

Sivrihisar Geleneksel Dövme Sucuk Festivali Üzerine Bir İnceleme: Katılımcı Motivasyonları ve Turistik Deneyimleri

Banu Zencir^{1**} 

¹ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Şuhut Meslek Yüksekokulu, Afyonkarahisar, Türkiye, banuzincir26@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-7511-4932

Öz

Gastronomi turizm talebin artması dolayısıyla hem yerel yönetimler hem de turizm paydaşları bölgedeki gastronomik unsurları ortaya çıkararak, bu unsurların adlarıyla anılan festivaller düzenlemeye başlamışlardır. Farklı içeriklerden oluşan festivaller, topluma özgü geleneklerin yaşatılması ve kültürel unsurların gelecek nesillere aktarılması açısından da önemli bir yere sahiptir. Festivalere katılan kişiler gerek o bölgede yaşayanlardan gerekse ziyarete gelen turistlerden oluşabilmektedir. Ziyaretçilerin festivallere katılım motivasyonları ve elde ettikleri deneyimleri de birbirinden farklılık göstermektedir. Bu çalışmanın amacı ise gerçekleştirilen festivalin bölgeye gelen turistlerin, festival ile ilgili görüşlerini, memnuniyetlerini, motivasyon ve deneyimlerini ortaya koymaktır. Ayrıca festivalin bölgenin tanıtımı ve imajına olan katkısını belirtilmektedir. Bu amaçla 8. Geleneksel Dövme Sucuk Festivalini ziyaret eden 17 kişi, kolayda örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem verileri derinlemesine görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Toplanan veriler MAXQDA Analytics Pro nitel veri analizi programı aracılığıyla analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucu, festival katılımcılarının fiziksel, kişisel ve toplumsal ve kişiler arası motivasyonlarının orantılı olduğu tespit edilmiştir. MAXQDA kelime bulutuna göre de kültür ve tarih, eğlenceli, farklı lezzetler, yöresel, deneyimlemek, sosyalleşmek kelimeleri katılımcılar tarafından motivasyon kaynağı olarak gösterilmiştir. Katılımcıların festival sırasında en fazla deneyimledikleri eğlenme ve bilgilendirme olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Festival Motivasyonu, Festival Deneyimi, MAXQDA

An Analysis of the Sivrihisar Traditional Dövme Sucuk Festival: Participant Motivations and Tourist Experiences

Abstract

Due to the increasing demand for gastronomy tourism, both local governments and tourism stakeholders have started to organize festivals named after gastronomic elements in the region by revealing the gastronomic elements in the region. The festivals, which consist of different contents, have an important place in terms of keeping the traditions of the society alive and transferring cultural elements to future generations. Participants in festivals may be residents or visiting tourists, and their motivations for participating in festivals and the experiences they gain vary from one festival to another. The aim of this study is to reveal the opinions, satisfaction, motivation and experiences of the tourists coming to the region about the festival. It also aims to determine the contribution of the festival to the promotion and image of the region. For this purpose, 17 people who visited the 8th Traditional Dövme Sucuk Festival were selected as a convenience sample. Sample data were collected by in-depth interview method. The collected data were subjected to MAXQDA Analytics Pro qualitative data analysis program. The study found that the physical, personal, social and interpersonal motivation of the festival participants was proportional. According to the MAXQDA word cloud, the words culture and history, fun, different flavors, local, experiencing, socializing were shown as motivators by the participants. The most common experiences of the participants during the festival were having fun and being informed.

Keywords: Festival Motivation, Festival Experience, MAXQDA

önerilen atf/cite this article as

Zencir, B. (2025). Sivrihisar Geleneksel Dövme Sucuk Festivali Üzerine Bir İnceleme: Katılımcı Motivasyonları ve Turistik Deneyimleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 132-158.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: banuzincir26@hotmail.com

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 1, 2025
ss. 132-158

Gönderim : 22.07.2024
1. Düzeltme: 25.09.2024
2. Düzeltme: 20.10.2024
Kabul Tarihi: 10.01.2025

Research Article

Vol 9, No 1, 2025
pp. 132-158

Received : 22.07.2024
Revision1: 25.09.2024
Revision2: 20.10.2024
Accepted: 10.01.2025

GİRİŞ

Küreselleşme, yerel topluluklar arasında kimliklerin yok olacağı endişesini arttırmıştır. Bu nedenle festivaller yerel halkın kültürünü, tarihini, yöresel lezzetlerini ve el sanatlarını koruma olanağı sağlamıştır. Bu bağlamda kültür turizminin yaygın bir biçimi olan festivaller de turizmin en hızlı gelişen segmentlerinden biri haline gelmiştir (Getz, 2008; McKercher & Hilary, 2002). Festivaller, yerel halkın kültürel mirasını canlı tutmakla kalmayıp, aynı zamanda bölgeye gelen ziyaretçilere farklı bir deneyim sunarak turizmi canlandırmaktadır. Festivaller sayesinde turistler, yerel kültürün derinliklerine inme fırsatı bulurken, yöre halkı da kültürünü tanıtmaya, ekonomisini güçlendirme ve dış dünyayla etkileşim kurma şansına sahip olmaktadır. Bu bağlamda, festivaller hem kültür turizmini destekleyen hem de sürdürülebilir turizmi teşvik eden önemli bir unsur haline gelmiştir (Engelbrecht, Kruger & Saayman, 2014). Festivallerin yerel topluluklar üzerinde olumlu ekonomik etkileri olacağı gibi topluma (Chwe, 1998; Yolal, Çetinel & Uysal, 2009), grup/aile birlikteliği (Kim, Borges & Chon, 2006; Yolal, vd., 2009), sosyalleşme (Saayman & Saayman, 2009) kültürel iyileşme (Iwasaki, 2007) ve eğlence (Báez & Devesa, 2014) gibi olumlu sosyo-kültürel faydalar da sağlayabilir. Katılımcıların festivallerle ilgili olumlu deneyimleri de festivallerde artışa neden olmaktadır.

Festivaller destinasyonların bölge sakinleri ve ziyaretçiler nezdindeki imajını güçlendirmeye de yardımcı olmaktadır. Bu nedenle destinasyonları ve ilgi çekici yerlerini tanıtmak ve olumlu topluluk imajı oluşturmak için çok yararlı pazarlama araçlarıdır (Leone & Montanari, 2022). Festival organizatörleri, yerel yönetimler ve iş dünyası öncelikle festivallerin mali getirisiyle ilgilenmektedir. Ancak festivaller, yerel topluluklar ve turistler için sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik anlamda rahatlatma, eğlenme, paylaşımında bulunma ve daha dinamik, mutlu bir ruh haline sahip olma açısından da önem taşımaktadır (Li, Liu & Su, 2021).

Yöresel festivallerin en yaygını yöreye özgü lezzetlerin tanıtıldığı ve ikramların yapıldığı organizasyonlardır. Nesilden nesile aktarılan yemek kültürü toplumun sahip olduğu önemli miraslardan biridir. Son zamanlarda kültürel miraslara gösterilen ilginin artmasıyla beraber, farklı lezzet arayışına giren turist seyahatleri, yöresel ürün festivallerinin artmasına olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda sayısı giderek artan geleneksel ürün festivalleri, toplum dinamiklerinin kaynaşmasına büyük katkı sağlamaktadır (Qinn, 2009). Her yıl binlerce ziyaretçiyi festival alanlarına çeken, fiziksel, kişisel, toplumsal ve kişilerarası motivasyonlar, katılımcıların yerel kültürel değerleri doğrudan deneyimlediği özel alanlardır (Sert, 2017).

Çalışmanın genel amacı, festivalin gerçekleşmiş olduğu bölgeye gelen turistlerin, festival ile ilgili görüşlerini, memnuniyetlerini, motivasyon ve turistik deneyimlerini belirlemeye çalışmaktır. Ayrıca festivalin bölgenin tanıtımı ve imajına olan katkısını saptamaktır. Bu amaçla festival süresince bölgeye gelen turistlerle kısa görüşmeler yapılarak konuyla ilgili veriler toplanmıştır. Bulunan sonuçlarla, alan yazındaki boşluğun doldurulacağı ve elde edilen verilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı ve festival düzenleyicileri için yol gösterici olması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde, araştırma modelinde ele alınan değişkenler ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Öncelikle kültürel turizm, festival ve festival deneyimi ve motivasyonu kavramları ele alınmıştır. Sivrihisar Geleneksel Sucuk Festivali ile ilgili kuramsal bilgilere yer verilmiştir.

Kültürel Turizm

Kültür turizmi, bir yerin kendine özgü karakterini, insanlarını ve ürünlerini veya üretimlerini görmek veya deneyimlemek amacıyla yapılan boş zaman seyahatlerini içeren özel ilgi turizmi türüdür (Yasothornsrikul & Bowen, 2015). Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. 2023 ile 2028 yılları arasında %17,32'lik yıllık bileşik büyüme oranıyla kültür turizmi pazar büyüklüğünün 6,67 milyar ABD doları artacağı öngörülmektedir. Kültür turizmi pazarı, artan satın alınabilirlik, günlük rutinlerden uzaklaşma arzusu ve sektöre olan yüksek ekonomik katkısı gibi faktörlerin etkisiyle hızla büyüyerek hem ekonomik aktiviteyi desteklemekte hem de kültürel deneyimler aracılığıyla bireysel zenginleşmeye katkıda bulunmaktadır (UNWTO, 2023). Çeşitli destinasyonlardaki kültürel faaliyetler kültür turizmi şemsiyesi altına girmektedir: Bunlar sırasıyla, tarihi şehirlere, mimari alanlara, katedrallere ve savaş alanlarına turlar organize etmek; müzelere ve yöresel yemekleri tatmak için geziler düzenlemek; etnik mahalle turları, yerel müzik festivallerine ve kültürel performanslara seyahat yapmak; yerli köylere veya farklı kültürel manzaralara ziyaretleri kapsamaktadır (Richards, 2018). Kültür turizminin yaygın olarak kabul gören değerleri arasında kültürel kaynakların korunması ve muhafaza edilmesi yer almaktadır (Chiang, Wang, Lee & Chen, 2015).

Goeldner, Ritchie & Macintosh (2011), kitle turizmi öncelikle turistlerin eğlenmesine odaklanırken, kültür turizmi vurgusunun ziyaretçilerin öğrenmeye ve toplumun yaşamına katılmaya odaklanan dolaylı eğitim olduğunu savunmuştur. Kültür turizmi ziyaretçilerin kültür ve dil farklılıklarını, kıyafetlerini ve yaşam biçimlerini derinlemesine öğrenmelerini sağlayarak, seyahatleri öncesinde bekledikleri yeni deneyimleri elde etmelerine olanak sağlamaktadır (Csapo, 2012). Kültür turizmi aynı zamanda Çin'in Chengdu kentinde düzenlenen 22. Genel Kurul Toplantısında UNWTO'dan yeni bir operasyonel tanım alan turizm türlerinden biridir (UNWTO, 2023). Kültür turizmi, ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve soyut kültürel çekicilikleri/ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyetidir. Bu cazibe merkezleri/ürünler, sanat ve mimari, tarihi ve kültürel miras, mutfak mirası, edebiyat, müzik, yaratıcı endüstriler, yaşam tarzları, değer sistemleri, inançları ve gelenekleriyle yaşayan kültürleri kapsayan bir toplumun ayırt edici maddi, entelektüel, manevi duygusal özellikleriyle ilgilidir (Jackson, 2006). Bu yüzden turistler, diğer insanların kültürlerini, geleneklerini ve doğal güzelliklerini tanımak için dünyanın dört bir yanındaki cazip destinasyonlara seyahat ederler. Kültür, kültürel kimlik ve kültürel miras bu destinasyonların çekiciliğini artırır ve yeni turist akışları ile pazar ve niş alanların kazanılmasında büyük önem taşır (Filipova, 2010).

Festival Kavramı

Festival, genellikle bir toplum tarafından kutlanan ve o toplumun bazı özelliklerine odaklanan halka açık bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır (Picard & Robinson, 2006). Festivaller ve özel etkinlikler, dünya turizminde en hızlı büyüyen aktivitelerden biridir (Getz, 1991, Hall & Sharples, 2003; Park, Reisinger & Kang, 2008). Festivaller aynı zamanda kültürü kutlamanın, kültürel bir varlığı öne çıkarmanın veya yılın bir mevsimini veya zamanını kutlamanın bir yoludur (Getz, 1991; Kim, Uysal & Chen, 2001). Festivaller için çok özel bir durumun olmasına gerek yoktur istenilen herhangi bir kent ya da kasabaya ait somut ya da somut olmayan unsurlar yerel idareler tarafından birer festival unsuruna dönüştürülmekte ve adına festival tertiplenmeye çalışılmaktadır (Richards, 2001:244). Bu unsurlar yerel halkı yansıttığı için festivallerin merkezinde yerel halkın tarihi ve kültürel değerlerini yansıtan toplum temelli etkinlikler olduğu ifade edilmektedir (De Bres & Davis, 2001:329; Getz, 2010:2).

Festivaller ve turizm arasındaki yakın bağlantı nedeniyle, festivaller giderek genişleyen turizm endüstrisinin oldukça gelişmiş bölümleri haline gelmiştir. Festivaller, destinasyon imajını şekillendirmek ve festivallerin düzenlendiği bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek için kullanılabilir (Geus, Richards & Toepoel, 2015). Festivaller aracılığıyla bölgelerin canlılığı artarak destinasyonlar popüler hale gelmektedir. Her yıl düzenlenen festivaller, turistlerin motivasyonunu artırmakta, turizm hareketinin ivme kazanmasına yol açmakta, bölgedeki konaklama işletmelerinin doluluk oranlarını artırmakta, istihdam yaratmakta, turizm işletmelerini etkileyerek sektörü yıl boyunca canlı tutmakta ve ülkenin uluslararası düzeyde tanıtımına büyük katkı sağlamaktadır (Esu & Arrey, 2009; Dalgın, Atak & Çeken, 2016; Özgürel, Alkan & Ok, 2018).

Festival turizmi endüstrisinin hızla büyümesi nedeniyle rekabetin yoğun olması ve homojen festival ürünleri, festival işletmecilerinin kafasını karıştıran sorunların başında gelmektedir. Yapılan araştırmalar, ulaşım (park ve trafik), verimsiz atık yönetimi (çöp toplama, geri dönüşüm, tuvaletlerin sağlanması) ve gürültü kirliliği gibi faktörlerin çevre kirliliğini daha da artırdığına işaret eden olaylara dikkat çekilir (Cudny, 2013). Zou, Fang, Jian & Qing (2021)'de festival organizasyonlarının sürdürülebilirlik ve çevre dostu olma yönünü araştırmıştır. Çalışmaları, sürdürülebilir uygulamaları bütünleştiren festivallerin olumsuz çevresel etkileri önemli ölçüde azaltabileceğini ve hatta çevreye duyarlı davranışlara değer veren turistleri çekerek olumlu bir imaj yaratabileceğini vurgulamıştır. Bu nedenle, festivallerin sürdürülebilir yönetimiyle pazar konumunun güçlenmesi ve rekabet avantajı elde edilmesinin ne kadar önemli olduğu giderek daha iyi anlaşılır (Włodarczyk, 2009). Goldblatt 2002; Getz 1997 & Hall, 1992 çalışmasında da festival organizatörlerinin festivallerin sosyal etkilerine daha fazla dikkat edilmesi gerektiğini savunmaktadırlar.

Festival turizminin karakteristik özellikleri incelendiğinde; İlk olarak festival turizmi, ev sahibi bölgenin yerel kültürü, gelenekleri ve coğrafi özellikleri ile derinden bağlantılıdır ve bu nedenle her festival, bulunduğu yerin karakteristik özelliklerini yansıtarak benzersiz hale gelir. İkinci olarak festival turizmi geleneksel turizmden farklı

olarak daha dinamik ve katılımcı bir deneyim sunar. Ziyaretçilerin sadece pasif bir şekilde izlemek yerine etkinliklere aktif olarak katılması, festivallerin cazibesini artıran önemli bir faktördür. Üçüncü olarak festival turizmi, çok boyutlu bir yapı sunar ve yalnızca yerel festivallerin kutlanmasıyla sınırlı kalmaz, aynı zamanda geniş bir yelpazede içerik ve organizasyon gerektirir. Konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, el sanatları ve eğlence sektörlerini canlandırarak bu endüstrilerin büyümesine yol açar. Bu tür turizm etkinlikleri, bir bölgenin tanıtımını yaparken, bölgeye daha fazla yatırım çekebilir ve ekonomik büyümeyi destekleyebilir. Dördüncü özellik ise festival turizmi, farklı temalar ve boyutlar taşıdığı için her zaman benzersiz ve dikkat çekici bir etki yaratır (Congcong, 2014). Bu bağlamda festival etkinlikleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde sıklıkla festival ziyaretçilerinin deneyimlerine ve motivasyonlarına (Geus vd., 2015; Nordvall, Petterson, Svensson, Brown & 2014; Papadimitriou, 2013; Robinson & Clifford, 2012; Van Winkle & Bueddefeld, 2016) odaklanıldığı görülmektedir.

Festival Motivasyon

Festivaller sosyal, kültürel ve ekonomik faydaları bireyleri farklı motivasyonlarla ya da başka bir deyişle farklı amaçlarla festivalleri takip etmeye yönlendirmektedir. Bu motivasyonlar, eğlence arayışından kültürel deneyim kazanmaya, sosyalleşme ihtiyacından yeni yerler keşfetmeye kadar çeşitlilik göstermektedir (Rızaoğlu, 2012: 57-67). Turistlerin motivasyonları genellikle farklılık gösterir ve bu farklılıklar hem bireysel hem de toplumsal düzeyde gözlemlenebilir. Bireysel düzeyde, katılımcının birkaç farklı ihtiyacı olabilir ve bir etkinliğe katılımıyla bu ihtiyaçlarını karşılamayı arzulayabilir. Örneğin, aile ile iletişim veya kültürel çeşitlilik söz konusu olabilir. Toplumsal düzeyde ise, farklı katılımcılar aynı paketin unsurlarına uyum sağlar ve kendi deneyimlerinden farklı faydalar sağlar. Örneğin; bir kişi için yerel bir yemeği yemek, kültürel bir geleneği deneyimlemek anlamına gelirken, bir başkası için etkileşimde bulunduğu gruplar içinde ya da arasında sosyalleşmek anlamına gelebilir (Crompton & McKay, 1997: 426).

Turizm literatüründe etkinliklere katılım motivasyonları hakkında uluslararası ve ulusal birçok çalışma yapılmıştır (Chang & Yuan, 2011; Crompton & McKay, 1997; Formica & Murrmann, 1998; Uysal, Gahan & Martin, 1993; Yuan, Cai, Morrison, & Linton 2005). Mutlu, Avcıkurt & Filiz (2020)'nin çalışmasıyla benzer şekilde fiziksel motivasyon, kişisel motivasyon, toplumsal ve kişiler arası motivasyon ile festival deneyimi şeklinde üç kategori altında toplanmıştır. Uysal, Gahan, & Martin (1993) çalışmasında Güney Carolina'da Traveller's Rest County Mısır Festivali katılımcı motivasyonunu kaçış, heyecan, yenilikçi etkinlik, sosyalleşme, aile birlikteliği olarak tanımlamıştır. Crompton & McKay (1997) çalışmasında Fiesta San Antonio, Teksas'ta düzenlenen festivalin katılımcı motivasyonunu keşif, yenilik, dengeyi kurtarma, bilinen-grup sosyalleşmesi, dış etkileşim olarak ifade etmiştir. Kim, Uysal & Chen (2001) çalışmasında Commonwealth of Virginia etkinliği kapsamında katılımcı motivasyonlarını sosyal/eğlence, etkinlik yenilikçiliği, kaçış, aile birlikteliği, merak olarak belirtmişlerdir. Zyl & Botha (2004) çalışmasında Aardklop Ulusal Sanat

Festivali motivasyon şekillerini yenilikçilik, toplum gururu, sosyalleşme, kaçış, öz-saygı; bilgi ve pazarlama, yiyecek ve içecek, eğlence, ulaşım olarak kategorileştirmiştir.

Yeni ve farklı deneyimler edinmek isteyen etkinlik turizmi katılımcıları heyecan, macera, sürprizler yaşamak ve stres düzeylerini en aza indirmek için motive olurlar. Aynı zamanda sosyalleşme, çevredeki insanlar arasında saygı duyulan bir figür olma isteği, fiziksel ve zihinsel olarak günlük hayatın stresinden uzaklaşma ve yenilenme arzusu, yeni bilgiler edinme ve kişinin entelektüel/ruhsal kapsamını geliştirme arzusu, akrabalık ilişkileri ve aile ile bir araya gelme çocukluk veya ergenlik anılarını çağrıştıran davranışların izini sürme arzusudur (Crompton & McKay, 1997:426).

Festival deneyimi

Festival deneyimi, bireylerin sıradan yaşamın dışına çıkıp belirli bir tema veya topluluğa ait olma hissi yaşamasını sağlar (Jackson, 2006). Yaşanan bu his insanların farklı kültürleri deneyimleme, yeni yerler keşfetme ve günlük hayatın stresinden uzaklaşma isteklerini yansıtmaktadır. Festivaller, bu talebi karşılayarak yerel kültürleri tanıma, topluluklarla etkileşime girme ve unutulmaz deneyimler yaşama imkânı sunmaktadır. Ayrıca, festivaller turizme katkı sağlayarak destinasyonların ekonomik büyümesini desteklemekte ve yerel işletmelere yeni fırsatlar sunmaktadır (Van Vliet, 2012). Ancak bu büyüme aynı zamanda festival organizasyonları üzerinde ayırt edici olma ve Finkel'in (2004) "McFestivalisation" ya da festivallerin "aşırı aynışması" (Leenders, Van Telgen, Gemser & Van der Wurff, 2005) olarak adlandırdığı durumdan kaçınma baskısı yaratmaktadır. Getz'e (1997) göre, algılanan otantik bir deneyim, turistlerin bir destinasyondaki ürün veya hizmetten memnuniyetini artırabilir. Etkinlik deneyimlerine ilişkin içgörüler, festivallerin amaçlanan hedef kitlelerine daha iyi hizmet etmelerine yardımcı olabilir (Jackson, 2006; Lee, Petrick & Crompton, 2007).

Festival ziyaretçilerinin öznel deneyimleri, bir festivalin ambiyansını ve hissini, sunulan programdan daha fazla önemsedikleri belirtilmiştir (Kooistra, 2011). Bu durum, festival yöneticilerinin yalnızca festivalin temasına güvenmekle kalmayıp (Gelder & Robinson, 2009), aynı zamanda ziyaretçilerin deneyimlerini anlamının festival tasarımı ve programlamasını iyileştirebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla ziyaretçilerin festival için yaptığı masraf, etkinliğe ulaşmak için içerisine girdiği hareketlerin butünü ve etkinlik sırasında harcayacağı paranın, deneyimlenecek etkinliğe değer olup olmadığı etkinliğin değerini belirleyecektir (Driscoll, Lawson & Niven, 1994: 504).

Kim (2013) festival deneyimlerini dışsal ve içsel festival deneyimleri olarak ikiye ayırmaktadır. Dışsal festival deneyimi bilişsel boyutla ilgiliyken (Akyıldız ve Argan, 2010a; Tung & Ritchie, 2011; Kim, 2013), içsel festival deneyimi duygusal boyutla ilgilidir (Kaplanidou & Vogt, 2010; Akyıldız, Argan, Argan & Sevil, 2013; Lee, Fu & Chang, 2015). Geus, Richards & Toepoel, (2016) tarafından geliştirilen festival deneyimi ölçeği ise dört boyuttan oluşmaktadır: duygusal katılım, bilişsel katılım, fiziksel katılım ve yenilik deneyimi. Lee, Fu & Chang (2015) Tayvan'daki bir dini

festivalde iki boyut tespit etmiştir: duygusal deneyim (huzur, umut vb. bulmak) ve özgünlük deneyimi (dini ve manevi deneyimin tadını çıkarmak. Papadimitriou (2013) Yunanistan'daki bir festival için sadece bir boyuta odaklanmıştır: yeni insanlarla tanışma ve eğlence fırsatı. De Rojas ve Camarero (2008) çalışmasında festival deneyimini kültür, eğitim ve sosyal etkileşim olarak değerlendirmiştir. Yukarıdaki alan yazın doğrultusunda, katılımcı motivasyon ve turistin deneyim algısını belirleyecek olan faktörleri çok boyutlu ele almak, turistin destinasyon seçimini yönetmek, etkinlik memnuniyeti ve sonrasındaki davranışlarını belirlemede büyük önem arz etmektedir (Correia, Valle & Moço, 2007).

Sivrihisar Geleneksel Sucuk Festivali

Kültürel turizm kapsamında destekleyici ürün olarak kabul edilen ve kırsal turizmin canlanmasını sağlayan geleneksel dövmeye sucuk festivali kış aylarında Sivrihisar ilçesinin en büyük destekçisidir. Bu konuda Sivrihisar Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler müdürü ile yaptığımız görüşmede; *"Sivrihisar bölgesiyle özdeşleşmiş olan dövmeye sucuğun tüm Dünya'ya duyurumunu sağlamak için öncelik sucuğun coğrafi işaret alması ve bu süreç tamamlandı. Bu ürün bir festival eşliğinde kamuoyuna duyuruldu. Sivrihisar'ın dövmeye sucuğunu diğer sucuklardan ayıran en önemli özelliği geleneksel usullerle yapılış tarzı ve yapıldığı karkas etin zırhladıktan sonra dövmeye tekniğiyle toparlayıp yöreye özgü baharatlarla birleştirilmesidir. Örneğin Afyon'un sucuk yapımındaki özelliği kemikte kalan eti sıyrarak sucuk yapılmasıdır. Sucuk festivalinin kış aylarında yapılmasının sebebinin yöreye kış aylarında sıcak para girişini sağlamak, ürün tanıtımı ve aileleriyle birlikte Uludağ, Ilgaz, Kartal kaya gibi kayak merkezlerine gidemeyen tatilcilerin çocuklarıyla birlikte vakit geçirebilecekleri çekicilik alanları oluşturabilmektir. Diğer festivallerle farkı Sivrihisar'da ikamet etmeyen hiç kimseye stant açma izni verilmemesidir. Sunulan ürün tanıtım stantlarından ve katılımcılardan ücret alınmıyor."*

Eskişehir'in Sivrihisar ilçesinde bölgenin coğrafi işaret tescilli lezzeti "Sivrihisar dövmeye sucuğu" adına bu yıl sekizincisi düzenlenmiş olan festival öncesinde ilçedeki kasaplarda sucuk yapımı sürerken, kesimin ardından 24 saat dinlendirilen dana eti kemikten ayrıştırılarak satırla zırhlıyor. Daha sonra sarımsak, kimyon, acı biber, tatlı biber, tuz, çemen ve karabiber eklenen et, elle yoğruluyor. Baharat ve etin birleşmesiyle hazırlanan karışım, 24 saat boyunca dinlendiriliyor. Büyükbaş hayvan bağırsağına doldurulan dinlendirilmiş karışım, yaklaşık 3 gün boyunca kurutulduktan sonra tüketime hazır hale getiriliyor. Her yıl şubat ayında Sivrihisar Belediyesi tarafından gerçekleştirilen "Sivrihisar Geleneksel Dövmeye Sucuk Festivali" kapsamında ilçenin ünlü lezzeti vatandaşlara sunuluyor. 2024 yılı için 28 Ocak Pazar günü gerçekleştirilen festival öncesinde de kasaplarda hummalı bir çalışma yürütüldüğü gözlemlenmiştir. İlçedeki 15 kasap, festivalde vatandaşlara dövmeye sucuğu ikram etmek için üretim tesislerini hazır hale getirir. Sivrihisar Belediye Başkanı Yüzügüllü, dövmeye sucuğun Sivrihisar'ın önemli lezzetlerinden biri olduğunu belirterek, bu meşhur tadı geleceğe taşımak ve tüm dünyaya tanıtmak amacıyla bir festival düzenlediklerini açıklamıştır. Festival için ilçe işletmelerinde 8 ton sucuk hazırladıklarını, festivale katılımın her sene artarak devam ettiğini 2024 yılı

kapsamında tahmini 200-350 bin kişiye yakın katılım gerçekleştirilmiş olduğunu 25 metre karelik sac tavada 500 kilo ve 3500 yumurtanın kırıldığı devasa sucuklu yumurtanın Türkiye'nin dört bir tarafından gelen katılımcılara ikram edildiğini ifade etmiştir (Tourism journal, 2023).

Festival kapsamında düzenlenecek etkinlikler arasında dövme sucuk yarışmaları, yöresel lezzet tanıtımları, konserler ve çeşitli atölye çalışmaları yer almış olup, festivalin coğrafi işaretli dövme sucuğunu tanıtmak amacıyla çeşitli özel tadım etkinlikleri düzenlenmiştir. Organizasyon, bölge turizmine katkı sağlaması ve geleneksel lezzetleri yaşatma misyonu açısından büyük önem arz etmektedir. Sivrihisar Geleneksel Dövme Sucuk Festivali, her yıl olduğu gibi bu sene de lezzet tutkunları ve gastronomi severleri Sivrihisar'da buluşturarak bölgenin kültürel zenginliklerini geniş kitlelere tanıtmaya fırsatı sunmuştur. 28 Ocak'ta düzenlenmiş olan festival, renkli etkinlikleriyle, lezzet şöleniyle ve coğrafi işaretli dövme sucuğunun eşsiz tadıyla katılımcılara unutulmaz bir gün yaşatmıştır.

YÖNTEM

Araştırmada katılımcıların motivasyonlarını ve festival deneyimlerini derinlemesine anlamak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden *örnek olay (case study)* incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Örnek olay incelemesi, araştırmacının daha genel bir kavrayış, ilke veya teoriyi açıklamak amacıyla belirli bir olay, süreç, mekân veya topluluğu ayrıntılı, kapsamlı, belirli bir yer ve zaman dilimi çerçevesinde tanımlayıp analiz ettiği bir yöntemdir (Creswell 1994; Yin, 2014). Bu yöntem, festival gibi belirli bir bağlamda gerçekleşen olayları incelemek ve katılımcı motivasyonlarını derinlemesine anlamak için uygun bir araştırma stratejisi olarak kabul edilmektedir. Bu araştırma nitel bir araştırma olup araştırmanın amacı kapsamında veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma 29 Şubat 2024 tarihinde Sivrihisar'da gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın evrenini, Eskişehir'in Sivrihisar ilçesinde 29 Şubat 2024 tarihinde 8'incisi gerçekleşen Geleneksel Dövme Sucuk festivaline katılan yaklaşık 10 bin üzeri ziyaretçi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu evrenden seçilen 17 festival ziyaretçisi oluşturmaktadır. Festivale katılanlar arasından araştırma kapsamında katılımcı olarak gönüllü olan kişilere yer verilmiştir. Katılımcıların sorulara benzer cevaplar vermesi, cevapların tekrar etmesi ve toplanan verilerin kalitesinin (Kozak, 2021:103) yeterli görülmesi nedeniyle toplam katılımcı sayısı 17 kişide sonlandırılmıştır. Katılımcılardan etik ilkeler doğrultusunda ses kaydı için izin istenmiştir. Katılımcıların izin vermesi ile alınan cevaplar ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Katılımcılara, bu kayıtların amacı dışında herhangi bir şekilde deşifre edilmeyeceği açıklaması yapılmıştır. Ses kaydına izin vermeyen katılımcı olmamıştır.

Görüşmelere rehberlik etmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Soruların ilk formu literatüre dayalı olarak oluşturulmuştur. Üç uzman görüş (Akademisyen, Rehber ve festival organizatörü) ve 2 katılımcıya yapılan pilot çalışma sonrası gerçekleştirilen kapsam geçerliği çalışmaları bazı maddelerin çıkarılması, düzeltilmesi ve yeni maddeler eklenmesi ile tamamlanmıştır. Nitel araştırmalarda

incelenen olaya ilişkin problem durumunun soru cümlesine dönüştürülmesi söz konusudur (Baltacı, 2019). Problem durumu, kavramsal çerçeveye belirlenen sınırlar içinde yapılandırılmış olup, bu çerçevede incelenen olaya yönelik sorular hazırlanmıştır (Patton, 1990; Sandelowski, 1986). Araştırmanın problemine göre, kuramsal çerçeve doğrultusunda araştırma soruları sıralı olarak oluşturulmuş ve nihai açık uçlu sorular aşağıda sunulmuştur.

Araştırma soruları, Ziakas & Boukas (2013) ile Welman & Kruger (1999) çalışmalarından uyarlanmıştır. Bu sorular, katılımcıların festivale yönelik motivasyonlarını, yaşadıkları deneyimleri, duygularını, inançlarını ve kanaatlerini anlamaya yönelik olarak hazırlanmıştır. Buna göre sekiz adet soru araştırma kapsamında kullanılmıştır. Sorular, bilinçli olarak katılımcıların festivalde yaşadıkları deneyimleri anlatmalarını teşvik edici şekilde soruldu.

- Geleneksel Sivrihisar Dövmeye Sucuk Festivali'ni hangi kaynaktan duydunuz?
- Geleneksel Sivrihisar Dövmeye Sucuk Festivali'ne hangi ilden katılıyorsunuz?
- Festivale geliş motivasyonunuz nedir?
- Geleneksel Sivrihisar Dövmeye Sucuk Festivali sırasında deneyimleriniz nelerdir?
- Sizde festival alanı, erişilebilirlik ve festivalde sunulanlar yeterli midir?
- Festivalde sunulan sucuk lezzeti ve fiyatı ile piyasada satışa çıkan sucuk fiyatlarını değerlendirebilir misiniz?
- Katılım sağladığınız sucuk festivali çevrenize tavsiye eder misiniz?
- Önümüzdeki yıllarda festivale katılım sağlamayı düşünür müsünüz?

Araştırmanın inandırıcılığı arttırmaya yönelik olarak uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesi yöntemlerine (Holloway & Wheeler, 1996) başvurulmuştur. Araştırmacılar katılımcıların verdikleri cevapları yanlış yorumlamamak için katılımcılara teyit etmek amacıyla "... mı/mi-mu/mu, demek istiyorsunuz?" şeklinde sorular yöneltilmiştir. Teyit mekanizması, ulaşılan sonuçların gerçeği yansıtmada yeterli olup olmadığını anlamada yardımcı olabilir (Yıldırım & Şimşek, 2013). Ayrıca çalışmada iç güvenilirliği sağlamak için sık sık katılımcıların görüşlerini anlatan doğrudan alıntılara yer verilmiştir (Stelter, Sparkes & Hunger, 2003; Yıldırım & Şimşek, 2013) Nitel çalışmalarda bulgular, araştırmacıların görüşlerini yerine katılımcıların görüşlerini içermelidir (Lincoln & Guba, 1986). Bu şekilde çalışmanın denetlenebilirliği ve aktarılabilirliği sağlanmıştır.

BULGULAR

Sivrihisar Geleneksel Dövmeye Sucuk Festivali üzerine yapılan çalışmada, katılımcıların motivasyonları ve turistik deneyimlerine yönelik gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler MAXQDA yöntemiyle analiz edilmiş ve araştırma bulgularına tüm detayları ile yer verilmiştir. Araştırma konusuna uygun olarak belirtilen kod sistemine ve kod sisteminde yer alan temalara ilişkin ayrıntılı açıklamalar sunulmuştur. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada bulgular betimsel analize tabi tutulmuş; bu doğrultuda kelime frekans analizi, kelime bulutu, kod-alt kod-bölümler modeli ve alt kodların istatistiği analizleri yapılmış ve yorumlanmıştır. Çalışmaya katılan kişilerden elde edilmiş olan demografik veriler incelendiğinde Tablo 1'de yer

alan verilere ulaşılmıştır. Her bir katılımcıya K1, K2, K3 ... K17 şeklinde kodlar verilmiştir. Katılımcıların ifadelerine yer verilirken de bu kodlardan yararlanılmıştır.

Tablo 1. Festival Katılımcılarına Ait Demografik Veriler

Katılımcı	Cinsiyet	İkamet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek
K1	Kadın	Eskişehir	70	Öğretmen Okulu	Öğretmen
K2	Kadın	Eskişehir	30	Lisans	Öğrenci
K3	Erkek	Eskişehir	50	Lisans	Ticaret
K4	Erkek	Polatlı	67	Orta Öğretim	Çiftçi/emekli
K5	Kadın	Afyon	22	Üniversite	Öğrenci
K6	Erkek	İstanbul	28	Ön lisans	Serbest meslek
K7	Kadın	Kütahya	47	Lisans	Memur
K8	Kadın	Kocaeli	45	Lisans	Öğretmen
K9	Erkek	Polatlı	43	Ön Lisans	Serbest Meslek
K10	Kadın	Eskişehir	23	Lisans	Öğrenci
K11	Erkek	Eskişehir	24	Lisans	Öğrenci
K12	Kadın	Bilecik	36	Lise	Ev hanımı
K13	Erkek	Bozüyük	28	Lise	Sanayici
K14	Kadın	Ankara	29	Lisans	Mühendis
K15	Erkek	Eskişehir	23	Lisans	Öğrenci
K16	Kadın	Adıyaman	44	Lise	Ev hanımı
K17	Kadın	Kütahya	33	Lisans	Mühendis

Tablo 2’de araştırmaya katılan erkek katılımcıların festival duyumunu en çok arkadaş çevrelerinden (f=5) edindikleri, kadın katılımcıların ise en çok sosyal medya (f=8) aracılığıyla duyum sağladıkları saptanmıştır. Tablo 2’de katılımcıların festival duyumlarına göre kanalların dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Festival Duyumu Sağladıkları Kanalların Dağılımı

Festivalin Duyumu	Kadın	Erkek	Toplam
Yerel Kanallar		1	1
Afiş/Broşür	2		2
Arkadaş Çevrem	3	5	8
Bilboard	3	3	6
Sosyal Medya	8	4	12
Toplam	16	13	29

“Festivallere katılmayı seviyorum, eğlenceli insanların bir arada olması insanı mutlu hissettiriyor. Aynı zamanda bölgede yaşayan akrabalarımızı da ziyaret etmiş olduk. Dövmeye sucuğu çok övüyorlardı onu merak edip yemek için geldim.” K2

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Kişisel Motivasyon

“Sivrihisar’a daha önce hiç gelmemiştim burada kültürel faaliyetlere katılmak örneğin Kilim müzesinde kısada da olsa halı dokudum.” K5

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Kişisel Motivasyon

“Sivrihisar’ın tarihi ve turistik mekanlarını (ulu cami, kilise, Nasrettin Hoca evi, açık hava müzesi, Zaimoğlu konağı) gezerek kültürel olarak farklı bilgiler öğrenmek” K4

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Kişisel Motivasyon

“.....Eşim festivallere katılmayı seviyor, eğlenceli insanların bir arada olması festivallere katılmamız için motivasyon kaynağı oluyor.” K7

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Fiziksel Motivasyon

“...ekonomik olumsuzluklar ve yoğun iş hayatı nedeniyle birbirimize vakit ayıramıyoruz. Bu festivallerde aile bireylerimizle hoş vakit geçiriyoruz” K14

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Fiziksel Motivasyon

“...insanlarla iletişim kurmak, aynı zamanda bölgede çekilen bir dizinin oluşu ilçeyi bizim için cazip bir turizm destinasyonu haline getirmiştir.” K8

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Toplumsal ve Kişiler Arası Motivasyon

“Sivrihisarlıyız fakat Bilecik’ten geldik. Kültürümüzü, geleneğimizi, yöresel lezzetlerimizi yerinde görmek öğrenmek, kültürel mirasımıza sahip çıkmak, ilçemizle övünmek yapılanlarla gurur duymak ...” K12

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Toplumsal ve Kişiler Arası Motivasyon

“.....Bu tarz festivallerin yıllardan beri yapılması gerektiğini düşünüyorum. Gelenek ve görenek yapımızın bu festivallerle diğer katılımcılara tanıtılması gerektiğini kendim içinde burada yaşadığım anılarımı tazelemek, görüşmediğim hısımlar ve akrabalarımı görmek onlarla hasbihal etmek...” K3

Kod: ● Festivale Geliş Motivasyonu> Toplumsal ve Kişiler Arası Motivasyon

Katılımcıların festival sırasında deneyimlerine ait dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 5’te gösterilmiştir.

"Festival sırasında gastronomik açıdan coğrafi işarete sahip dövme sucuğun katılımcılara tanıtılması." K1

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Bilgilenme

"Bölgeye özgü, coğrafi işarete sahip geleneksel ev ürünleri yapan kadınların ürünleri yaparken ki el marifetlerini gözlemledim... festival alanında birçok lezzetli ürünü deneme fırsatı sağladı. Aynı zamanda farklı sanatçıların festival süresince bu heyecana katkı sağladıklarını deneyimledim" K2

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Bilgilenme> Farklılık> Eğlenme

"...tarihi ve turistik bir ortamda Sivrihisar'ın tüm güzelliklerini yansıtıyordu." K5

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Farklılık

"Genel olarak yoğun, kalabalık ve stresli bir trafiğe rağmen o gün eğlenmeye istekli bir sürü insan ile konserleri ve çeşitli gösterilerini izledik." K7

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Mutluluk> Eğlenme

"Küçük bir ilçe olmasına karşın Sivrihisar yerel yönetiminin oldukça kapsamlı ses getirecek bir festival yapabildiklerine tanık oldum. İlçede aslında ne kadar çok potansiyel olduğunu ortaya çıkarmış oldular bu anlamda emeği geçen herkes ile gurur duydum ilçenin gizli kalmış turizm potansiyeli bu şekilde tüm ülkeye aynı zaman da yurt dışına duyurulmuş oldu." K8

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Gurur> Gelişim

"Eskişehir'in tarihi ve turistik açıdan zenginliklere sahip olan Sivrihisar ilçesinin kültürel değerlerini, geleneksel yemeklerinin ön plana çıkması ve tanıtılması bizleri çok mutlu etti." K10

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Mutluluk

"Birbirinden lezzetli yöresel ürünlerin (kelem dolması, yaprak sarması, haşhaşlı, gözleme, su böreği, Sivrihisar baklavası...) deneyimleme fırsatı yakaladık." K4

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Bilgilenme

"Festival kapsamında yapılan sihirbazlık gösterisi ve sanatçıların şarkılarıyla heyecan ve coşku yaşadık güzel vakit geçirdik, eğlendik. Emeği geçen herkese teşekkürler. İnsanın günlük hayatı dışında farklı bir aktivite gerçekleştirilmesi büyük mutluluk "K6

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Heyecan> Mutluluk> Eğlenme> Farklılık

"Sivrihisar'ı daha iyi tanımak, tarihini kültürünü" daha yakından bilmek için katıldım." K9

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Bilgilenme

"...İlçenin bilmediğim nice güzelliğine şahit oldum, kültürel mirasına tanıklık ettim (kilim müzesi, el sanatları) yöresel yemekleri tanıma fırsatımız oldu." k11

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Bilgilenme

"...İnsanın günlük yaşamı dışında birçok farklı aktiviteyi gerçekleştirdiği çok renkli bir ortam." K13

Kod: ● Festival Sırasındaki Deneyimler> Farklılık

Katılımcıların festival alanına erişilebilirliğine ilişkin dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Festival Alanına Erişilebilirliğine İlişkin Yoğunluk Dağılım Tablosu

Festival Alanına Erişilebilirlik	Kadın	Erkek	Toplam
- Yetersiz Teknik Altyapı		7	7
Festival Alanının Atmosferi			0
- Olumsuz Atmosfer		1	1
- Olumlu Atmosfer	2		2
- Olumsuz Festival Alanındaki Yerleşim Düzeni	2		2
- Festival Alanındaki Yetersiz Tuvaletler	2		2
Ulaşım Araçları Yeterliliği		1	1
- Yeterli Değil	10	3	13
- Yeterli	3	4	7
Toplam	19	16	35

Tablo 6'da kadın katılımcılar festival alanına ulaşımında araçların yetersizliğine (f=10) erkek katılımcılar ise yetersiz teknik altyapıya (f=7) festival alanındaki erişilebilirlik engeli olarak gözlemlemiştir. Katılımcıların festival alanına erişilebilirliğine ilişkin dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 7'de gösterilmiştir

Tablo 7. Katılımcıların Festival Stantların Yeterliliği İlişkin Dağılım Tablosu

Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları	Kadın	Erkek	Toplam
- Yeterli	3		3
- Yeterli Değil	9	8	17
Toplam	12	8	20

Tablo 7'de Kadın ve erkek katılımcılar festival alanında yeterli stant olmadığını ifade etmiştir. Bazı erkek ve kadın katılımcıların festival alanına erişilebilirlik ve stant yeterliliği ifadeleri aşağıdaki gibidir:

".....yaşlılar ve çocuklu aileler için zor olmakla birlikte kalabalık bir yığılma söz konusuydu stantlarda ne olduğunu yığılmadan dolayı göremedim." K1

Kod: • Festival Alanına Erişilebilirlik> Olumsuz Festival Alanındaki Yerleşim Düzeni

"Festival alanına erişilebilirlik biraz can sıkıcıydı bizim aile büyüklerimizin alana çıkması zor oldu. Çünkü arabamızı aşağı bırakmak zorunda kaldık haklı olabilirler fakat festival alanına erişim yaşlı ve çocuklu aileler için oldukça yorucu." K7

Kod: • Ulaşım Araçları Yeterliliği> Yeterli Değil

“Festival alanına erişim sıkıntılıydı gelişler gidişler ve yönlendirme ekipleri yetersizdi. Festival alanına özel araçlarıyla gelen insanlar için yeterli otoparkın olmaması, işaret ve yönlendirme tabelalarının eksikliği, oldukça zahmet yarattı.” K16

Kod: ● Ulaşım Araçları Yeterliliği> Yeterli Değil

“Öncelik olarak festival bölgesine kendi arabasıyla gelen insanlar park sıkıntısı yaşadılar. Büyük bir organizasyon için otopark alanları olmalıydı. Bu yıl sekizincisi düzenlenen bir festival için yetersiz park alanı ve dar festival mekânı festivale kalitesini etkiliyor.” K10

Kod: ● Ulaşım Araçları Yeterliliği> Yeterli Değil

“Festivalde sırasında oluşan uzun sucuk kuyruklarından dolayı özel kasaplar farklı mekanlarda sucuk ekmek satışı gerçekleştirdi. Festival alanına erişim yürüyerek gerçekleştirildiğinden biraz yorucu oldu ve alan dar olduğundan stant önlerinde izdiham oluştu” K5

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

“...Festivalde sunulan ürün stantları oldukça yeterli olmasına rağmen dar sokakta insanlar hem festival alanına ulaşmak istiyor hem de stantlara göz gezdirmek isteyince stantları görmemiz engellendi ve çoğu ürünü göremedik. Aynı zamanda ikram edilen sucuğun daha geniş stantlarda dağıtılması gerektiğini düşünüyorum.” K7

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

“...paketlenmiş lezzetlere şahit olduk alanda yapılan herhangi bir sıcak ürüne denk gelmedik.” K12

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

“.....tuvalet başlı başına bir sorun oldu.” K12

Kod: ● Festival Alanına Erişilebilirlik> Festival Alanındaki Yetersiz Tuvaletler

“....çok kalabalık bir festival olduğu için organizasyon yetersiz kaldı.” K16

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

“.....festival alanının dar bir bölgede konumlandırılması...” K4

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

“İnsanlar stantların önünde kuyruk oluşturmuş vaziyetler ürüne erişimimiz bu açıdan zor oluyor.” K9

Kod: ● Festivaldeki Stantların Yeterliliği/Ürün Tanıtımları> Yeterli Değil

Katılımcıların festivalde sucuğun lezzetine ilişkin dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Festivalde Sunulan Sucuk Lezzetine İlişkin Dağılım Tablosu

Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Lezzeti	Kadın	Erkek	Toplam
Lezzette Kararsız Kalma		1	1
Özensiz Pişirme	1	1	2
Lezzetli	8	5	13
Toplam	9	7	16

Tablo 8’de katılımcıların çoğu sucuğu lezzetli olarak ifade etmiştir. Katılımcıların bazılarının ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“Festivalde yediğim sucuk ile dışarda satılan sucuk arasında bariz lezzet farkları vardır. Dövme sucuğun lezzetti on numaraydı diyebilirim.” K4

Kod: • Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Lezzeti> Lezzetli

“Festival kapsamında sunulan sucuğun yarı çiğ yarı pişmiş olarak yeme fırsatı buldum o yüzden çok yorum yapmak istemiyorum.” K16

Kod: • Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Lezzeti> Özensiz Pişirme

“Daha önce Sivrihisar dövme sucuğunu yediğim için diğerlerinden lezzet olarak farklıydı. Fazla baharatlı olduğunu düşünüyorum.” K11

Kod: • Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Lezzeti> Lezzetli

“Evet farklı sucuk lezzetleri ile karşılaştım çok fazla baharat kullanılması dikkatimi çekti.” K13

Kod: • Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Lezzeti> Lezzette Kararsız Kalma

Katılımcıların festivalde ikram edilen sucuğun fiyatına ilişkin dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Fiyatına İlişkin Dağılım Tablosu

Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Piyasa Fiyat Karşılaştırması	Kadın	Erkek	Toplam
Piyasa Fiyatı ile Orantısız			
Piyasa Fiyatı ile Orantılı	5	1	6
Toplam	5	1	6

Tablo 9’daki katılımcıların çoğu sucuk fiyatının piyasa fiyatı ile orantılı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların bazılarının ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“Buradan evime almayı düşünüyorum. Fiyat olarak her şey pahalı olduğu için diğer sucuklar ile bir karşılaştırma yapamayacağım ama yenilebilir kalitede ne çok ucuz ne de haddinden fazla pahalı...” K7

Kod: • Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Piyasa Fiyat Değerlerdendi> Piyasa Fiyatı ile Orantılı

“Fiyat hemen hemen piyasadakilere eş değer diyebiliriz.” K12

Kod: ● Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Piyasa Fiyat Değerlerdendi> Piyasa Fiyatı ile Orantılı

“Fiyatlar biraz yüksek fakat bu Türkiye ekonomisiyle alakalı bir durum.”K3

Kod: ● Festivalde İkrâm Edilen Sucuğun Piyasa Fiyat Değerlerdendi> Piyasa Fiyatı ile Orantılı

Katılım sağladığınız sucuk festivalini çevrenize tavsiye eder misinize ilişkin bulgular, Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Katılım Sağladığınız Sucuk Festivali Çevrenize Tavsiye Edilmesine İlişkin Dağılım Tablosu

Festivali Tavsiye Etme Durumu	Kadın	Erkek	Toplam
Kararsız		1	1
Tavsiye Etmem	2		2
Tavsiye Ederim	8	6	14
Toplam	10	7	17

Kadın ve erkek katılımcıların çoğu festivali çevrelerine tavsiye edebileceklerini bildirmişlerdir. Katılımcıların bazılarının ifadeleri aşağıdaki gibidir: *“Festivali çevremdekilere önermiyorum fakat Sivrihisar’ın gezilmesi gerektiğini düşünüyorum.” K14*

Kod: ● Festivali Tavsiye Etme Durumu> Tavsiye Ederim

“Arkadaşlarıma ve çevreme değer olan bu lezzeti tatmaları için festivale katılmalarını tavsiye ederim.” K1

Kod: ● Festivali Tavsiye Etme Durumu> Tavsiye Ederim

“Geleneksel dövme sucuk festivalini çevremde tanıdığım insanlara tavsiye ediyorum, sosyal medya da paylaşıyorum.” K3

Kod: ● Festivali Tavsiye Etme Durumu> Tavsiye Ederim

“Çevremdeki insanlara gönül rahatlığı ile öneririm”K11

Kod: ● Festivali Tavsiye Etme Durumu> Tavsiye Ederim

Katılımcıların önümüzdeki yıllarda festivale katılım sağlamasına ilişkin dağılımlarının yer aldığı bulgular, Tablo 11’de gösterilmiştir

Tablo 11. Önümüzdeki Yıllarda Festivale Katılım Sağlamayı Düşünür Müsünüz İlişkin Dağılım Tablosu

Festivale Yeniden Katılma Durumu	Kadın	Erkek	Toplam
Kararsız		2	2
Katılmayı düşünmüyorum	2	1	3
Katılmayı düşünüyorum	8	4	12
Toplam	10	7	17

Katılımcıların çoğu önümüzdeki yıllarda festivale katılmayı düşündükleri gözlemlenmiş olup katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir.

"Vaktimiz ve fırsatımız oldukça gelmek isteriz." K2

Kod: ● Festivale Yeniden Katılma Durumu> Katılmayı düşünüyorum

"Hafta sonumu değerlendirmek adına tekrar gelmeyi düşünebilirim." K10

Kod: ● Festivale Yeniden Katılma Durumu> Katılmayı düşünüyorum

"Çocuksuz katılabiliyim." K12

Kod: ● Festivale Yeniden Katılma Durumu> Katılmayı düşünüyorum

"Emekli olduğum için eğer herhangi bir sağlık sıkıntısı olmazsa festivale tekrar katılım sağlarım." K4

Kod: ● Festivale Yeniden Katılma Durumu> Katılmayı düşünüyorum

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmada 29 Şubat 2024 tarihinde gerçekleştirilen geleneksel dövme sucuk festivaline katılan kişilerin festival ile ilgili görüşlerini, memnuniyetlerini, motivasyon ve turistik deneyimlerini değerlendirmesi amaçlanmıştır. Sivrihisar'da sekizincisi gerçekleştirilen festivale her yaştan yoğun bir katılım sağlanmıştır. Bu bağlamda alternatif turizm çeşitlerinden biri olan festival turizmi, Türkiye'nin turizmını on iki aya yayması için de önemli bir fırsat yaratmıştır.

Festivaller açısından cazibe yaratılarak bölge ekonomisine katkı sağlamak isteniyorsa katılımcıların bu yöndeki motivasyonları olumlu olmalıdır. Sucuk festivali katılımcılarıyla gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde elde edilen bulgulara göre kadın katılımcıların bilgilenmek ve yeni deneyimler yaşama çerçevesinde kişisel motivasyonları ağır basarken, erkek katılımcıların fiziksel ve kişisel motivasyonları arasında eğlenmek, rahatlamak, bilgilenme ve yeni deneyimler yaşama isteği ağır basmaktadır. Festival kapsamında görüşülen katılımcılar çerçevesinde festival motivasyonunun pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Festivale katılım motivasyonunun önemi birçok araştırmacı tarafından da vurgulanmıştır. Mutlu vd., (2020)'nin çalışmasında katılımcı motivasyon türlerini; fiziksel motivasyon, kişisel motivasyon, toplumsal ve kişiler arası motivasyon şeklinde üç kategori altında toplanmıştır. Uysal, Gahan & Martin (1993) Güney Carolina'daki bir mısır festivali katılımcısının motivasyonlarının şunlar olduğunu ifade etmiştir 'sosyalleşme', 'aile birlikteliği', 'heyecan/eşsizlik', 'kaçış' ve 'etkinlik yeniliği'. Benzer şekilde, Mohr, Backman, Gahan & Backman (1993), Greenville katılımcılarının festival motivasyonlarını; "sosyalleşme", "aile birliği", "heyecan/eşsizlik", "kaçış" ve "etkinlik yeniliği" olarak bulmuşlardır.

Katılımcılara festival süresince deneyimleri de sorulmuştur. Kadın katılımcıların festival deneyimleri eğlenme üzerine olurken, erkek katılımcıların deneyimleri ise bilgilenme üzerine olmuştur. Katılımcıların en az deneyimledikleri ise gelişen ve pekişen aile ve arkadaşlık ilişkileri olmuştur. Mutlu vd. (2020) çalışmalarında festival

sırasında yaşanan deneyimleri, sıcak aile ve arkadaşlık ilişkileri, yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi olarak ifade etmiştir. Richards & King, (2018) ise çalışmalarında festival katılımcılarında eğlenme deneyiminin en üst seviyede olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların festival alanına erişilebilirliğine stantların yeterliliğine ilişkin elde edilen sonuçlar incelendiğinde erkek katılımcılar yetersiz alt yapıdan, kadın katılımcılar ise festival alanına erişimde özellikle yaşlı ve çocuklu aileler için yetersiz ulaşımdan bahsetmişlerdir. Festival alanındaki düzensiz stant yerleşimi ve festival alanındaki yetersiz tuvalet sayısı da özellikle belirtilmiştir.

Benzer etkinlikler açısından da “dinlenme alanları”, “tuvalet” ve “araç park yerleri” hususuna önem verilmesi gerekliliği belirtilmiştir. Belirtilen hususlar katılımcıların etkinlik başarı algısını olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Anil, 2012; Kim, vd., 2001; Mason & Paggiaro, 2012; McDowall, 2010; Özdemir & Çulha, 2009; Taylor & Shanka, 2008; Yuan & Jang, 2008). Katılımcıların “festival alanı ve erişebilirlik”, “yiyecek” ve “hava koşullarında uygun şartlar sağlandığında katılımcıların festivale tekrar katılım sağlaması olumlu olacaktır. Bu bağlamda, geleneksel dövmе sucuk festivali organizatörlerinin belirtilen faktörleri göz önüne alarak festivali tasarlamaları olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Yapılan araştırma sonucunda, geleneksel festivallerin işlevsel hale getirilmesine yönelik geliştirilen öneriler şu şekilde sıralanabilir. Katılımcıların, yerel gelenekleri ve kültürü öğrenme motivasyonlarını artırmak için festivalde daha fazla etkileşimli etkinlik düzenlenebilir. Örneğin, sucuk yapımının yanı sıra, katılımcıların geleneksel yöntemlerle yiyecekleri hazırlamayı öğrenebileceği workshoplar eklenebilir. Festivalde yerel zanaatkarlar ve üreticiler için alanlar ayrılarak, yerel ekonomi desteklenebilir ve bu da katılımcılara daha özgün bir deneyim sunar. Festivale çocuklu aileler ağırlıklı olarak katıldığından küçük çocuklar için rekreatif alanlar oluşturulmalıdır. Sivrihisar dövmе sucuk festivalini ziyaret edecek bireylere olumlu deneyimler yaşatarak festival sürdürülebilir konuma getirilmeli ve gelecekte yeniden bu festivale katılımları sağlanmalıdır. Festival sırasında ve sonrasında yapılacak SWOT analizleri ile festivalin eksik görülen yanları yöneticiler tarafından değerlendirilmelidir. Festival düzenleyicileri ve yerel idareler yabancı ziyaretçi sayısını artırmak için sosyal medya üzerinden festival ile ilgili ilgi çekici ve akılda kalıcı tanıtım girişimlerinde bulunmalıdır.

Geleneksel sucuk festivaliyle ilçede toplumsal bir hareketlilik sağlanmış, Sivrihisar'ın kültürel mirasına (Ulu cami, Kilim Müzesi, Ermeni kilisesi, geleneksel yiyecekler vb.) sahip çıkmanın ve bu değerleri korumanın gerekliliğini daha iyi anlaşılmıştır. Festival içeriğiyle, ilçe halkının ve etkinliğe katılan diğer ziyaretçilerin günlük hayatlarının dışına çıkmasına, eğlenmelerine ve ilçenin ulusal ve uluslararası tanıtımına fayda sağlanmıştır. Festival organizasyonları, geçici veya kalıcı istihdam olanakları sunarak yöredeki işsizliği azaltabilir. Özellikle gençler için rehberlik, organizasyon ve pazarlama gibi alanlarda geçici iş olanakları yaratılabilir.

Çalışma araştırma yapılan tarihler ve 17 katılımcının sorulara verdiği yanıtlar ile sınırlıdır. Çalışma bu kısıtlar dahilinde yukarıdaki bulguları vermiştir. Ayrıca bu

çalışmanın sadece yerli katılımcılar ile yürütülmesi bir sınırlılık olarak ifade edilebilir. Yabancı katılımcılar ile yürütülecek bir çalışma, araştırma sonuçlarının daha da genellenebilmesine ve festivalin uluslararası kimliğinin pekiştirilmesine katkıda sağlayacaktır. Sonraki çalışmalarda, farklı illerde gerçekleşen uluslararası festivallere katılım motivasyonlarının tespit edilmesi önerilebilir. Bu araştırmaların nicel çalışmalarla desteklenmesi ise daha kapsamlı sonuçlar ve genellemeler elde edilmesini sağlayacaktır. Konu hakkında yapılacak nitel ve nicel araştırmaların sayısının artırılması etkinliklerin başarılarının artırılması açısından önem arz etmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Afyon Kocatape Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Araştırma ve Yayın Etiği Komisyonundan 17.04.2024 tarih ve 2024/116 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akyıldız, M., & Argan, M. (2010). Leisure experience dimensions: A study on participants of Ankara Festival. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 1(2), 25-36.
- Akyıldız, M., Argan, M. T., Argan, M., & Sevil, T. (2013). Thematic events as an experiential marketing tool: Kite Festival on the experience stage. *International Journal of Sport Management, Recreation and Tourism*, 12, 17-28
- Anil, N. K. (2012). Festival visitors' satisfaction and loyalty: an example of small, local, and municipality organized festival. *Turizam: Znanstveno-Stručni Časopis*. 60(3), 255-271.
- Báez, A., & Devesa, M. (2014). Segmenting and profiling attendees of a film festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 96-115. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-08-2013-0021>
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Chang, W., & Yuan, J. J. (2011). A taste of tourism: visitors' motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15, 13-23. <https://doi.org/10.3727/152599511X13082349958190>
- Chiang, C. C., Wang, M. Y., Lee, C. F., & Chen, Y. C. (2015). Assessing travel motivations of cultural tourists: A factor-cluster segmentation analysis. *Journal of Information and Optimization Sciences*, 36(3), 269-282. <https://doi.org/10.1080/02522667.2014.996028>
- Chwe, M. S. Y. (1998). Culture, circles, and commercials: publicity, common knowledge, and social coordination. *Rationality and Society*, 10(1), 47-75. <https://doi.org/10.1177/104346398010001002>

- Congcong, T. (2014). The study of festival tourism development of Shanghai. *International Journal of Business and Social Science*, 5, 52-58.
- Correia, A., Valle, P., & Moço, C. (2007). Modeling Motivations and Perceptions of Portuguese Tourists. *Journal of Business Research*, 60, 76–80. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.013>
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design; Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications
- Crompton, L. J., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439 [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2).
- Csapo, J. (2012). The role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry. M. Kasımoğlu (ed.), *Strategies for Tourism Industry- Micro and Macro Perspectives* (201-249). InTech
- Cudny, W. (2013). Festival Tourism-The concept, key functions, and dysfunctions in the context of geography studies. *Geographical Journal*, 65(2),105-118. ISSN 0016-7193
- Dalgın, T., Atak, O., & Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çekiciliği olarak önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47).
- De Bres, K., & Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326-337. <https://doi.org/10.1080/14616680110055439>
- De Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitors' experience, mood and satisfaction in a heritage context, Evidence from an interpretation center. *Tourism Management*, 29(3), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.004>
- Driscoll, A., Lawson, R., & Niven, B. (1994). Measuring tourists' destination perceptions. *Annals of Tourism Re-Travel and Tourism Marketing*, 8(21), 499–511
- Engelbrecht, W. H., Kruger, M. & Saayman, M (2014). Analysis of critical success factors in managing the tourist experience at Kruger National Park. *Tourism Review International*, 17, 237–251. <http://dx.doi.org/10.3727/154427214X13910101597120>
- Esu, B. B., & Arrey, V. M. E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 116-125.
- Filipova, M. (2010). Peculiarities of project planning in tourism. *Perspectives of Innovations, Economics and Business*, 1(4), 57-59.
- Finkel, R. (2004). McFestivalisation? The Roles of Combined Arts Festival in the UK Cultural Economy. Paper presented at journey of expression III: Tourism and festivals as transnational practice, May 2004, Innsbruck.
- Formica, S., & Murrmann, S. (1998). The effects of group membership and motivation on attendance: An international festival case. *Tourism Analysis*, 3,197-207.
- Gelder, G., & Robinson, P. (2009). A critical comparative study of visitor motivations for attending music festivals: A case study of Glastonbury and Festival. *Event Management*, 13(3), 181-196.

- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism* (2nd ed.). Van Nostrand Reinhold, New York.
- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications Corporation
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management* 29, 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47. <https://doi.org/10.1108/17852951011>
- Geus, S. D., Richards, G. & Toepoel, V. (2015). Conceptualisation and operationalisation of event and festival experiences: creation of an event experience scale. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(3), 274–296. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1101933>
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & Macintosh, R. W. (2011). *Tourism: principles, practices, philosophies (12th Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Goldblatt, J. (2002) *Special Events Best Practices in Modern Event Management* 3rd Ed. New York: International Thompson Publishing Company
- Hall, C. (1992) *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning* Chichester: John Wiley and Sons Ltd
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M.
- Holloway, I., & Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses (2nd ed)*. Oxford: Blackwell Science Ltd.
- Iwasaki, Y. (2007). Leisure and quality of life in an international and multicultural context: What are major pathways linking leisure to quality of life? *Social Indicators Research*, 82(2). 233-264.
- Jackson, C. (2006). The experiential impact of events. In S. Fleming & F. Jordan (Eds.), *Events and festivals: Education, impacts and experiences* (LSA Publication (93)),131-145. Eastbourne: Leisure Studies Association Publications
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of Sport Management*, 24(5), 544-566. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.5.544>
- Kim, H., Borges, M. J., & Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism Management*, 27(5), 957–967. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.09.007>
- Kim, K., Uysal, M., & Chen, J. S. (2001). Festival visitor motivation from the organizers' points of view. *Event Management*, 7(2), 127-134.
- Kim, S. E. (2013). Experience and perceived value for participants of cultural and art festivals organized for persons with a disability: A Korean perspective (Doctoral dissertation, Purdue University).

- Kooistra, S. (2011, 13 Ağust). Festivalganger wil intimiteit. *De Volkskrant*.
<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/festivalganger-wil-intimiteit~bae9fec0/>
- Kozak, M. (2021). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri (5.Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Lee, S. Y., Petrick, J. F., & Crompton, J. (2007). The Roles of Quality and intermediary constructs in determining festival attendees' behavioral intention. *Journal of Travel Research*, 45(4), 402-412. <https://doi.org/10.1177/0047287507299566>
- Lee, T. H., Fu, C. J., & Chang, P. S. (2015). The support of attendees for tourism development: Evidence from religious festivals, Taiwan. *Tourism Geographies*, 17(2), 223-243. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.997280>
- Leenders, M. A., Van Telgen, J., Gemser, G., & Van der Wurff, R. (2005). Success in the Dutch Music Festival Market: The Role of Format and Content. *International Journal on Media Management*, 7(3-4), 148-157.
- Leone, L., & Montanari, F. (2022). The impact of festivals on the image of a cultural industry: The case of the new italian dance platform. *Poetics*, 92, 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2021.101630>
- Li, X., Liu, J., & Su, X. (2021). Effects of motivation and emotion on experiential value and festival brand equity: The moderating effect of self-congruity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 601-611. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.11.015>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New Directions for Evaluation*, (30), 73-84. <https://doi.org/10.1002/ev.1427>
- Mason, M. C., & Paggiaro, A. (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management*, 33(6), 1329-1336. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.016>
- McDowall, S. (2010). A comparison between Thai residents and non-residents in their motivations, performance evaluations, and overall satisfaction with a domestic festival. *Journal of Vacation Marketing*, 16(3), 217-233. <https://doi.org/10.1177/1356766709356139>.
- McKercher, B., & Hilary D.C. (2002). *Cultural Tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management (1st Edition)*. Hayworth Hospitality Press: New York
- Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W., & Backman, S. J. (1993). An Investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type. *Festival Management and Event Tourism*, 1(3): 89-97. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
- Mutlu G. H., Avcıkurt, C., & Filiz, A. (2020). Festival katılımcılarının motivasyonları ve turistik deneyimleri. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, (2), 219 – 233. <https://doi.org/10.30625/ijctr.819864>
- Nordvall, A., Petterson, R., Svensson, B. & Brown, S. (2014). Designing events for social interaction. *Event Management*, 18, 127-140. <https://doi.org/10.3727/152599514X13947236947383>
- Özdemir, G., & Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373. <https://doi.org/10.1080/13032917.2009.10518914>

- Özgürel, G., Alkan, Ö., & OK, S. (2018). Datça badem çiçeği festivali'nin yöre turizmine olası etkileri: yerel esnaf üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(2), 10-19. <https://doi.org/10.21325/jotags.2021.823>
- Papadimitriou, D. (2013). Service quality components as antecedents of satisfaction and behavioral intentions: The case of a greek carnival festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(1), 42-64. <https://doi.org/10.1080/15470148.2012.755885>
- Park, K. S., Reisinger, Y., & Kang, H. J. (2008). Visitors motivation for attending the south beach wine and food festival, Miami Beach, Florida. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2), 161-181. <https://doi.org/10.1080/10548400802402883>
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Sage Publications.
- Picard, D., & Robinson, M. (2006). *Festivals, tourism and social change: remaking worlds*. Channel View Publications.
- Qinn, B. (2009). Festivals, Events and Tourism. *Festivals, events and tourism*, in Jamal, T. and Robinson, M. (eds), *The sage Handbook of tourism studies*, (483-503). London
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı (3.Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Richards, G. (2001). Cultural attractions and european tourism. Richards, G. (eds), *The Development of Cultural Tourism in Europe*, 3-30 UK: CABI Publishing
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(1), 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G., & King, B. (2022). The experience of cultural festivals: evidence from Hong Kong. *Journal of Policy Research In Tourism, Leisure and Events*, 14(3), 296-309. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2033249>
- Robinson, R. N., & Clifford, C. (2012). Authenticity and festival foodservice experiences. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 571-600. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.06.007>
- Saayman, M., & Saayman, A. (2009). Why travel motivations and socio-demographics matter in managing a national park. *Koedoe: African Protected Area Conservation and Science*, 51(1), 381.
- Sandelowski, M. (1986). The problem of rigor in qualitative research. *Advances in Nursing Science*, 8(3), 27-37. <https://doi.org/10.1097/00012272-198604000-00005>
- Sert, A. N., (2017). Festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri: Beypazarı örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 187-199.
- Stelter R., Sparkes A., & Hunger I. (2003). Qualitative research in sport sciences: An introduction. *Forum: Qualitative Social Research*, 4(1), 2. <https://doi.org/10.17169/fqs-4.1.744>
- Taylor, R., & Shanka, T. (2008). Cause for event: Not-for-profit marketing through participant sports events. *Journal of Marketing Management*, 24(9-10), 945-958. <https://doi.org/10.1362/026725708X381984>
- Tourism J., (2023, January,30). Haydi Sivrihisar'a sucuk yemeye. <https://www.tourismjournal.com.tr/turizm/haydi-sivrihisar-a-sucuk-yemeye-114774>.

- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.
- UNESCO. (2015). *Festival Statistics: Key Concepts and Current Practices*. 3.Baskı. UNESCO Institute for Statistics: Kanada.
- UNWTO. (2023). *Tourism and culture*. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>.
- Uysal, M., Gahan, L.W., & Martin, B. (1993). An examination of Event Motivations: A Case Study [elektronik versiyon]. *Festival Management & Event Tourism*, 1 (1), 5-10.
- Van Vliet, H. (2012). *Festivals: Een introductie*. In H. Van Vliet (Ed.), *Festivalbeleving. De waarde van publieks evenementen*. Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Van Winkle, C. M., & Bueddefeld, J. N. H. (2016). Service-Dominant logic and the festival experience. *International Journal of Event and Festival Management*, 7(3), 1- 32. ISSN: 1758-2954
- Welman, J. C., & Kruger, S. J. (1999). *Research methodology for the business and administrative sciences*. Johannesburg, South Africa: International Thompson.
- Włodarczyk, B. (2009). Przestrzeń turystyczna: istota, koncepcje, determinanty rozwoju. *Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego*, 1(2), 83-90
- Yasothornsrikul, P., & Bowen, D. (2015). Tourism demonstration and value change. *International Journal of Tourism Research*, 17, 96-104. <https://doi.org/10.1002/jtr.1969>
- Yıldırım, A., & Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research design and methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages.
- Yolal, M., Çetinel, F., & Uysal, M. (2009). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir international festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10(4), 276-291. <https://doi.org/10.1080/15470140903372020>
- Yuan, J., & Jang, S. (2008). The Effects of Quality and Satisfaction on Awareness and Behavioral Intentions: Exploring the role of a wine festival. *Journal of Travel Research*, 46(3), 279-288. <https://doi.org/10.1177/0047287507308322>
- Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events? *Journal of Vacation Marketing*, 11, 41-58. <https://doi.org/10.1177/1356766705050842>
- Ziakas, V., & Boukas, N. (2013). Extracting meanings of event tourist experiences: A phenomenological exploration of Limassol carnival. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.02.002>
- Zou, Y., Fang, M., Jian, B., & Qing, Z. (2021). Evaluating Sustainability of Cultural Festival Tourism: From the Perspective of Ecological Niche. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 191-199 <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.06.009>
- Zyl, C., & Botha, C. (2004) Motivational factors of local residents to attend the Aardklop national art festival. *Event Management*, 8(4), 213-222 <https://doi.org/10.3727/1525995031436818>