köprü tipi sosyal sermaye (bridging social capital) gibi bir sonuç da ortaya çıkabilmektedir. Bu sonuç festivali gerçekleştirmeye yardımcı olmak için hep birlikte çalışan farklı yaşlardan ve farklı cinsiyetlerden insanları bir araya getiren gönüllüler kavramını göz önüne getirmektedir.

Sosyal sermaye katılımcıların festival sayesinde yaşadığı sosyal etkileşim fırsatları, toplumun birlikteliği, yeni insanlarla tanışma, paylaşılan aile deneyimleri ve toplumun katılımıyla ilgili fırsatlar gibi olumlu sosyal bağlantılara katkı sağlayarak da oluşmaktadır. Bu nedenle etkinlik planlayıcıları olumlu sosyal alışverişler ve etkileşimlerin ortaya çıkmasını sağlayacak stratejiler üretmelidir. Bunun en temel yolu, farklı sosyal grupların farklı etkinlikler aracılığıyla bir araya getirilmesi sayesinde birbirlerini daha iyi tanımalarından geçmektedir.

Diğer yandan etkinlik düzenleyicileri festivallerin toplumun sosyal sermayesini azaltabileceğinin de farkında olmalıdır. Festivaller bazı kötü uygulamalar sonucu kaba davranışlar, suç artışı, aşırı içki kullanımı ve etkileri, şiddet, yerel kaynakların zorlanması gibi olumsuz sosyal alışverişler ve etkileşimlerin çoğalmasına yol açarak sosyal

sermayenin düşüşüne neden olabilmektedir. Böyle bir durumda, düzenleyiciler festival süresince daha güvenli bir çevre ve ortam sağlayacak politikalar geliştirmek için yerel yönetimle birlikte çalışmak durumundadır. Bu politikalar yalnızca katılımcıların ve yerel halkın güvenliği, festivalin sürdürülebilirliği ve başarısı için değil; aynı zamanda sosyal sermayenin ciddi bir biçimde azalmasını engellemek adına da önem taşımaktadır.

Festivallerin ve etkinliklerin farklı türlerinde gerçekleştirilecek SEA uygulamaları sosyal etki ölçümü araştırmalarının ilerlemesine katkıda bulunabilecektir. Farklı temalara sahip festivallerde yerel halka başvurmak ölçeğin kullanımını yaygınlaştıracaktır. Bu durum araştırmalardan elde edilecek bulguların çeşitli türlerdeki toplum odaklı festivaller için genellenebilirliğini sağlayabilecektir. Bununla birlikte SEA ölçeğini oluşturan önermelerin tüm festivaller için genellenebilir olması beklenmemelidir. Araştırmalarda üzerinde çalışılan topluma özgü ve temaya uygun sosyal etki çeşitlerini seçmek gerekmektedir.

Bu çalışmada sosyal etki algılarını daha derinliğine inceleyebilmek adına önemli bir katkısı olduğu için gelecekteki araştırmaların da nitel boyut içermesi önerilmektedir. Yerel halka hiçbir yönlendirme olmadan doğrudan açık uçlu sorular sorulmalı ve yanıtlar SEA ölçeğindeki önermelerle birleştirilerek ya da destek veriler biçiminde kullanılmalıdır.

Farklı toplumlarda gerçekleştirilecek sürekli SEA uygulamaları, elde edilecek boyutlardaki benzerlik veya farklılıkları belirlemeye ve zaman içinde bu boyutların varlığı ile sosyal etkileri özetlemedeki kapsamının denenmesine yardımcı olacaktır. Bununla birlikte araştırmanın başında ele alınan önerme setlerinden kaynaklı farklılıklar da olabilir. Farklı sayıda ve/veya farklı türde etki önermelerini kullanan çalışmalarda boyutların farklılık göstermesi olasıdır.

Bu araştırmada SEA ölçeğinin kendine özgü özelliği sayesinde, festival düzenleyicilerine yerel halkın algıları konusunda yalnızca sosyal etkinin gerçekleşmesiyle ilgili değil; aynı zamanda etkinin türü ve düzeyi ile ilgili bilgiler sağlanmaya çalışılmıştır. İleri araştırmalarda SEA ölçeği kullanılarak aynı festival üzerine belli aralıklarla gerçekleştirilecek çalışmalardan elde edilecek sonuçlar; zaman içinde sosyal etkilerdeki değişimleri izleme ve ölçmenin yanında, etkinlik düzenleyicilerinin SEA ölçeğinden alınan geribildirimini etkinlik planlama süreçlerine dahil edip etmediğini denetleme gibi bir dizi kolaylıklar sağlayabilecektir.

Toplum odaklı festivallerin sosyal sermayenin gelişimine ve toplum huzuruna katkısıyla ilgili ileri araştırmalar yapılmalıdır. Bu tür bir çalışma, festivalin düzenlenmesinden ve sahneye konmasından kaynaklanan sosyal sermayeyi oluşturan bir

nitel araştırma biçiminde olmalıdır.

Bu araştırmada demografik ve davranışsal özellikleri birleştirerek festivalle ilgili farklı duygular taşıyan beş belirgin küme tanımlanmıştır. Etkinlikler alanında yapılacak yeni pazar bölümlene çalışmaları; farklı toplumlarda, farklı büyüklükte ve farklı temalara sahip etkinliklerde benzer kümelerin bulunup bulunmadığını öğrenmek için aynı kümeleme yönteminin benimsenmesi önerilmektedir. Bunun yanı sıra kümelerin festivalle ilgili duygularını daha derinlemesine öğrenmek ve gerekiyorsa değiştirmek için (örneğin olumsuz kümeleri festival hakkında daha iyi düşünmeye veya festivale katılma yönlendirmek) neler yapılması gerektiğini belirlemeye odaklanmış ileri araştırmalar gerçekleştirilmelidir. Faktörlerin zaman içindeki değişimini gözlemek için önerildiği gibi kümeleme analizinde elde edilen alt-grupların belli aralıklarla tekrarlanan çalışmalar aracılığıyla incelenmesi, küme büyüklükleri ve kümeyi oluşturan özelliklerdeki değişimleri izlemek adına kolaylıklar sağlayacaktır.

Bu araştırmada elde edilen bir diğer bulgu ise yerel halkın festivale ev sahipliği yapmanın sonucunda kazandıkları yararlar nedeniyle bazı olumsuz etkileri belli bir düzeye kadar hoşgörebildiğini göstermektedir. Bunun ötesinde toplumun olumsuz etkileri hoşgörme sınırının hangi durumda aşıldığı konusyla ilgili sorular hala yanıt beklemektedir. Ayrıca bir toplumu olumsuz etkiler konusunda daha hoşgörülü kılan etkenleri araştıran çalışmalar da gerçekleştirilebilir.

Araştırma sonucunda festivalin ev sahibi toplumu etkileyen ve altı boyut altında özetlenebilen birçok sosyal etki yarattığı ortaya konmuştur. Bu sınıflamalar kapsamındaki etkilerin her biri, toplumun farklı üyeleri tarafından olumlu ya da olumsuz olarak algılanabilmektedir. Bu durum sosyal etkilerin önceden olumlu veya olumsuz olarak tanımlanmaması gerektiğini ve etkilenen toplum üyelerinin bu konudaki yargılarının daha doğru olacağını ileri süren görüşe destek olmaktadır. Bu çalışmada SEA ölçeği kullanılarak yerel halka etkilerin türlerini ve etki düzeylerini belirleme serbestliği sunulması sayesinde, olumlu ve olumsuz etki türleri toplum üyeleri tarafından değerlendirilebilmiştir.

Araştırma, katlananlar-hoşgörenler, ekonomik olarak bağlantılı olanlar, katılanlar, katılmayanlar ve festival için çalışanlar başlıkları altında beş belirgin alt-grup tanımlayarak toplumları çoktörel (heterojen) olarak inceleme görüşünü desteklemektedir. Bu kümelerden her biri festival hakkında birbirinden farklı duygular taşımaktadır. Bu bulgu etkinlik düzenleyicilerinin toplumun farklı alt-gruplarının gereksinim, ilgi ve kaygılarını gözeterek planlama yapmaları yolunda çıkış noktası olabilecektir.

Festivallerin sosyal sermayenin gelişimini içeren toplum huzuruna yönelik kazanımları elde edebilmek amacıyla üstlendikleri önemli göreve dikkat çekilmelidir. Bu kazanımlar, olumlu sosyal alışverişlere ve ev sahibi toplumun üyeleri arasında olumlu ilişkilere katkıda bulunacak biçimde yönetilmelidir.

Antalya Altın Portakal Film Festivali sınırlı olanaklarla uzun yıllardır toplumla iç içe yaşamaktadır. Diğer bir deyişle, toplumun varlığı sanatı, sanatın varlığı da toplumu beslemektedir. Uluslararası rakiplerinin bünyesinde barındırdığı merkezi hükümet, yerel yönetim, turizm konseyi ve markalama (branding) kurulu temsilcileri, Altın Portakal Film Festivali'nin de planlama ve örgütlenme süreçlerine katılmalıdır.

Ulaşım ve tesis sağlama kolaylıklarının yanı sıra ortalama üçyüz güneşli günüyle Antalya'nın film endüstrisine yalnızca festivalde değil çekimlerde de ev sahipliği yapması ve film üretim merkezleri arasında yer alması olasıdır. Film çekimlerinde daha çok yer aldıkça Paris, Londra ve Roma'nın filmlerde görülerek kazandıkları cazibe Antalya için de geçerli olabilecektir.

Festival içeriğiyle ilgili olarak, ayrışma ve farklılaşma adına en azından film gösterimlerinde diğer festivallerde gösterilmemiş filmlerin öne çıkarılması gerekmektedir. Çünkü bazı durumlarda bir filmin çok kısa aralıklarla İstanbul, Ankara, Altın Koza ve Altın Portakal Film Festivalleri'nde programa alınmasıyla birlikte bu festivaller düzenledikleri şehirler dışında pek bir farklılık sunamamakta ve giderek birbirine benzemektedir. Bu nedenle festivalin kimliği ve tematik özellikleri geliştirilmeli ve farklılaştırılmalı, aynı zamanda bu özellikler öne çıkarılmalıdır. Toplum odaklılık her durumda göz önüne alarak özgün bir festival sunumu gerçekleştirilmelidir.

Yerel halk festival uygulamalarıyla ilgili olarak bazı önerilerde bulunmuştur. Bunları özetlemek gerekirse programın zamanında dağıtımı ve mümkün olduğunca fazla gişeden tüm etkinlikler için bilet edinebilme olanağı sağlanmalıdır. Okullarda ve üniversitelerde gerçekleştirilen söyleşiler arttırılmalı, etkinlikler de bütçenin elverdiği ölçüde geniş alanlara yayılmalıdır.

Festival çarşısı festivalin temasını çağrıştırmalı ve sanatçılarla karşılaşma olanağını arttıracak bir çekim alanı üzerinde çalışılmalıdır. Dışarıdan gelenlere hızlı ve ucuz ulaşım sağlanmalı, festival süresince trafik daha iyi planlanmalıdır. Film kopyaları artmalı, filmler daha çok merkezde gösterilmeli ve açık hava sineması uygulaması genişletilmelidir. Yerel medya festivale daha çok destek olmalıdır. Festivalle ilgili görevler ve görevlilerin belirlenmesi sürecinde kentte yaşayanların haberdar olması sağlanmalıdır. Festival gönüllüleri yaratılarak süreçlerde yer almalarına olanak verilmeli

ve gönüllü veritabanı oluşturulmalıdır.

Yedinci sanat olarak adlandırılan sinema temasını taşıyan Altın Portakal; içinden doğduğu toplumun sevgi, paylaşım, umut, barış, birlik, beraberlik, bütünleşme, deneyimler, yaratıcılık, hoşgörü, istek ve inanç gibi konulardaki yansımalarını 47 yıldır taşımakta ve Antalya'nın kültürel kimlik ve bilinç kazanmasına katkıda bulunmaktadır. Toplumun içinden doğmuş bir kutlama fikrinin nerelere gelebileceği konusunda çok önemli bir örnek olan Altın Portakal Film Festivali, topluma sağladığı kültürel olanaklar ve destinasyonun tanınmışlığına yaptığı katkılar göz önüne alınarak, toplum odaklılığını yitirmeden ve her geçen yıl üzerine bir tuğla konarak geliştirilmelidir.

## KAYNAKÇA

- Akış S., “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı:10, (Mart-Haziran 1999), 14-19.
- Allen L. R., Long P. T., Perdue R. R. ve Kieselbach S., “The Impact of Tourism Development on Residents’ Perceptions of Community Life”, *Journal of Travel Research*, Vol.27, No.1, (1988), 16-21.
- Allen J., Harris R., Huyskens M., “Event Management: An Australian Bibliography”, *Australian Centre for Event Management*, University of Technology, Sydney, (2001), 1-31.
- Allen J., O’Toole W., McDonnell I. ve Harris R., *Festival and Special Event Management (Third Edition)*, John Wiley and Sons Ltd., Milton Queensland Australia, 2005.
- Andereck K. L., Valentine K. M., Knopf R. C. ve Vogt C. A., “Residents’ Perceptions of Community Tourism Impacts”, *Annals of Tourism Research*, Vol.32, No.4, 2005, 1056-1076.
- Ap J., “Residents’ Perceptions on Tourism Impacts”, *Annals of Tourism Research*, Vol.19, No.4, (1992), 665-690.
- Ap J. ve Crompton J. L., “Developing and Testing A Tourism Impact Scale”, *Journal of Travel Research*, Vol.37, No.2, (1998), 120-131.
- Arcodia C. ve Whitford M., “Festival Attendance and the Development of Social Capital”, *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol.8, No.2, (2007), 1-18.
- Arcodia C. ve Robb A., “A Future for Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms”, *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education (Editors) Allen J., Harris R., Jago L. ve Veal A. J., Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney, (2000), 154-160.
- Argan M., “Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı:15, No:2, (2004), 162-169.
- Arimond G. ve Elfessi A., “A Clustering Method for Categorical Data in Tourism Market Segmentation Research”, *Journal of Travel Research*, Vol.39, No.4, (2001), 391-397.
- Avcıkurt C., *Turizm Sosyolojisi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2007.

- Aymankuy Y., Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları, Detay Yayıncılık, Ankara, 2003.
- Bjelac Z. ve Radovanovic M., "Sports Events as a Form of Tourist Product, Relating to the Volume and Character of Demand," *Journal of Sport Tourism*, Vol.8 No.4, (2003), 257-264.
- Bowdin G., Events Management, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, 2003.
- Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R. ve McDonnell I., Events Management (Second edition), Elsevier, Oxford, 2006.
- Brougham J. E. ve Butler R. W., "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to the Social Impact of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.8, No.4, (1981), 569-587.
- Brown S. ve James J., "Event Design and Management: Ritual Sacrifice?", Yeoman I., Robertson M., Ali-Knight J., Drummond S. ve McMahon-Beattie U. (Editors), Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2004, 53-64.
- Brunt P. ve Courtney P., "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.3, (1999), 493-515.
- Buhalis D., "Marketing the Competitive Destination of Future", *Tourism Management*, Vol.21, No.1, 2000, 97-116.
- Burns J. P. A., Hatch J. H. ve Mules T. J., The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event, The Centre for South Australian Economic Studies, Adelaide, 1986.
- Butcher H., "Introductions: Some Examples and Definitions", Butcher H., Glen A., Henderson P. ve Smith J. (Editors), Community and Public Policy, Pluto Press, London, 1993, 3-21
- Cegielski M. ve Mules T., "Aspects of Residents' Perceptions of the GMC 400-Canberra's V8 Supercar Race", *Current Issues in Tourism*, Vol.5, No.1, (2002), 54-70.
- Chacko H. ve Schaffer J., "The Evolution of Festival: Creole Christmas in New Orleans", *Tourism Management*, Vol.14, No.6, (1993), 471-479.
- Chen J. S., "An Investigation of Urban Residents' Loyalty to Tourism", *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, Vol.24, No.1, (2000), 5-19.



- Christakopoulou S., Dawson J. ve Gari A., “The Community Well-Being Questionnaire: Theoretical Context and Initial Assessment of its Reliability and Validity”, *Social Indicators Research*, Vol.56, No.1, (2001), 321-351.
- Coakes S. J. ve Steed L. G., “SPSS Analysis Without Anguish: Version 11.0. John Wiley and Sons, Milton, Queensland, 2003.
- Cohen E., “Authenticity and Commoditization in Tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol.15, No.3, (1988), 365-374.
- Creswell J. W., *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches*, Sage Publications, 2009.
- Crompton J. L. ve McKay S. L., “Motives of Visitors Attending Festival Events”, *Annals of Tourism Research*, Vol.24, No.2, (1997), 425-439.
- Crompton J. L., Lee S. ve Shuster T. J., “A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example”, *Journal of Travel Research*, Vol.40, No.1, (2001), 79-87.
- Crow G. ve Allan G., *Community Life: An Introduction to Local Social Relations*, Harvester Wheatsheaf, New York, 1994.
- Cuthill M., “Coolangatta: A Portrait of Community Well-Being”, *Urban Policy and Research*, Vol.20, No.2, (2002), 187-203.
- Çakıcı C., *Toplantı Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004
- De Bres K. ve Davis J., “Celebrating Group and Place Identity: A Case Study of a New Regional Festival”, *Tourism Geographies*, Vol.3, No.3, (2001), 326-337.
- Delamere T. A., “Development of A Scale to Measure Resident Attitudes Toward the Social Impacts of Community Festivals, Part II: Verification of the Scale”, *Event Management*, Vol.7, No.1, (2001), 25-38.
- Delamere T. A. ve Hinch T., “Community Festivals: Celebration or Sellout?”, *Recreation Canada*, Vol.52, No.1, (1994), 26-29.
- Delamere T. A., Wankel L. M. ve Hinch T. D., “Development of A Scale to Measure Resident Attitudes Toward the Social Impacts of Community Festivals, Part I: Item Generation and Purification of the Measure”, *Event Management*, Vol.7, No.1, (2001), 11-24.
- Denzin N. K. ve Lincoln Y. S., *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*, Sage Publications, California, 1998.

- Derrett R., "Can festivals brand community cultural development and cultural tourism simultaneously?", Allen J., Harris R., Jago L. ve Veal A. J. (Editors), *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education, Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, (2000), 120-129.
- Derrett R., "Making Sense of How Festivals Demonstrate A Community's Sense of Place", *Event Management*, Vol.8, No.1, (2003), 49-58.
- Derrett R., "Festivals, Events and the Destination", Yeoman I., Robertson M., Ali-Knight J., Drummond S. ve McMahon-Beattie U. (Editors), *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2004, 32-50
- Diaz-Martin A. M., Iglesias V., Vazquez R. ve Ruiz A. V., "The Use of Quality Expectations to Segment A Service Market", *Journal of Services Marketing*, Vol.14, No.2, (2000), 132-146.
- Dimmock K. ve Tiyce M., "Festivals and Events: Celebrating Special Interest Tourism" Douglas N. ve Derrett R. (Editors), *Special Interest Tourism*, John Wiley and Sons, Milton, Queensland Australia, 2001, 355-383
- Doxey G. V. "A Causation Theory of Visitor Resident Irritants: Methodology and Research Inferences", *Travel and Tourism Research Association Sixth Annual Conference Proceedings*, Travel Research Association, San Diego, (1975), 57-72.
- Duffy M., "Participants and Their Experiences of Events", O'Mahony G. B. ve Whitelaw P. A. (Editors), *CAUTHE 2006 "to the City and Beyond..."*, Proceedings of the 16th Annual CAUTHE Conference, Victoria University, Melbourne (2006), 19-24.
- Edwards D., "It's Mostly About Me: Reasons Why Volunteers Contribute Their Time to Museums and Art Museums", *Tourism Review International*, Vol.9, No.1, (2005), 1-11.
- Falassi A., *Time Out of Time: Essays on the Festival*, University of New Mexico Press, New Mexico, 1987.
- Falk I. ve Kilpatrick S. "What is Social Capital? A Study of Interaction in A Rural Community", *European Society for Rural Sociology*, Vol.40, No.1, (2000), 87-110.
- Faulkner B. ve Tideswell C., "A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.5, No.1, (1997), 3-28.

- Fredline E., Host Community Reactions to Major Sporting Events: The Gold Coast Indy and the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne, Unpublished Doctoral Dissertation, Griffith University, Gold Coast, Australia, 2000.
- Fredline E., Host Community Perceptions of the Impacts of Events: A Comparison of Different Themes in Urban and Regional Communities, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd., Australia, 2006.
- Fredline E. ve Faulkner B., "Host Community Reactions: A Cluster Analysis", *Annals of Tourism Research*, Vol.27, No.3, (2000), 763-784.
- Fredline E. ve Faulkner B., "Residents' Reactions to the Staging of Major Motorsport Events Within Their Communities: A Cluster Analysis", *Event Management*, Vol.7, No.1, (2002a), 103-114.
- Fredline E. ve Faulkner B., "Variations in Residents' Reactions to Major Motorsport Events: Why Residents Perceive the Impacts of Events Differently?", *Event Management*, Vol.7, No.1, (2002b), 115-125.
- Fredline E., Deery M. ve Jago L., "Testing of A Compressed Generic Instrument to Assess Host Community Perceptions of Events: A Case Study of the Australian Open Tennis Tournament", Allen J. (Editor), *The Impacts Of Events*, Proceedings of the International Event Management Research Conference, Australian Centre For Event Management, University of Technology, Sydney, (2005), 158-177.
- Fredline E., Jago L. ve Deery M., "The Development of A Generic Scale to Measure the Social Impacts of Events", *Event Management*, Vol.8, No.1, (2003), 23-37.
- Fukuyama F., *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, The Free Press, New York, 1995.
- Getz D. ve Cheyne J., "Special Event Motivations and Behaviour", (Ryan C. Editor), *The Tourist Experience: A New Introduction*, Cassell, London, 1997, 154-161.
- Getz D., "Special Events: Defining the Product", *Tourism Management*, Vol.10, No.2, (1989), 125-137.
- Getz D., *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- Getz D., "Special Events", Medlik S. (Editor), *Managing Tourism*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 1995, 122-130
- Getz D. ve Frisby W., "Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals", *Journal Of Travel Research*, Vol. 27, No.1, (1988), 22-27.

- Getz D., "Event Tourism: Definition, Evolution and Research", *Tourism Management*, Vol.29, No.1, (2008), 403-428.
- Getz D., *Event Management and Event Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1997.
- Giddens A., "Sosyoloji: Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş", Siyasal Kitabevi, Ankara, 2010.
- Gilbert D. ve Lizotte M., "Tourism and Performing Arts", *Travel And Tourism Analyst*, Vol.1, No.1, (1998), 82-87.
- Gnoth J. ve Anvar S. A., "New Zealand Bets on Event Tourism", *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, Vol.41, No.4, August (2000), 72-83.
- Godfrey K. ve Clarke J., *The Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing*, Cassell Inc., London, 2000.
- Goldblatt J., "A Future for Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting the Emerging Profession", Allen J., Harris R., Jago L. ve Veal A. J. (Editors), *Events Beyond 2000: Setting The Agenda*, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education, Australian Centre for Event Management, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, (2000), 2-9.
- Goodson L. ve Phillimore J., "The Inquiry Paradigm in Qualitative Tourism Research", Phillimore J. ve Goodson L. (Editors), *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, Routledge, London, 2004, 30-45.
- Greene J. C., Kreider H. ve Mayer E., "Combining Qualitative and Quantitative Methods in Social Inquiry", Somekh B. ve Lewin C. (Editors), *Research Methods in the Social Sciences*, Sage Publications, London, 2005, 274-281.
- Günersel Ş., "Türkiye'nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek: Festivaller", Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul , 1997
- Gürsoy D., Jurowski C. ve Uysal M. "Resident Attitudes: A Structural Modelling Approach", *Annals Of Tourism Research*, Vol.29, No.1, (2002), 79-105.
- Gürsoy D., Kim K. ve Uysal M., "Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation", *Tourism Management*, Vol.25, No.1, (2004), 171-181.
- Hair J. F. ve Black W. C., "Cluster Analysis", Grimm L. G. ve Yarnold P. R. (Editors), *Reading And Understanding More Multivariate Statistics*, American Psychological Association, Washington DC, 2000, 147-205.

- Hair J. F., Anderson R. E., Tatham R. L. ve Black W. C., *Multivariate Data Analysis* (Fifth Edition), Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 1998
- Hall C. M., *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*, Belhaven Press, London, 1993.
- Hall C. M., *Introduction to Tourism: Dimensions and Issues* (Fourth Ed.), Frenchs Forest NSW, Pearson Education, Australia, 2003.
- Haralambopoulos N. ve Pizam A., "Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos", *Annals of Tourism Research*, Vol.23, No.3, (1996), 503-526.
- Heenan D., "Tourism and the Community: A Drama In Three Acts", *Journal Of Travel Research*, Vol.16, No.4, (1978), 27-34.
- Hernandez S. A., Cohen J. ve Garcia H. L., "Residents' Attitudes Towards An Instant Resort Enclave", *Annals Of Tourism Research*, Vol.23, No.4, (1996), 755-779.
- Higham J. E. S. ve Ritchie B., "The Evolution of Festivals and Other Events in Rural Southern New Zealand", *Event Management*, Vol.7, No.1, (2001), 39-49.
- Hodder I., "The Interpretation of Documents and Material Culture", Denzin N. K. ve Lincoln Y. S. (Editors), *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*, Sage Publications, Thousand Oaks, California, 1998. 110-129.
- Husbands W. "Social Status and Perception of Tourism in Zambia", *Annals of Tourism Research*, Vol.16, No.1, (1989), 237-253.
- Ife J., ve Tesoriero F., *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation* (Third Edition), Frenchs Forest New South Wales, Pearson Education Australia, 2006.
- Inbakaran R. ve Jackson M., "Marketing Regional Tourism: How Better to Target and Address Community Attitudes to Tourism", *Journal of Vacation Marketing*, Vol.11, No.4, (2005a), 323-339.
- Inbakaran R. ve Jackson M., "Understanding Resort Visitors Through Segmentation", *Tourism and Hospitality Research*, Vol.6, No.1, (2005b), 53-71.
- Inskeep E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, John Wiley and Sons, New York, 1991.
- Jackson M. S. ve Inbakaran, R. J. "Evaluating Residents' Attitudes and Intentions to Act Towards Tourism Development in Regional Victoria, Australia", *International Journal of Tourism Research*, Vol.8, No.1, (2006), 355-366.

- Jago L. K. ve Shaw R., "Special Event Calendars: Some Exploratory Research", *Festival Management and Event Tourism: An International Journal*, Vol.5, No.1, (1995), 107-114.
- Jago L. K. ve Shaw R., "Special Events: A Conceptual and Definitional Framework", *Festival Management and Event Tourism*, Vol.5, No.1, (1998), 21-32.
- Jago L. K., Chalip L., Brown G., Mules T. ve Ali S., "The Role of Events in Helping to Brand A Destination" Jago L., Deery M., Harris R., Hede A. ve Allen J. (Editors), *Events and Place Making*, Proceedings of the International Event Research Conference, Australian Centre For Event Management, University Of Technology, Sydney, (2002), 111-143
- Jago L., Chalip L., Brown G., Mules T. ve Ali S. "Building Events into Destination Branding: Insights from Experts", *Event Management*, Vol.8, No.1, (2003), 3-14.
- Janiskee R., "Some Macro-Scale Growth Trends in America's Community Festival Industry", *Festival Management and Event Tourism: An International Journal*, Vol.2, (1994), 12-25.
- Jenkins C. L., "World Tourism Leaders' Meeting on Social Impacts Of Tourism", *Final Report*, WTO, Manila, 22 May (1997), 1-38.
- Jurowski C., Uysal M. ve Williams D. R., "A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism", *Journal of Travel Research*, Vol.36, No.2, (1997), 3-11.
- Kachigan S. K., "Statistical Analysis: An Interdisciplinary Introduction to Univariate and Multivariate Methods, Radius Press, New York, 1986.
- Kaplowitz M. D., Hadlock T.D. ve Levine R., "A Comparison of Web and Mail Survey Response Rates", *Public Opinion Quarterly*, Vol.68, No.1, (2004), 94-101.
- Karagöz D., "Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir, 2006.
- Keogh B., "Public Participation in Community Tourism Planning", *Annals Of Tourism Research*, Vol.17, No.3, (1990), 449-465.
- Kim S. S., ve Petrick J. F., "Residents' Perceptions on Impacts of the FIFA 2002 World Cup: The Case of Seoul As Host City", *Tourism Management*, Vol.26, No.1, (2005), 25-38.

- Korca P., "Resident Attitudes Toward Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol.23, No.3, (1996), 695-697.
- Krejcie R. V. ve Morgan D. W., "Determining Sample Size for Research Activities", *Educational and Psychological Measurement*, Vol.30, No.1, (1970), 607-610
- Lankford S. V. ve Howard, D. R. "Developing A Tourism Impact Attitude Scale", *Annals of Tourism Research*, Vol.21, No.1, (1994), 121-139.
- Leonard R. ve Onyx J., *Social Capital and Community Building: Spinning Straw into Gold*, Janus Publishing Company, London, 2004.
- Madrigal R., "Residents' Perceptions and the Role of Government", *Annals of Tourism Research*, Vol.22, No.1, (1995), 86-102.
- Mathieson A. ve Wall G., *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman Press, New York, 1993.
- Mayfield T. L. ve Crompton, J. L., "Development of An Instrument for Identifying Community Reasons for Staging A Festival", *Journal of Travel Research*, Vol.33, No.3, (1995), 37-44.
- Mccann C. ve Thompson G., "An Economic Analysis of the First Western Australian State Masters Games", *Journal of Tourism Studies*, Vol.3, No.1, (1992), 28-34.
- Mccool S. F. ve Martin S. R., "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development", *Journal of Travel Research*, Vol.32, No.3, (1994) 29-34.
- Mcgehee N. G. ve Andereck, K. L., "Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism", *Journal Of Travel Research*, Vol.43, (2004), 131-140.
- Mekânlı G., "Örgütlerin Tanıtımında Bir İletişim Yöntemi Olarak Etkinlik Yönetimi", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halka İlişkiler Anabilim Dalı, İzmir, 2005.
- Merriam S. B., *Case Study Research in Education: A Qualitative Approach*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco, 1988.
- Mertens D. M., *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity With Quantitative, Qualitative and Mixed Methods (Second Edition)*, Sage Publications, Thousand Oaks, California, 2005.
- Milman A. ve Pizam A., "Social Impacts of Tourism on Central Florida", *Annals of Tourism Research*, Vol.15, No.2, (1988), 191-204.
- Molloy J., "Regional Festivals: A Look at Community Support, the Isolation Factor and Funding Sources", *Journal of Tourism Studies*, Vol.13, No.2, (2002), 2-15.

- Moscovici, S., "On Social Representations", Forgas J. P. (Editor), *Social Cognition: Perspectives on Everyday Understanding*, Academic Press, London, 1981.
- Onyx J. ve Bullen P., "Sources of Social Capital", Winter I. (Editor), *Social Capital and Public Policy in Australia*, Australian Institute Of Family Studies, Melbourne, 2000, 105-135.
- O'Sullivan D. ve Marion J., "Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.10, No.4, (2002), 325-342.
- Özdemir Ç., "Sorgulanan Sosyoloji", Eylül Yayınevi, Ankara, 2003.
- Özdemir G., "Destinasyon Yönetimi ve Pazarlama Temelleri için Bir Destinasyon Model Önerisi", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2007.
- Pallant J., *SPSS Survival Manual: A Step By Step Guide to Data Analysis Using SPSS (Second Edition)*, Allen and Unwin Inc., Crows Nest, New South Wales, 2005.
- Perdue R. R., Long, P. T. ve Allen, L., "Resident Support for Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, Vol.17, No.1, (1990), 586-599.
- Pira A., *Etkinlik Yönetimi*, Mediacat Yayınları, Ankara, 2004.
- Pizam A., "Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community As Perceived by its Residents", *Journal Of Travel Research*, Vol.16, No.4, (1978), 8-12.
- Poloma M. M., "Çağdaş Sosyoloji Kuramları", (Erbaş H., Çev.), Eos Yayınevi, Ankara, 2007.
- Punj G. ve Stewart D. W., "Cluster Analysis in Marketing Research: Review and Suggestions for Application", *Journal of Marketing Research*, Vol.20, No.1, (1983), 134-148.
- Putnam R. D. "Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community", Simon and Schuster Publications, New York, 2000.
- Raj R. ve Morpeth N., "Local Community Structures in Events and Festivals: Opportunities for Destination Marketing or Communities - Caring for Place?", *Tourism Today*, Vol.6, No.1, Fall (2006), 82-95.
- Raj R., "The Impact of Festivals in Cultural Tourism", *Developing Cultural Tourism*, The 2nd Dehaan Tourism Management Conference, Nottingham, 16 December (2003), 1-13
- Rao V., "Celebrations As Social Investments: Festival Expenditures, Unit Price



- Variation and Social Status in Rural India”, *The Journal of Development Studies*, Vol.38, No.1, (2001), 71-97.
- Reid S., “The Social Consequences of Rural Events: The Inglewood Olive Festival”, Cooper C., Arcodia C., Solnet D. ve Whitford M. (Editors), *Creating Tourism Knowledge*, Proceedings of the 2004 CAUTHE Conference, The University of Queensland, Brisbane, (2004), 607-621.
- Reid S., “Social Consequences of Rural Events: Developing Knowledge, Aiding Planning”, *New Frontiers in Global Tourism-Trends and Competitive Challenges*, Proceedings of the TTRA 37th Annual Conference Dublin, Ireland, (2006), 184-193
- Ritchie J. R. B., “Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues”, *Journal of Travel Research*, Vol.23, No.1, (1984), 2-11.
- Rojek C., *Leisure Theory: Principles and Practices*, Palgrave Macmillan, Houndmills, London, 2005.
- Ryan C. ve Cooper C., “Residents’ Perceptions of Tourism Development: The Case of Raglan, New Zealand”, *Tourism Review International*, Vol.8, No.1, (2004), 1-15.
- Ryan C. ve Montgomery D., “The Attitudes of Bakewell Residents to Tourism and Issues in Community Responsive Tourism”, *Tourism Management*, Vol.15, No.5, (1994), 358-369.
- Schlenker K., “Evaluating the Socio-Cultural Impacts of a Festival on a Host Community”, Unpublished Honours Thesis, University of Western Sydney, Sydney, 2002.
- Schlenker K. ve Edwards D., “Evaluating the Socio-Cultural Impacts of a Festival on a Host Community: A Case Study of the Australian Festival of the Book”, Griffin T. ve Harris R. (Editors), Proceedings of The 9th Annual Conference of the Asia Pacific Tourism Association, School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology, Sydney, (2003), 580-593
- Schlenker K. ve Edwards D., “Residents’ Expectations and Perceptions of the Social Impacts of Community Festivals”, Papageorgiou G. (Editor), Proceedings of the Cutting Edge Research in Tourism Conference, *New Directions, Challenges And Applications*, University Of Surrey, Guildford, UK, (2006), 580-592.
- Schlenker K., Edwards D. ve Sheridan L. (2005), “A Flexible Framework for Evaluating the Socio-Cultural Impacts of a Small Festival”, *International Journal of Event Management Research*, Vol.1, No.1, 66-77.

- Schlenker K., "Understanding the Social Impacts of Festivals on Communities, Unpublished Doctoral Thesis, University of Western Sydney, Sydney, 2007.
- Schroeder T., "Host Community Perceptions of Tourism's Impacts: A Cluster Analysis", *Visions in Leisure and Business*, Vol.10, No.4, (1992), 43-48.
- Schuller T., Baron S. ve Field J., "Social Capital: A Review and Critique" Baron S., Field J. ve Schuller T. (Editors), *Social Capital: Critical Perspectives*, Oxford University Press, Oxford, 2000, 1-38.
- Sekaran U., *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, Third Edition, John Wiley and Sons Inc., New York, 1999.
- Tabachnick B. ve Fidell L., *Using Multivariate Statistics*, Harper Collins, New York, 1996.
- Thompson B., *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications*, American Psychological Association, Washington D.C., 2004.
- Tosun C., "Host Perceptions of Impacts: A Comparative Tourism Study", *Annals Of Tourism Research*, Vol.29, No.1, (2002), 231-253.
- Uğurlu Ö., Pınarcıoğlu N. Ş., Kanbak A. ve Şiriner M., "Kent Sosyolojisi Çalışmaları", Örgün Yayınevi, İstanbul, 2010.
- Usal A., "Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri ve Ege Bölgesi Örneği", *I. Ulusal Turizm Kongresi*, Kuşadası, 16-18 Kasım (1990), 24-29.
- Van Der Wagen L. ve Carlos B. R., *Event Management for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events*, Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2005.
- Veal A. J., *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide (Third Edition)*, Pearson Education Limited, Harlow, Essex, England, 2006.
- Waite G., "Social Impacts of The Sydney Olympics", *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No.1, (2003), 194-215.
- Weaver G. D. ve Robinson, L. R., *Special Events: Guidelines for Planning and Development*, University Of Missouri, Columbia, 1989.
- Weaver D. B. ve Lawton L. J., "Resident Perceptions in the Urban-Rural Fringe", *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.2, (2001), 439-458.
- Williams J. ve Lawson R., "Community Issues and Residents Opinions of Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.2, (2001), 269-290.
- Willmott P., *Social Networks, Informal Care and Public Policy*, Policy Studies Institute, London, 1986.

- Wilson J. ve Udall L., Folk Festivals: A Handbook for Organization and Management, University Of Tennessee Press, Knoxville, 1982.
- Wood E. “Measuring the Economic and Social Impacts of Local Authority Events”, *International Journal for Public Sector Management*, Vol.18, No.1, (2005), 37-53.
- Yongseok S., “Collaboration and Power Relations Among Stakeholders in a Community Festival: The Case of The Andong Mask Dance Festival, South Korea”, Unpublished Doctoral Thesis, University of Waterloo, Ontario, Canada, 2004.
- Zikmund W. G., Exploring Marketing Research (Seventh Ed.), The Dryden Press, Harcourt College Publishers, Fort Worth, USA, 2000.
- <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul> Erişim Tarihi: 19.02.2011
- [http://unwto.org/en/fact\\_figure/international-tourist-arrivals-grew-nearly-7-2010-935million](http://unwto.org/en/fact_figure/international-tourist-arrivals-grew-nearly-7-2010-935million) Erişim tarihi: 21.03.2011.
- <http://www.aksav.org.tr/altinportakal.php?id=1> Erişim Tarihi: 19.11.2010
- <http://www.ausstats.abs.gov.au/ausstats> Erişim Tarihi: 09.01.2011
- [http://www.norusis.com/pdf/SPC\\_v13.pdf](http://www.norusis.com/pdf/SPC_v13.pdf) Erişim tarihi: 04.01.2011
- <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/PA765/cluster.htm> Erişim Tarihi: 02.02.2011
- <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/factor.htm> Erişim Tarihi: 02.02.2011

## EKLER

## Ek 1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu



T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

**ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ'NİN YEREL HALK  
ÜZERİNDEKİ SOSYAL ETKİLERİNİN ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK BİR  
ARAŞTIRMA**

Değerli Katılımcı,

Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda doktora eğitimimi sürdürmekteyim. “**Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri**” konulu tezim üzerinde çalışmaktayım. Ekteki anket festivaller ve sosyal etkileri ile ilgili genel konular hakkındaki görüşlerinizi değerlendirmek için Antalya Büyükşehir Belediyesi ve AKSAV (Antalya Kültür Sanat Vakfı) desteğiyle tasarlanmış bir çalışmadır. Yanıtlar yalnızca bilimsel araştırmada kullanılacaktır. Bize sağladığımız tüm bilgi kesinlikle gizli tutulacaktır. Soruların tümünü yanıtlamanız çalışmanın ciddiyeti açısından önemlidir. Araştırma ile ilgili sorularınız için aşağıda belirtilen iletişim araçlarını kullanabilirsiniz. Emeğiniz ve ayırdığınız zaman için teşekkürlerimi sunarım.

Saygılarımla,

**Yakın EKİN**  
**Araştırma Görevlisi**  
Doktora Öğrencisi  
Akdeniz Üniversitesi  
Turizm İşletmeciliği ve  
Otelcilik Yüksekokulu  
Yerleşke – Antalya

E-posta : [yakin@akdeniz.edu.tr](mailto:yakin@akdeniz.edu.tr)  
Telefon : 0 536 981 38 99  
Belgegeçer : 0 242 227 46 70

## 1. BÖLÜM

Bu bölüm 2010 Antalya Altın Portakal Film Festivali'ne ev sahipliği yapmanın Antalya yerel halkı üzerindeki sosyal etkileri hakkındaki görüşlerinizi belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Lütfen izleyen sayfalardaki soruları okuyunuz ve kendi görüşünüze göre bu önermelerin yerel halkı hangi düzeyde etkilediğini belirtiniz. Her soru, bir ifade ile ilgili düşüncenizi öğrenmek için sorulmuştur. Soruların doğru veya yanlış cevabı yoktur.

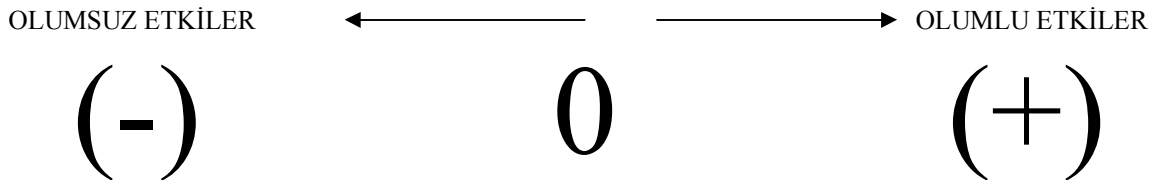
Lütfen soruları yanıtlarken izleyen açıklamalara ve örneğe dikkat ediniz.

1. Sözü edilen etki konusundaki görüşünüzü belirtirken EVET için E harfini, HAYIR için H harfini, etki ile ilgili görüşünüz yoksa BİLMİYORUM'u işaretleyiniz
2. Cevabınız EVET veya HAYIR ise, -5'ten +5'e kadar olan etki derecelendirmesi üzerinde yuvarlak içine alarak yanıtınızı belirtiniz. (-5 çok büyük bir olumsuz etkiyi, + 5 ise çok büyük bir olumlu etkiyi, 0 ise hiçbir etki olmadığını ifade etmektedir).
3. Yanıtınız BİLMİYORUM ise derecelendirme üzerinde işaretleme yapmayarak doğrudan izleyen soruya geçiniz.

### ÖRNEK:

Etki İfadesi	Etkinin Ortaya Çıkışı	Etki Düzeyi
Festivaller bulunduğum toplumdaki yaşamı daha ilginç hale getirmektedir	E H BİLMİYORUM	-5 -4 -3 -2 -1 0 +1 +2 +3 +4 +5

-5'ten +5'e kadar olan derecelendirme izleyen değerleri ifade etmektedir:



-5 çok büyük olumsuz etki	-4 büyük olumsuz etki	-3 orta derecede olumsuz etki	-2 küçük olumsuz etki	-1 çok küçük olumsuz etki	0 nötr (etki yok)	+1 çok küçük olumlu etki	+2 küçük olumlu etki	+3 orta derecede olumlu etki	+4 büyük olumlu etki	+5 çok büyük olumlu etki
---------------------------------------	--------------------------------	---	--------------------------------	---------------------------------------	----------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	--	-------------------------------	--------------------------------------

Etki İfadeleri	Etkinin Ortaya Çıkışı	Etki Düzeyi												
		çok büyük olumsuz etki					Nötr (Etki yok)					çok büyük olumlu etki		
1. Festival, yerel halka bulunduğu toplum dışından yeni insanlarla tanışma fırsatı sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
2. Festival süresince yerel halk için eğlence fırsatları artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
3. Festival, yerel halkın diğer üyeleriyle sosyal etkileşim fırsatları sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
4. Festival, aileyle zaman geçirmek için fırsatlar sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
5. Festival, yerel halka kültürel deneyim fırsatları sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
6. Festival, yerel halka kent dışından yakınlarını ve arkadaşlarını ağırlama fırsatları sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
7. Festival süresince kentte bulunan ziyaretçi sayısı daha çoktur.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
8. Yerel halk festival süresince kendi kentinde ziyaretçilere oranla ikinci sıraya itilmiştir.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
9. Yerel halk festival süresince bölgede ziyaretçilerle birlikte olmaktan keyif almıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
10. Festival yerel halkın günlük yaşamlarında bir aksamaya yol açmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
11. Yerel halk festivaldeki çekiciliklerden uzak durmuştur.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
12. Yerel halk festival süresince artan ziyaretçi sayısından memnun olmamıştır	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
13. Yerel halktan çok çeşitli insanlar festivale katılmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
14. Festival süresince daha çeşitli ürün ve hizmetler kentte satışa sunulmuştur.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
15. Festival süresince kentteki ürün ve hizmet fiyatları artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
16. Festival süresince yerel halk için daha çok iş fırsatı bulunmaktadır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
17. Festival süresince yerel işletmelerde bir alım-satım artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
18. Festival, yerel halka yeni beceriler geliştirme fırsatları sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
19. Yerel halk grupları festivalin amaçlarını gerçekleştirmek için birlikte çalışmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
20. Festival yerel halka sanatsal yeteneklerini sergilemek için fırsatlar sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
21. Festival yerel halka kaynak yaratma fırsatları sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
22. Festival süresince caddeler kalabalıktır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
23. Festival süresince otopark sorunu vardır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
24. Festival süresince kentte trafik artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		

		çok büyük olumsuz etki		Nötr (Etki yok)		çok büyük olumlu etki						
25. Festival süresince festival alanlarını çevreleyen yerlerde çöp yığınları artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
26. Festival alanı çevresi ve işyerleri festival süresince kalabalıktır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
27. Festival süresince festival alanlarını çevreleyen yerlerde gürültü düzeyi artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
28. Yolların kapatılması ve yön değişiklikleri festival süresince yerel halkı rahatsız etmiştir.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
29. Yerel halkta festivali sahiplenme duygusu vardır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
30. Festival nedeniyle, yerel halkın kentlerine duydukları gurur artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
31. Festival aracılığıyla toplum kimliği geliştirilmiştir.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
32. Festival yerel halk dışındakilere kentin ve yerel halkın neden eşsiz ve özel olduğunu göstermeye yardımcı olmuştur.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
33. Festival kente ve yerel halka bölgedeki turizmi teşvik edecek bir imaj sağlamıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
34. Festival yerel halkta birliktelik duygusu yaratmaya katkıda bulunmuştur.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
35. Festivalin yerel halk üzerinde olumlu bir kültürel etkisi vardır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
36. Festival süresince toplumdaki suç oranı artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
37. Festival süresince toplumdaki kamu ve özel sektör mallarına zarar verme ile yıkıcılık ( <i>Vandalizm</i> ) artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
38. Festival süresince kaba ve hoş olmayan davranışlar artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
39. Festival süresince yetişkin olmayanların içki kullanımına rastlanmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
40. Festival süresince yasaklanmış maddelerin (uyuşturucu vb.) kullanımı artmıştır.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5
41. Festival süresince polisin varlığı yeterli düzeydedir.	E H BİLMİYORUM	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5

## 2. BÖLÜM

Lütfen izleyen ifadeler hangi düzeyde katıldığınızı ya da katılmadığınızı aşağıda rakam karşılıkları açıklanmış derecelendirmeyi kullanıp 1'den 5'e kadar olan rakamlardan birini yuvarlak içine alarak gösteriniz.

1=kesinlikle katılmıyorum	2=katılmıyorum	3=fikrim yok	4=katılıyorum	5=kesinlikle katılıyorum
---------------------------	----------------	--------------	---------------	--------------------------

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Antalya'dan taşınmak durumunda kalsam buradan ayrılmaktan çok büyük üzüntü duyardım.	1	2	3	4	5
2. Antalya'da yaşamayı başka herhangi bir yerde yaşamaya tercih ederim.	1	2	3	4	5
3. Yerel halkın Antalya Altın Portakal Film Festivali gibi festivallerin organizasyonunda yer alması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
4. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin organizasyonunda yer alma fırsatım olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
5. Antalya Altın Portakal Film Festivali gibi festivallerin olumlu sosyal etkilerinin tüm yerel halka yayılması gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
6. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin olumlu sosyal etkilerinin tüm yerel halka yayıldığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5

7. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin 2010 yılında 47.si düzenlenmiştir. Bunlardan kaçına katılma fırsatınız oldu?.....
8. Antalya Altın Portakal Film Festivali 2010'un gerçekleştiği hafta neler yaptınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)
  - Festivalde için çalıştım.
  - Festivale katıldım.
  - Festivale katılmadım.
  - Çalışıyordum.
  - Tüm hafta boyunca Antalya'da değildim.
  - Diğer (lütfen belirtiniz) .....
9. Eğer festivale katıldıysanız Antalya Altın Portakal Film Festivali 2010'un gerçekleştiği hafta neler yaptınız? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.)
  - Biletli etkinliklere katıldım.
  - Ücretsiz sokak etkinliklerine katıldım.
10. Lütfen sinemaya ilginizin ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'ne desteğinizin düzeyini en doğru biçimde yansıtan ifadeyi işaretleyiniz. (Lütfen yalnızca bir şık işaretleyiniz.)
  - Sinemayla ilgileniyorum ve festivalin yaşadığım kentte gerçekleşmesinden mutluyum.
  - Sinemayla ilgileniyorum ama festivalin yaşadığım kentte gerçekleşmesinden mutlu değilim.
  - Sinemayla ilgilenmiyorum ama festivalin yaşadığım kentte gerçekleşmesinden mutluyum.
  - Sinemayla ilgilenmiyorum ve festivalin yaşadığım kentte gerçekleşmesinden mutlu değilim.



11. Antalya Altın Portakal Film Festivali hakkında ne hissettiğinizi en doğru biçimde yansıtan ifadeyi işaretleyiniz. (Lütfen yalnızca bir şık işaretleyiniz.)
- Antalya Altın Portakal Film Festivali'ni beğeniyorum ve sürmesini umuyorum.
  - Antalya Altın Portakal Film Festivali'ne katlanıyorum çünkü genel olarak yerel halk için iyi olduğunu düşünüyorum.
  - Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin gerçekleştiği hafta festival nedeniyle yaşadığım rahatsızlıklar nedeniyle yaşam biçimimi ayarlamak zorunda kalıyorum.
  - Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin gerçekleştiği hafta, bu etkinliğin genel olarak yerel halk için iyi olduğunu düşünmeme rağmen, festival yüzünden yaşadığım rahatsızlıklar nedeniyle festival alanından uzak duruyorum.
  - Antalya Altın Portakal Film Festivali'nden hoşlanmıyorum ve bu etkinlik gelecek yıllarda devam etmese daha mutlu olurum.

Lütfen 12 ile 18 arasındaki sorulara EVET için E harfi, HAYIR için H harfi işaretleyerek yanıt veriniz.

12. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nde (2010) gönüllü olarak veya festival için çalıştınız mı? <i>Yerel halk gruplarının bir parçası olarak gönüllülük yaptysanız lütfen belirtiniz.....</i>	E	H
13. Daha önce herhangi bir Antalya Altın Portakal Film Festivali'nde gönüllü olarak veya festival için çalıştınız mı?	E	H
14. Şu anda turizm endüstrisinde ücretli veya ücretsiz olarak herhangi bir işte çalışıyor musunuz?	E	H
15. Daha önce turizm endüstrisinde ücretli veya ücretsiz olarak herhangi bir işte çalıştınız mı?	E	H
16. Turizm endüstrisinde ücretli veya ücretsiz olarak herhangi bir işte çalışan yakınınız veya arkadaşınız var mı?	E	H
17. Antalya Altın Portakal Film Festivali (2010) süresince herhangi bir ücretli iş üstlendiniz mi? <i>Evetse 18. soruya, hayırsa 3. bölüme geçiniz.</i>	E	H
18. Üstlendiğiniz işin hacminde Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin (2010) sonucu olarak bir artış yaşandığını düşünüyor musunuz?	E	H

### 3. BÖLÜM

#### DEMOGRAFİK BİLGİLER:

1. Cinsiyetiniz: <input type="checkbox"/> Bay <input type="checkbox"/> Bayan	2. Yaşınız: .....
3. Doğum Yeriniz: .....	4. Kaç yıldır Antalya'da oturuyorsunuz? .....
5. Kendinizi nasıl tanımlarsınız? <input type="checkbox"/> Tam bir Antalyalı <input type="checkbox"/> Yarı Antalyalı <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz) .....	6. Atatürk Kültür Merkezi'nden (AKM-Festivalin merkezinden) ne kadar uzakta yaşıyorsunuz? <input type="checkbox"/> 0-2 km <input type="checkbox"/> 2-4 km <input type="checkbox"/> 4-6 km <input type="checkbox"/> 6 km'den uzak
7. Eğitim durumunuz: <input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Meslek Yüksekokulu <input type="checkbox"/> Fakülte – Yüksekokul <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans <input type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz).....	8. Mesleğiniz: <input type="checkbox"/> İşçi <input type="checkbox"/> Memur <input type="checkbox"/> Kendi işinde çalışan <input type="checkbox"/> Emekli <input type="checkbox"/> İşsiz <input type="checkbox"/> Öğrenci <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz).....
9. Aylık geliriniz: .....	

### 4. BÖLÜM

#### GENEL ALGILAR VE İLK BEKLENTİLER

1. Antalya Altın Portakal Film Festivali denince **aklınıza gelen ilk sözcük** nedir? (Lütfen sadece **tek sözcük** yazınız)

2.a. Altın Portakal Film Festivali'ne tanıklık etmeden önce, bu festivalin kentinizde gerçekleşmesinin *hayatınızı* nasıl etkileyeceğiyle ilgili *ilk beklentilerinizi* lütfen açıklayınız.

---

---

---

---

2.b. Hayatınız bu beklentileriniz doğrultusunda etkilendi mi? Lütfen yorumlayınız.

---

---

---

---

3.a. Altın Portakal Film Festivali'ne tanıklık etmeden önce, bu festivalin *olumlu sosyal etkilerinin* neler olabileceğiyle ilgili *ilk beklentilerinizi* lütfen belirtiniz.

---

---

---

---

3.b. Size göre, belirttiğiniz bu olumlu sosyal etkiler gerçekleşti mi? Lütfen yorumlayınız.

---

---

---

---

4.a. Altın Portakal Film Festivali'ne tanıklık etmeden önce, bu festivalin *olumsuz sosyal etkilerinin* neler olabileceğiyle ilgili *ilk beklentilerinizi* lütfen belirtiniz.

---

---

---

---

4.b. Size göre, belirttiğiniz bu olumsuz sosyal etkiler gerçekleşti mi? Lütfen yorumlayınız.

---

---

---

---

İLGİNİZ VE AYIRDIĞINIZ ZAMAN İÇİN  
TEŞEKKÜRLER

## Ek 2: Ön Test Sonucunda Değişikliğe Uğrayan ve Anketten Çıkarılan Önermeler

### *Değişikliğe Uğrayan Önermeler*

Festival süresince trafik sıkışıktır

Festival süresince kentte trafik artmıştır\*

Festival toplumu bir araya getirmektedir

Festival yerel halkta birliktelik duygusu yaratmaya katkıda bulunmuştur\*

Festival toplumda daha çok ziyaretçi olmasını teşvik etmiştir

Festival süresince kentte bulunan ziyaretçi sayısı daha çoktur\*

Festival süresince daha çok polis bulunmaktadır

Festival süresince polisin varlığı yeterli düzeydedir\*

\*Anketin son halinde yer alan önerme

### *Anketten Çıkarılan Önermeler*

Toplu ulaşım hizmetleri festival süresince aksamıştır

Festival sayesinde etkinliklerde kullanılan bina ve tesislerin restorasyonu gerçekleşmiştir

### Ek 3: Post Hoc (Ondan Sonra) Test Sonuçları

Post Hoc Test Sonuçları – Sakıncalar			
<i>a. Trafik</i>			
(I) KÜMELER	(J) KÜMELER	ORT. FARKI (I-J)	ANL.
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.495	.078
	Katılanlar	.805	.439
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	1.000
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.495	.078
	Katılanlar	-.690	.669
	Katılmayanlar	1.265	.269
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610	.068
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.805	.439
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.690	.669
	Katılmayanlar	1.955*	.003
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.387
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.760*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.265	.269
	Katılanlar	-1.955*	.003
	Festival İçin Çalışanlar	-2.875*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.115	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610	.068
	Katılanlar	.920	.387
	Katılmayanlar	2.875*	.000

\* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır

<i>b. Otopark Sorunu</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.495	.134
	Katılanlar	.690	.730
	Katılmayanlar	2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	.899
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.495	.134
	Katılanlar	-.805	.547
	Katılmayanlar	1.150	.314
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610	.096
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.690	.730
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.547
	Katılmayanlar	1.955*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-.805	.626
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.645*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.150	.314
	Katılanlar	-1.955*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-2.760*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.115	.899
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610	.096
	Katılanlar	.805	.626
	Katılmayanlar	2.760*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>c. Gürültü Düzeyi</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.644
	Katılanlar	-.460	.762
	Katılmayanlar	2.300*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-1.035	.176
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.805	.644
	Katılanlar	-1.265	.173
	Katılmayanlar	1.495	.113
	Festival İçin Çalışanlar	-1.840*	.014
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.762
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.173
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.646
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.300*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.495	.113
	Katılanlar	-2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.335*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	1.035	.176
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.840*	.014
	Katılanlar	.575	.646
	Katılmayanlar	3.335*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>d. Yerel İşletmelerde Kalabalık</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.584
	Katılanlar	.230	.895
	Katılmayanlar	2.300*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.686
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katl原因anlar-Hoşgörenler	-.805	.584
	Katılanlar	-.575	.743
	Katılmayanlar	1.495	.079
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380	.120
Katılanlar	Katl原因anlar-Hoşgörenler	-.230	.895
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.575	.743
	Katılmayanlar	2.070*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.805	.444
Katılmayanlar	Katl原因anlar-Hoşgörenler	-2.300*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.495	.079
	Katılanlar	-2.070*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.875*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katl原因anlar-Hoşgörenler	.575	.686
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.120
	Katılanlar	.805	.493
	Katılmayanlar	2.875*	.444
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>e. Kalabalık Caddeler</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.473
	Katılanlar	0.000	1.000
	Katılmayanlar	3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.690	.499
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.035	.473
	Katılanlar	-1.035	.410
	Katılmayanlar	2.185*	.005
	Festival İçin Çalışanlar	-1.725*	.036
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	0.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.410
	Katılmayanlar	3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.690	.523
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-3.220*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.185*	.005
	Katılanlar	-3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.910*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.690	.499
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.036
	Katılanlar	.690	.523
	Katılmayanlar	3.910*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			



<i>f. Artan Çöp Yığınları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.840*	.028
	Katılanlar	.460	.782
	Katılmayanlar	2.070*	.004
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.837
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.840*	.028
	Katılanlar	-1.380	.148
	Katılmayanlar	.230	.895
	Festival İçin Çalışanlar	-2.300*	.002
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.782
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.148
	Katılmayanlar	1.610*	.030
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.287
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.070*	.004
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-.230	.895
	Katılanlar	-1.610*	.030
	Festival İçin Çalışanlar	-2.530*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.837
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	2.300*	.002
	Katılanlar	.920	.287
	Katılmayanlar	2.530*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>g. Yol Kapatmalar</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.389
	Katılanlar	-.345	.811
	Katılmayanlar	1.840*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.519
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.805	.389
	Katılanlar	-1.150	.086
	Katılmayanlar	1.035	.262
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380*	.026
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.345	.811
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.086
	Katılmayanlar	2.185*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.869
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.840*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.035	.262
	Katılanlar	-2.185*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.415*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.575	.519
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380*	.026
	Katılanlar	.230	.869
	Katılmayanlar	2.415*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Test Sonuçları – Toplum Kimliği ve Toplum İçi Uyum</b>			
<i>a. Toplum Kimliği</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.062
	Katılanlar	.115	.897
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.789
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.265	.062
	Katılanlar	-1.150	.105
	Katılmayanlar	2.300*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610*	.007
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.115	.897
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.105
	Katılmayanlar	3.450*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.608
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-3.565*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.300*	.000
	Katılanlar	-3.450*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.910*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.345	.789
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610*	.007
	Katılanlar	.460	.608
	Katılmayanlar	3.910*	.000

\* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır

<b>b. Kent ile Gurur Duyuma</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.302
	Katılanlar	-.115	.896
	Katılmayanlar	4.485*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.599
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.035	.302
	Katılanlar	-1.150	.138
	Katılmayanlar	3.450*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610*	.018
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.115	.896
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.138
	Katılmayanlar	4.600*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.770
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-4.485*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-3.450*	.000
	Katılanlar	-4.600*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-5.060*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.575	.599
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610*	.018
	Katılanlar	.460	.770
	Katılmayanlar	5.060*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>c. Toplumun ve Kentin Eşsizliği</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.068
	Katılanlar	-.115	.898
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.549
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.150	.068
	Katılanlar	-1.265*	.032
	Katılmayanlar	2.415*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.725*	.002
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.115	.898
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265*	.032
	Katılmayanlar	3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.686
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-3.565*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.415*	.000
	Katılanlar	-3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-4.140*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.575	.549
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.002
	Katılanlar	.460	.686
	Katılmayanlar	4.140*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>d. Toplumun Festivali Sahiplenmesi</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.013
	Katılanlar	.000	1.000
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.835
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.725*	.013
	Katılanlar	-1.725*	.012
	Katılmayanlar	1.840*	.014
	Festival İçin Çalışanlar	-2.070*	.001
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.012
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.788
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-3.565*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.840*	.014
	Katılanlar	-3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.910*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.345	.835
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	2.070*	.001
	Katılanlar	.345	.788
	Katılmayanlar	3.910*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>e. Olumlu Kültürel Etki</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.504
	Katılanlar	-.460	.646
	Katılmayanlar	4.370*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.805	.250
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.805	.504
	Katılanlar	-1.265	.054
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610*	.010
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.646
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.054
	Katılmayanlar	4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.824
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-4.370*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-3.565*	.000
	Katılanlar	-4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-5.175*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.805	.250
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610*	.010
	Katılanlar	.345	.824
	Katılmayanlar	5.175*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>f. Birliktelik Duygusu</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.081
	Katılanlar	-.575	.638
	Katılmayanlar	4.140*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.266
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.265	.081
	Katılanlar	-1.840*	.003
	Katılmayanlar	2.875*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.185*	.000
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.575	.638
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.840*	.003
	Katılmayanlar	4.715*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.854
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-4.140*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.875*	.000
	Katılanlar	-4.715*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-5.060*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.920	.266
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	2.185*	.000
	Katılanlar	.345	.854
	Katılmayanlar	5.060*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			



<i>g. Ziyaretçileri Ağırlama Keyfi</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.137
	Katılanlar	-.345	.879
	Katılmayanlar	4.485*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.115	.899
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.150	.137
	Katılanlar	-1.495*	.032
	Katılmayanlar	3.335*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.035	.233
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.345	.879
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.495*	.032
	Katılmayanlar	4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.460	.816
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-4.485*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-3.335*	.000
	Katılanlar	-4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-4.370*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.115	.899
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.233
	Katılanlar	-.460	.816
	Katılmayanlar	4.370*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>h. Turizmi Teşvik Edici İmaj</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.252
	Katılanlar	.230	.869
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.882
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.920	.252
	Katılanlar	-.690	.522
	Katılmayanlar	2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.150	.112
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.230	.869
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.690	.522
	Katılmayanlar	3.335*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.681
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-3.565*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.645*	.000
	Katılanlar	-3.335*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.795*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.230	.882
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.112
	Katılanlar	.460	.681
	Katılmayanlar	3.795*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Test Sonuçları – Kişisel Engellenme</b>			
<i>a. Ziyaretçi Sayısından Memnuniyetsizlik</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.230	.896
	Katılanlar	-.575	.752
	Katılmayanlar	1.610*	.012
	Festival İçin Çalışanlar	-.690	.627
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanılanlar-Hoşgörenler	-.230	.896
	Katılanlar	-.805	.608
	Katılmayanlar	1.380	.087
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.483
Katılanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	.575	.752
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.608
	Katılmayanlar	2.185*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	.897
Katılmayanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	-1.610*	.012
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.380	.087
	Katılanlar	-2.185*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.300*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	.690	.627
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.483
	Katılanlar	.115	.897
	Katılmayanlar	2.300*	.000

\* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır

<b>b. Yerel Halkın Festivalden Uzak Durması</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.866
	Katılanlar	-.345	.850
	Katılmayanlar	2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.818
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.866
	Katılanlar	-.805	.586
	Katılmayanlar	2.185*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.538
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.345	.850
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.586
	Katılmayanlar	2.990*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	1.000
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.645*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.185*	.002
	Katılanlar	-2.990*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.105*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.818
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.538
	Katılanlar	.115	1.000
	Katılmayanlar	3.105*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>c. Yerel Halkın İkinci Sıraya İnnmesi</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.690	.633
	Katılanlar	.115	.897
	Katılmayanlar	2.070*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	.230	.878
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.690	.633
	Katılanlar	-.575	.757
	Katılmayanlar	1.380	.158
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.851
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.115	.897
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.575	.757
	Katılmayanlar	1.955*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	.115	.899
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.070*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.380	.158
	Katılanlar	-1.955*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-1.840*	.007
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.230	.878
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.851
	Katılanlar	-.115	.899
	Katılmayanlar	1.840*	.007
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>d. Günlük Yaşamda Aksama</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.000	1.000
	Katılanlar	-.805	.234
	Katılmayanlar	1.955*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380*	.014
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.000	1.000
	Katılanlar	-.805	.389
	Katılmayanlar	1.955*	.007
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380	.053
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.805	.234
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.389
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.628
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.955*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.955*	.007
	Katılanlar	-2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.335*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	1.380*	.014
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.053
	Katılanlar	.575	.628
	Katılmayanlar	3.335*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Test Sonuçları – Eğlence ve Sosyalleşme Olanakları</b>			
<i>a. Daha Çok Ziyaretçi</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.314
	Katılanlar	.230	.888
	Katılmayanlar	4.600*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.899
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.035	.314
	Katılanlar	-.805	.538
	Katılmayanlar	3.565*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265	.252
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.230	.888
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.538
	Katılmayanlar	4.370*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.855
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-4.600*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-3.565*	.000
	Katılanlar	-4.370*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-4.830*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.230	.899
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.252
	Katılanlar	.460	.855
	Katılmayanlar	4.830*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>b. Eğlence Olanakları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.653
	Katılanlar	-.230	.874
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.616
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.653
	Katılanlar	-.690	.339
	Katılmayanlar	2.300*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.124
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.230	.874
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.690	.339
	Katılmayanlar	2.990*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.851
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.760*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.300*	.000
	Katılanlar	-2.990*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.220*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.616
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.124
	Katılanlar	.230	.851
	Katılmayanlar	3.220*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			



<i>c. Sosyal Etkileşim Fırsatları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.121
	Katılanlar	-.805	.086
	Katılmayanlar	2.875*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.690	.179
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.920	.121
	Katılanlar	-1.725*	.000
	Katılmayanlar	1.955*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610*	.000
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.805	.086
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.000
	Katılmayanlar	3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.115	1.000
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.875*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.955*	.000
	Katılanlar	-3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.565*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.690	.179
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610*	.000
	Katılanlar	-.115	1.000
	Katılmayanlar	3.565*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>d. Yeni İnsanlarla Tanışma</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.090
	Katılanlar	-.345	.774
	Katılmayanlar	2.875*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.717
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.920	.090
	Katılanlar	-1.265*	.007
	Katılmayanlar	1.955*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380*	.006
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.345	.774
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265*	.007
	Katılmayanlar	3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	1.000
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.875*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.955*	.000
	Katılanlar	-3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.335*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.717
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380*	.006
	Katılanlar	.115	1.000
	Katılmayanlar	3.335*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>e. Paylaşılan Aile Deneyimleri</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.195
	Katılanlar	-.460	.501
	Katılmayanlar	3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.345	.748
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.920	.195
	Katılanlar	-1.380*	.005
	Katılmayanlar	2.300*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265*	.023
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.501
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380*	.005
	Katılmayanlar	3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.115	.896
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-3.220*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.300*	.000
	Katılanlar	-3.680*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.565*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.345	.748
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265*	.023
	Katılanlar	-.115	.896
	Katılmayanlar	3.565*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>f. Kültürel Deneyimler</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.92
	Katılanlar	-.575	.360
	Katılmayanlar	4.255*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.611
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.920	.092
	Katılanlar	-1.495*	.001
	Katılmayanlar	3.335*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380*	.004
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.575	.360
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.495*	.001
	Katılmayanlar	4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.115	.897
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-4.255*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-3.335*	.000
	Katılanlar	-4.830*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-4.715*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.611
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380*	.004
	Katılanlar	-.115	.897
	Katılmayanlar	4.715*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>g. Yerel Halktan Çeşitli Grupların Katılımı</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.748
	Katılanlar	.000	1.000
	Katılmayanlar	2.415*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.798
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.460	.748
	Katılanlar	-.460	.711
	Katılmayanlar	1.955*	.005
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.251
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.711
	Katılmayanlar	2.415*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.725
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.415*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.955*	.005
	Katılanlar	-2.415*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.875*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.798
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.251
	Katılanlar	.460	.725
	Katılmayanlar	2.875*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>h. Yakınları ve Akrabaları Ağırlama</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.333
	Katılanlar	-.230	.846
	Katılmayanlar	2.300*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.545
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.805	.333
	Katılanlar	-1.035	.088
	Katılmayanlar	1.495*	.018
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265*	.023
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.230	.846
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.088
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.852
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.300*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.495*	.018
	Katılanlar	-2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.760*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.545
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265*	.023
	Katılanlar	.230	.852
	Katılmayanlar	2.760*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Test Sonuçları – Toplumun Büyümesi ve Gelişimi</b>			
<b>a. Yeni Yetenekler Geliştirme</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.575	.641
	Katılanlar	-.690	.477
	Katılmayanlar	3.220*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.150	.052
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanılanlar-Hoşgörenler	-.575	.641
	Katılanlar	-1.265	.051
	Katılmayanlar	2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-1.725*	.002
Katılanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	.690	.477
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.051
	Katılmayanlar	3.910*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.666
Katılmayanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	-3.220*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-2.645*	.000
	Katılanlar	-3.910*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-4.370*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanılanlar-Hoşgörenler	1.150	.052
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.002
	Katılanlar	.460	.666
	Katılmayanlar	4.370*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>b. İş Olanakları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.453
	Katılanlar	.000	1.000
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.656
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.805	.453
	Katılanlar	-.805	.486
	Katılmayanlar	1.725*	.041
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380	.051
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.486
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.532
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.530*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.725*	.041
	Katılanlar	-2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.105*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.575	.656
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.051
	Katılanlar	.575	.532
	Katılmayanlar	3.105*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			



<i>c. Kaynak Yaratma Fırsatları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.795
	Katılanlar	-.575	.746
	Katılmayanlar	2.185*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265	.072
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.795
	Katılanlar	-1.035	.269
	Katılmayanlar	1.725*	.042
	Festival İçin Çalışanlar	-1.725*	.009
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.575	.746
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.269
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.690	.419
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.185*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.725*	.042
	Katılanlar	-2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-3.450*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	1.265	.072
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.725*	.009
	Katılanlar	.690	.419
	Katılmayanlar	3.450*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>d. Sanatsal Yetenekleri Sergileme Fırsatı</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.460	.858
	Katılanlar	-.460	.758
	Katılmayanlar	2.415*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.596
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.858
	Katılanlar	-.920	.422
	Katılmayanlar	1.955*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-1.035	.279
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.758
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.422
	Katılmayanlar	2.875*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	.896
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.415*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.955*	.002
	Katılanlar	-2.875*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.990*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.575	.596
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.279
	Katılanlar	.115	.896
	Katılmayanlar	2.990*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>e. Toplumun Alt Gruplarının Beraber Çalışması</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.137
	Katılanlar	-.230	.869
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.547
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.920	.137
	Katılanlar	-1.150*	.027
	Katılmayanlar	1.610*	.003
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380*	.005
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.230	.869
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150*	.027
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.826
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.530*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.610*	.003
	Katılanlar	-2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.990*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.460	.547
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380*	.005
	Katılanlar	.230	.826
	Katılmayanlar	2.990*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Test Sonuçları – Davranışsal Sonuçlar</b>			
<i>a. Vandalizm artışı</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.135
	Katılanlar	1.035	.329
	Katılmayanlar	2.300*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	.460	.790
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.380	.135
	Katılanlar	-.345	.864
	Katılmayanlar	.920	.555
	Festival İçin Çalışanlar	-.920	.543
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-1.035	.329
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.345	.864
	Katılmayanlar	1.265	.120
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.820
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.300*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-.920	.555
	Katılanlar	-1.265	.120
	Festival İçin Çalışanlar	-1.840*	.015
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.460	.790
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.920	.543
	Katılanlar	.575	.820
	Katılmayanlar	1.840*	.015
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>b. Kaba Davranışlar</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.035	.281
	Katılanlar	.460	.775
	Katılmayanlar	1.840*	.007
	Festival İçin Çalışanlar	.230	.894
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.035	.281
	Katılanlar	-.575	.693
	Katılmayanlar	.805	.669
	Festival İçin Çalışanlar	-.805	.480
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.460	.775
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.575	.693
	Katılmayanlar	1.380	.050
	Festival İçin Çalışanlar	-.230	.885
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.840*	.007
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-.805	.669
	Katılanlar	-1.380	.050
	Festival İçin Çalışanlar	-1.610*	.023
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.230	.894
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.480
	Katılanlar	.230	.885
	Katılmayanlar	1.610*	.023
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>Post Hoc Sonuçları – Diğer Etkiler</b>			
<i>a. Artan Alım-Satım</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.059
	Katılanlar	.115	.898
	Katılmayanlar	2.760*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	.000	1.000
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.265	.059
	Katılanlar	-1.150	.106
	Katılmayanlar	1.495*	.012
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265	.068
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.115	.898
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.150	.106
	Katılmayanlar	2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	.897
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.760*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.495*	.012
	Katılanlar	-2.645*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.760*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.068
	Katılanlar	.115	.897
	Katılmayanlar	2.760*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<b>b. Artan Ürün ve Hizmet Çeşitleri</b>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.499
	Katılanlar	.000	1.000
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.752
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanananlar-Hoşgörenler	-.805	.499
	Katılanlar	-.805	.377
	Katılmayanlar	1.725*	.010
	Festival İçin Çalışanlar	-1.265	.102
Katılanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.000	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	.805	.377
	Katılmayanlar	2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.801
Katılmayanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	-2.530*	.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-1.725*	.010
	Katılanlar	-2.530*	.000
	Festival İçin Çalışanlar	-2.990*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanananlar-Hoşgörenler	.460	.752
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.102
	Katılanlar	.460	.801
	Katılmayanlar	2.990*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

<i>c. Polis Sayısının Yeterliliği</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.840	.066
	Katılanlar	-.115	1.000
	Katılmayanlar	2.415*	.005
	Festival İçin Çalışanlar	-.575	.783
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.840	.066
	Katılanlar	-1.955*	.029
	Katılmayanlar	.575	.869
	Festival İçin Çalışanlar	-2.415*	.004
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.115	1.000
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.955*	.029
	Katılmayanlar	2.530*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-.460	.814
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.415*	.005
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-.575	.869
	Katılanlar	-2.530*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	-2.990*	.000
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	.575	.783
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	2.415*	.004
	Katılanlar	.460	.814
	Katılmayanlar	2.990*	.000
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			



<i>d. Artan Suç Oranları</i>			
<b>(I) KÜMELER</b>	<b>(J) KÜMELER</b>	<b>ORT. FARKI (I-J)</b>	<b>ANL.</b>
Katlananlar-Hoşgörenler	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.610	.121
	Katılanlar	.345	.880
	Katılmayanlar	2.415*	.001
	Festival İçin Çalışanlar	.230	.893
Ekonomik Olarak Bağlantılı	Katlanınlar-Hoşgörenler	-1.610	.121
	Katılanlar	-1.265	.240
	Katılmayanlar	.805	.611
	Festival İçin Çalışanlar	-1.380	.208
Katılanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.345	.880
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.265	.240
	Katılmayanlar	2.070*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-.115	1.000
Katılmayanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-2.415*	.001
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	-.805	.611
	Katılanlar	-2.070*	.002
	Festival İçin Çalışanlar	-2.185*	.002
Festival İçin Çalışanlar	Katlanınlar-Hoşgörenler	-.230	.893
	Ekonomik Olarak Bağlantılı	1.380	.208
	Katılanlar	.115	1.000
	Katılmayanlar	2.185*	.002
* Ortalama farkı %5 düzeyinde anlamlıdır			

## Ek 4: 47. Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali Organizasyon Şeması

### 47. ULUSLARARASI ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ 09-14 EKİM 2010 ORGANİZASYON ŞEMASI

Versiyon No: 31 Versiyon Tarihi : 12 Eylül 2010 Versiyon Saati: 14,31



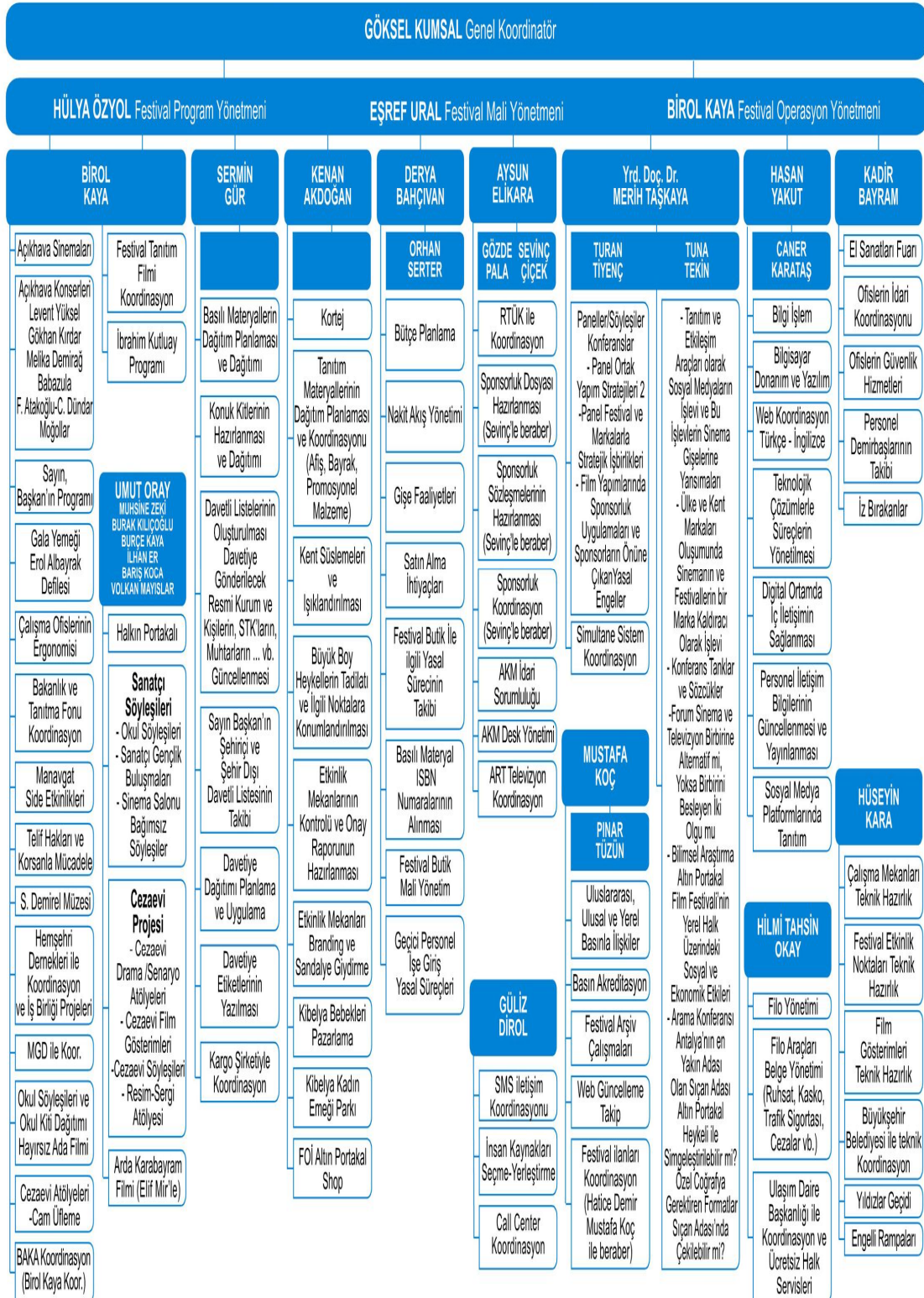
## Ek 5: 47. Uluslararası Antalya Altın Portakal Film Festivali Operasyon Şeması

# 47. ULUSLARARASI ANTALYA ALTIN PORTAKAL FİLM FESTİVALİ

## 09-14 EKİM 2010

### OPERASYON ŞEMASI

Versiyon No: 31    Versiyon Tarihi : 12 Eylül 2010    Versiyon Saati: 14,31



## Ö Z G E Ç M İ Ş

**Adı ve Soyadı** : Yakın EKİN  
**Doğum Tarihi ve Yeri** : 30.03.1978 / ANKARA  
**Medeni Durumu** : Bekâr

### Eğitim Durumu

**Mezun Olduğu Lise** :Antalya Anadolu Teknik Lisesi  
**Lisans Diploması** :Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü (İng.-Fr.)  
**Yüksek Lisans Diploması** :Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik A.B.D.  
**Tez Konusu** :Turizm Paydaşları Perspektifinden Turizm Gelişimi ve Destinasyon Rekabetçiliği: Antalya Örneği  
**Yabancı Dil / Diller** :İngilizce-Fransızca

### Bilimsel Faaliyetler

**Makale ve Bildiriler** :Alan, A., Ekin Y., (2008) What Are The Effects Of Dyadic Relationships On Organizational Commitment?, Tourism Analysis, Vol.12, No.1, s.103-113

Yılmaz Y., Yılmaz, Y., Tarcan İçigen E., Ekin Y., Demirel Utku B., (2009) Destination Image: A Comparative Study on Pre and Post Trip Image Variations, Journal of Hospitality Marketing and Management, Vol.18:5, s.461-479

Aksu A., Ekin Y., Akbulut A., Özkara E., (2003), Evaluating the Incentive Tourism Potential of Antalya Region – Turkey: A Research in Antalya Region, Volume 12, Issue 3 / 4, July – October 2003, s.377-344

Ekin Y., (2004), Tourism Development and Destination Competitiveness from the Perspectives of Tourism Stakeholders: The Case of Antalya Region in Turkey, ATLAS Annual Conference 2004, 04-06/04/2004, Naples, Italy.

Aktaş A., Ekin Y., (2003), The Importance and the Place of Faith (Religious) Tourism in the Alternative Tourism Resources of Turkey, ATLAS Religious Tourism Expert Meeting, Fatima, Portugal.

Ekin, Y. (2004), Turizm Paydaşları Perspektifinden Turizm Gelişimi ve Destinasyon Rekabetçiliği: Antalya Örneği, II.Lisansüstü Turizm Öğrencileri Kongresi, s.45-46, Gökçeada/Çanakkale, 2004

### **İş Deneyimi**

#### **Stajlar**

:Gökçe Club Armonia Hotel (2000), Martı Myra HV1 (1999)

#### **Çalıştığı Kurumlar**

:Napolite Souvenir (1995), Gökçe Club Armonia Hotel (2000), Martı Myra HV1 (1999,2001), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (2001-2011)

#### **Adres**

:Meltem Mah. Kartal Sit. C Blok D:20 07030 Antalya

#### **Tel. no**

:0-536-981 38 99