



International
JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES
AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed
JOSHASjournal (ISSN:2630-6417)



Architecture, Culture, Economics and Administration, Educational Sciences, Engineering, Fine Arts, History, Language, Literature, Pedagogy, Psychology, Religion, Sociology, Tourism and Tourism Management & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:20

2019

pp.1031-1039

journalofsocial.com

ssssjournal@gmail.com

FESTİVALLERİN DÜZENLENDİKLERİ DESTİNASYONLARA KATKISININ İNCELENMESİ: NARENCİYE FESTİVALİ ÖRNEĞİ

INVESTIGATION OF THE CONTRIBUTION OF FESTIVALS TO DESTINATIONS: CASE OF NARENCİYE FESTIVAL

Arş. Gör. Mahmut BARAKAZI

Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye

Öğr. Gör. Mehmet Fatih KAYRAN

Harran Üniversitesi, Halfeti Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye



Article Arrival Date : 20.10.2019

Article Published Date : 30.11.2019

Article Type : Research Article

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.187>

Reference : Barakazi, M. & Kayran, M.F. (2019). "Festivallerin Düzenlendikleri Destinasyonlara Katkısının İncelenmesi: Narenciye Festivali Örneği", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 5(20): 1031-1039

ÖZET

Küresel turizm gelişimine bağlı olarak gidilecek destinasyonlar arasındaki rekabet arttıkça, eşsiz yöresel ürünler ve destinasyonun kültürel miras değerleri turistlerin çekiciliği için giderek daha belirleyici bir faktör haline gelmektedir. Yöresel ürünlerin festival turizmi ile bağının her geçen yıl arttığı gözlemlenmektedir. Destinasyonda ki yöresel ürünler, festival turizmi ile değerlendirilmekte ve bu kapsamda Türkiye’de pek çok etkinlik düzenlenmektedir. Akdeniz iklim ve bitki örtüsüne uygun olarak 2010 yılından itibaren her yıl Mersin ilinde yöresel ürün ve lezzetlerin yer aldığı Narenciye Festivali düzenlenmektedir. Bu çalışmada Narenciye Festivali ele alınarak yöresel ürünlerin tanıtımı ile birlikte destinasyona sağladığı sosyal ve ekonomik etkiler incelenmiştir. Araştırma da nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği (mülakat) ile 9 kişinin görüşleri değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analize tabi tutularak bulgular ile yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Festival, Turizm, Narenciye, Mersin

ABSTRACT

As the competition among destinations to grow due to global tourism development increases, unique local products and cultural heritage values of destinations become increasingly decisive for tourists' attractiveness. It is observed that the connection of local products with festival tourism increases every year. The destinations of local products, are evaluated with festival tourism and in this regard many events are organized in Turkey. In accordance with the Mediterranean climate and vegetation, every year since 2010, Festival of Narenciye is organized in Mersin with local products and tastes. In this study, the Festival of Narenciye was discussed and the social and economic impacts of the local products to get her with the destination were examined. In there search, the opinions of 9 people were evaluated with face-to-face interview technique (interview), one of the qualitative research methods. The data obtained were subjected to descriptive analysis and interpreted with the findings.

Keywords: Gastronomy, Festival, Tourism, Narenciye, Mersin

1.GİRİŞ

Dünya’da meydana gelen ulusal ve uluslararası turizm etkilerinin giderek artması ile birlikte turizm sektörünün önemi her geçen gün daha da anlaşılmaktadır. Turizm sektöründen elde edilen katma değerlerin daha da artırılması için yeni yatırımlar yapılmakta ve turizm çeşitlilikleri artırılmaktadır. Özellikle klasik turizm hareketlerinin (deniz, kum ve güneş) yanı sıra kültürel ve sosyal açıdan zengin turizm kaynaklarının bulunduğu destinasyonlara yönelik ilgi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bilgi ve deneyim duygularının da rahatlama ve dinlenme gibi turistik motivasyon aracı olması ile birlikte alternatif turizm çeşitliliklerine olan talep giderek yükselmeye başlamıştır. Alternatif turizm çeşitliliklerinin turistik bir destinasyonda uygulanabilmesi için bölgenin coğrafik, alt yapı, tarihi ve mimari şartlarının elverişli olması gerekmektedir. Bu kapsamda turistik destinasyona en uygun turizm çeşitliliğinin yapılabilmesi için turistik değerlerin doğru seçilmesi gerekmektedir. Bu nedenle doğal ve beşeri alanları endemik bitki türleri ile kaplı olan turistik destinasyonlarda eko turizm çeşitliliği yapılırken tarihi ve kültürel mirasa sahip İstanbul gibi şehirlerde kültür turizmi yapılmaktadır. Bunun yanı sıra bölge de yetişen yöresel ürünlerle yapılan özgün yemekler, gastronomi turizmi kapsamında turizm sektöründe önemli yer tutmaktadır. İnsanların geleneksel olarak yaptığı ve tekrarlı olaylar halinde devam eden kültürel aktiviteleri festival turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Festival yapılan turistik destinasyonlarda deneyim elde etmek isteyen katılımcılar bu etkinliklere dâhil olmaktadır. Bir diğer yandan festival turizmi ile farklı bir alternatif turizm çeşitliliği birleştirilmektedir. Mersin’de festival etkinliği kapsamında her yıl yapılan ve 2019 yılında yedinci yapılmış olan Narenciye Festivali, çeşitli etkinlikler düzenleyerek festival turizmini geliştirmenin yanı sıra bölgenin özgün değerlerini uygulamalı olarak yapmakta ve tadımlar gerçekleştirerek bölgenin gastronomi turizmine dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Narenciye festivaline katılan katılımcılara yönelik araştırma soruları yöneltilerek festivale yönel tutumları ve görüşmeleri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Festival Turizmi

Festival kavramını genel bir bakış açısı ile değerlendirdiğinde, yapıldığı destinasyon, katılımcılar ve bir program akışı içerisinde yemek, sanat, kültür, bilim, ekonomik ürün veya belli bir amaca yönelik olarak düzenlenen, bir seferlik veya tekrarlı etkinlikler bütünüdür. Festivallerin amacı bireyler ve toplumlar arasında ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal ilişki kurarak karşılıklı yarar oluşturmaktır (Dalgın vd., 2016). Festivallerin temel olarak turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevi bulunduğu ifade edilmektedir (Houghton, 2001; akt: Erdem vd., 2018). Tüm bunlara bakıldığında festival turizminin turistik değerleri tanıtma, rekreasyon, film, sanat gösterileri, eğlence, yöresel ürünler ve sosyal faaliyetlerden oluşan ekonomik bir etkinlik olduğunu söylemek mümkündür.

Festival turizmi, toplumsal refahın artması ve çevre bilinci gibi konularla bağlantılı olmasıyla nedeniyle sürdürülebilir bir turizm yaklaşımı gerektirmektedir (Sullivan ve Jackson, 2002). Festivaller 21. Yüzyıldan itibaren turistlerin dikkatini çekmekte, sanat, entellektüel bakış açısı ve sosyalleşme açısından fırsat olarak görülmektedir. Festival turizmi, turistlerin üzerinde ciddi tüketimin varlığı oluşturması nedeniyle turizm için önemli bir konuma sahiptir (Prentice ve Andersen, 2003).

Festivaller, farklı konsept ve çeşitlilikler sunarak son yıllarda turistleri çeken bir turizm çeşidi olarak ön plana çıkmaktadır. Turistlerin ilgisini çeken egzotik kültür, yöresel ürünler, yerel değerler, alışkanlıklar, gelenekler ve yerel etkinlikler gibi unsurlarla festivaller düzenlenmektedir (Quinn, 2006). Bununla birlikte farklı atmosfer olaylarına katılmak, yakın ilgi alanları ile ilgilenen insanlarla tanışmak ve bilgi bakımından kendini geliştirmek isteyen turistlerin festival turizmine olan merakları her yıl daha da artmaktadır (Cudny, 2013). Festivaller, gerçekleştirildiği çeşitli ülkelerde veya şehirlerde düzenlenen turizm amaçlı etkinlikler ile turistik destinasyonlar da ekonomik, sosyal,

çevresel ve pazarlama açısından önemli etkiler oluşturmaktadır. Festivaller, düzenledikleri turistik destinasyonlar da bölge ekonomisine büyük oranda katkı sağlamakta, bölge halkı ile katılımcılar arasında sosyal ilişkiler kurmakta, sürdürülebilir gelişmeye bağlı olarak çevresel bilinç konusunda farkındalık oluşturmakta ve turistik destinasyon ile ilgili olumlu imaj yaratılmasına yardımcı olmaktadır (Kömürcü, 2013). Dünya’da festival turizmi gelişimine paralel olarak Türkiye’de de festival turizminin önemi giderek artmaktadır.

Turizm sektörü her geçen yıl gelişim göstererek büyümeye devam etse de (UNWTO, 2019), hızla artan rekabet ve yeni talep koşulları ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle turistik ürünlerini çeşitlendirebilen ve yeni turizm taleplerini karşılayabilen destinasyonlar avantajlı hale gelmektedir. Kültür turizmi, inanç turizm ve festival turizmi gibi niş pazarlar da turistik destinasyonlar da alternatif turizm açısından önemli roller oynamakta ve son yıllarda turist planlamacılarının dikkat çekmektedir. Festival turizmi de son yıllar da niş pazarda popüler müzik, sanat, eğlence ve yöresel ürün temalı etkinlikler ile turizm sektöründe geniş yer almaktadır (Nurse, 2001). Festival turizmi içerisinde pek çok etkinlik düzenlense de gastronomik yöresel ürünleri festivali en önde gelen festival türleri arasında gelmektedir (Cömert ve Çetin, 2017). Festival turizmine katılan kişilerin yaklaşık dört biri yöresel ürün ve lezzetleri olan festival türlerine tercih etmektedir. (Doğdubay ve İlyas, 2016). Bu nedenle festival turizminde yöresel ürünler etkinliklerinin önemi giderek artmaktadır. Yöresel ürün festivalleri, hem gerçekleştirdiği destinasyona ekonomik fayda ve tanıtım açısından katkısı sağlarken hem de destinasyonda yaşayan yerel halkın sürdürülebilir turizm bilinci elde etmesine yardımcı olarak özgün değerlerini korumaktadır.

2.2. Yöresel Ürün Festivalleri

Bireysel olarak fiziki ve maddi varlığını korumak ve yaşatmak isteyen insan, zamanla gelişerek toplum bilince sahip olmuştur. Toplumsal değerlerin ise sürdürülebilir olabilmesi ve gelecek kuşaklara aktarılması için sahiplenilmesi gerekmektedir. Bu sahiplenme ve yaşatma gayreti ile birlikte kültürün yapı taşları oluşturulmuş ve toplumları birbirinden ayıran özgün değerlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Her toplum kendi özgün değerleri ile tanınsa da ticaretin ve ulaşımın gelişmesiyle birlikte kültürel değerler paylaşılmaya başlanmıştır. Bu değerler turizm endüstri ile birlikte ekonomik bir kazanca dönüşme fırsatı sağlamıştır. Çünkü kültürel değerler, özgün ve alternatifini bulunmamaktadır. Bu değerlerden en önemlilerinden birisi yöresel yemek ürünleri, yemekleri, pişirme şekilleri, sunum şekilleri olan yöresel yemek değerleridir. İnsanlık tarihi kadar eski olan mutfak tarihine bakıldığında da bu durumun önemi ortaya konulmaktadır (Akbaba ve Çetinkaya, 2018). Yemek bir kültürel yaşam biçiminin tanımı olarak festivallerdeki ve çeşitli gösterilerde ki konumunu korurken son yıllarda gastronomik deneyimler yaşamak isteyen kişilerin tercih ettiği festivallerin ana unsuru olarak yer aldığı gözlemlenmektedir (Cömert ve Çetin, 2017).

Turizm sektörünün gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan festival turizm hareketlerinden biri olan yöresel ürün festivalleri de kültürel değerleri olan özgün mutfağın pazarlanması ve tanıtılmasında önemli rol oynamaktadır. Dünya geneline bakıldığında; Yaban Gıdaları Festivali (Yeni Zelanda), Soğan Pazarı Festivali (İsviçre), Su Teresi Festivali (İngiltere), Çikolata Salonu (Kolombiya), Mavi Ürünler Festivali (Trinidad Tobago), Poutine Festivali (Kanada), Kestane Festivali (Fransa), Meyveli Börek Festivali (Çin) ve Ulusal Kiraz Festivali (ABD) ön plana çıkmaktadır (CNN, 2017). Bu festivaller her yıl milyonlarca turiste ev sahipliği yapmanın yanı sıra her yıl festivalleri tekrarlayarak destinasyonun markalaşmasında ciddi rol oynamaktadır (Esu ve Arrey, 2009). Yöresel ürünlerin festivalleştirilerek turizm amaçlı kullanılması ile birlikte yöresel ürünler ve turizm arasındaki ilişki artmaktadır. Türkiye’de de son yıllarda yöresel ürünlerle yapılan festivallere bakıldığında; Ceviz Festivali (Bitlis), Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali (Bolu), Kestane ve Kestane Şekeri Festivali (Bursa), İncir Festivali (Aydın), Kayısı Festivali (Malatya), Sarıgöl Sultani Üzüm Festivali (Manisa) ve İso Festivali (Şanlıurfa) yapılmaktadır. Bununla birlikte kurtuluş ve anma günleri, bienal ve resitaller, konserler ve bazı sportif müsabakalar ile özel kuruluşların düzenlediği etkinliklerin dışında, belediyeler, kaymakamlıklar, vakıflar ve koy muhtarlıklarınca Türkiye genelinde bakanlık onaylı

850'yi aşkın festival ve şenlik organizasyonu gerçekleştirilmektedir. Geleneksel mahalli (yerel) festivallerin dışında, ülkemizde ilk festival, 1931 yılında İstanbul'da toplanan 2. Balkan Konferansı nedeniyle Beylerbeyi Sarayı'nda Balkan Oyunları Festivali adıyla düzenlenmiştir. Ülkemizin en uzun ömürlü sanat festivali ise, 1973'den beri düzenlenen Uluslararası İstanbul Festivali'dir (Sözer, 1986). Dünya Turizm Örgütü deulusal ve uluslararası turizm hareketliliğinde de yaşanan turizm hareketliliğini göz önünde bulundurarak yenilikçi turizm türlerinden biri olan gastronomi ve festival turizmi alanında ki gelişmeleri yakından takip etmektedir. Turizm ve Rekabet Edebilirlik Komitesi (CTC), Gastronomi Turizmi'ni, ziyaretçinin seyahat sırasında gıda ve ilgili ürünler ve faaliyetlerle ilgili deneyimiyle karakterize edilen bir turizm etkinliği türü olarak tanımlamaktadır. Gastronomi Turizmi otantik, geleneksel ve / veya yenilikçi mutfak deneyimlerinin yanı sıra, yerel üreticileri ziyaret etmek, yemek festivallerine katılmak ve yemek kurslarına katılmak gibi diğer ilgili faaliyetleri de içermektedir. Gastronomi ve festivallerin sıkı ilişkisi nedeniyle festivaller de yer alan yöresel ürünlerin destinasyonun özgün değerlerine sahip çıkma ve destinasyonu tanıtmaya etkisine vurgu yapmaktadır (UNWTO, 2019).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Önemi ve Yöntemi

Yapılan bu araştırma ile Mersin ilinde gerçekleştirilen Narenciye Festivalinin destinasyonun yöresel ürünlerini tanıtmaya, pazarlanması ve bilinirliğinin artırılması hususunda sağladığı sosyal ve ekonomik etkiler incelenmeye çalışılmıştır. Özgün yöresel ürünleri temalı festival turizm faaliyetlerinin destinasyonun pazarlanmasında etki boyutunun anlaşılması açısından bu araştırmanın önem boyutu bulunmaktadır. Bununla birlikte turizm sektörü açısından festival turizminde yer alan yöresel ürün pazarı ile ilgili araştırmaların kısıtlı ve sınırlı olması da araştırmanın diğer bir önemini ortaya koymaktadır.

Konu, olay, olgu veya bir insan grubu hakkında bir araştırma yapıyorsa yada mevcut araştırmalar ve kurumsal bilgi birikimi çok geniş olmadığı zamanlarda nitel araştırma yöntemi tercih edilmektedir (Şencan, 2005). Bu nedenle araştırma da nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Araştırmanın kapsamında yüz yüze veri toplama tekniğinin araştırma için daha doğru olacağı belirlenmiştir. Yüz yüze veri toplama tekniği, araştırmanın veri toplama yöntemi olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilecek verilerin yorumlanması için betimsel/betimleyici analiz yöntemi kabul edilmiştir. Nitel verilerin analizinde de çoğunlukla ilk ve en alt düzeyinde yer alan analiz biçimi olarak bilinen betimsel analiz, araştırmada kullanılan gözlem, görüşme ve doküman (belge) gibi veri toplama araçları ile analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Verilerin analizinde konular başlık haline getirilerek başlığa uygun şekilde analizler ortaya konur. Betimsel analiz, doğrudan alıntılar ile yapılmakta veya desteklenmektedir. Birincil düzey aşama da bilinen betimsel analiz, doğrudan bir konunun tasvir edilmesini, tanımlanmasını ve ifade edilmesini amaçlamaktadır (Ekiz,2015).

3.2. Araştırmanın Evreni, Örneklemi, İçeriği ve Sınırlılıkları

Araştırma evrenini Narenciye Festivalini ziyaret eden katılımcılar oluşturmaktadır. Ancak bu kişi sayısı dikkate alındığında büyük bir sayı ortaya çıkmaktadır. Tüm kişilere ulaşmanın zaman ve ekonomik kısıtlılıklar getirmesi nedeniyle ve bu konuyla ilgili daha derinlemesine bir analiz elde edebilmek için nitel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Araştırma da veri elde edebilmesi için Narenciye Festivalini ziyaret eden katılımcılar ile kolayda örnekleme ve gönüllülük esasları göz önünde bulundurularak yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırmanın hedeflerini gerçekleştirilebilmek amacıyla geçerli ve güvenilir cevaplar alabilmek için ilk olarak konuyla ilgili alan yazın taranmıştır. Araştırma soruları, konu başlıklarıyla ve temaya uyumlu bir şekilde belirlenerek uzman kişiler tarafından düzenlenmiştir. İlk olarak bu kapsamda görüşme formu oluşturularak katılımcıların demografik bilgilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Daha sonra yoruma açık ve yönlendirme yapmayan 5 soru katılımcılara yöneltilmiştir. Araştırma soruları, Küçük (2013), "Kültür Turizmi Kapsamında Yer

Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma” ile Erdem ve Ark. (2018), “Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali Örneği” adlı çalışmalardan derlenerek hazırlanmıştır. Araştırma da elde edilen veriler 2019 yılının Kasım ayında yapılmıştır. Katılımcılar ile yapılan mülakatlar yaklaşık olarak ortalama 10 ile 15 dakika arasında gerçekleşmiştir.

4. BULGULAR

Mersin ilinde gerçekleştirilen Narenciye Festivali'ne katılım sağlayan dokuz katılımcı ile 'Festivallerin Düzenlendikleri Destinasyonlara Katkısının İncelenmesi: Narenciye Festivali Örneği' adlı araştırma için nitel görüşme gerçekleştirilerek önceden belirlenen beş soru yöneltilmiş ve sorulara verilen cevaplar analiz edilerek ortaya konulmuştur. Katılımcıların altı erkek ve üçü kadın olmak üzere dokuz katılımcı olduğu görülmektedir. Katılımcıların demografik özellikleri ise şu şekildedir;

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Meslek	Yaş
K1	Kadın	Akademisyen	30
K2	Erkek	Aşçı	48
K3	Erkek	Akademisyen	36
K4	Kadın	Aşçı	29
K5	Erkek	Memur	27
K6	Erkek	Esnaf	42
K7	Erkek	Aşçı	35
K8	Kadın	Ev Hanımı	28
K9	Erkek	Aşçı	43

Narenciye Festivali'nin Mersin'in şehir turizmine katkısı hakkındaki soruya katılımcılar şu şekilde cevap vermişlerdir;

K4 'Festivalin bölge dışı katılım ve bölge halkının ilgisi ile şehir turizmine pozitif katkısı olduğunu söyleyebilirim. Ancak bu etkinin yeterli seviyede olmadığını ve daha iyi bir tanıtım ve organizasyon ile daha olumlu etkiler sağlayacağını düşünüyorum.' K6 'Festivalin şehir turizmine katkısı olmakla birlikte, hissedilir derecede olumlu bir katkı yapmadığı düşüncesindeyim. Buna neden olarak tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğunu söyleyebilirim. Festivale daha çok bölge halkının katılımı olmakla birlikte, yakın illerden gelen ve davetli katılımcıların az da olsa şehir turizmine katkı yaptığı görülmektedir.' K3 'Narenciye festivalinin yerel kaldığını, bu nedenle şehir turizmine olumlu ya da olumsuz katkısı olduğunu zannetmiyorum. Bir festivalin kentin turizmine katkı sağlaması için çok daha iyi tanıtılması gerektiğini düşünüyorum.'

Narenciye Festivali ile Mersin'in yöresel ürünlerinin bilinir hale gelip gelmediği sorusuna katılımcılar şu şekilde yanıt vermişlerdir:

K1 'Narenciye festivali Mersin'in yöresel ürünlerini ön plana çıkaracak bir organizasyon maalesef değildir. Festivalde gıdaya yönelik etkinlikler olmasına rağmen yöresel ürünler ön plana çıkarılmamaktadır. Daha çok popüler ve karlılığı yüksek satışı sağlanabilecek yerel olmayan ürünler ağırlıktadır. Bu nedenle festival yöresel ürünlerin tanıtımına hiçbir katkı sağlayamamaktadır.' K2 *İl dışından katılan bir aşçı olarak şunu söyleyebilirim ki, bu festivalde yöresel ürünlerin tanınmasına yönelik amaç gerçekleşmemiştir. Yakın zamanda Gaziantep ilinde katıldığım bir festivalde şehrin gastronomik yöresel ürünleri tanıtılarak ön plana çıkarılmıştı. Bu festivalde bu örnek incelenerek yöresel ürünlerin tanıtılmasını istedim.'* K5 *'Tüm festival alanında Mersin'e özgü yöresel lezzetlerde tantuni, kerebiç vb. gibi değerlere rastlamadım. Yalnızca sınırlı alanda narenciye içerikli ürünler mevcut. Bu da yöresel ürünlerin tanıtımı için yeterli değil. Bu yüzden bu açıdan yöresel ürünlerin bilinirliğine büyük bir katkı sağladığını düşünmüyorum.'*

Narenciye Festivali'nin Mersin'e festival turizmi açısından etkisi hakkındaki soruya katılımcılar şu şekilde cevap vermiştir:

K7 'Ben bu organizasyonu Mersin'in en büyük festivali olarak görüyorum. Çünkü festival yediden yetmişe herkese hitap etmektedir. Bu nedenlerle Mersin için festival turizmi açısından önem teşkil etmektedir.' K8 'Bu festivalin festival turizmine katkısı büyüktür. Etkinlik çerçevesinde büyük kitleler buraya gelmekte ve iki gün boyunca bir hareket oluşturmaktadırlar. Bu da festival turizminin gelişerek bir kültür haline dönüşmesinde önemli rol oynayacağını düşünüyorum. K9 'Bu yıl festivalin Mersin'de festival turizmi gelişimine önceki yıllara nispeten daha olumlu katkı sağladığını düşünüyorum. Ancak daha iyi bir organizasyonla sadece yerel katılımdan kurtarılıp daha geniş bir katılım kitlesine ulaşarak festival turizmi açısından daha iyi sonuçlar elde edilebileceği kanaatindeyim.' K1 ise 'Narenciye Festivali temasına uygun düzenlenmediği için etkinlik festivalden öte panayır havası taşımaktadır. Festivallerin amacı bölgeyi ve ürünlerini tanıtmak üzere kurgulanmalıdır. Maalesef bu festivalin bu yönde bir kurgusu yoktur. Narenciye ile hazırlanmış figürler hariç dikkat çekici noktası yok denecek kadar azdır. Bu yüzden festival turizmine bir katkısının olmadığını düşünüyorum' şeklinde görüş bildirmişlerdir.

Narenciye Festivali'nin Mersin'in destinasyon pazarlamasındaki rolü hakkındaki soruyu şu şekilde yanıtlamışlardır:

K6 'Festivalin destinasyon pazarlamasına etkisi olduğunu düşünüyorum. Özellikle sosyal medya ve ulusal basına konu olan bazı etkinlikleri etkisinin bu konuya olumlu katkı sağladığını söyleyebilirim. Daha etkin tanıtım faaliyetleri ve daha dikkat çekici etkinliklerle bu katkı arttırılabilir.' K5 'Festivalin uluslar arası özelliğinden dolayı davetli yabancı katılımcıların olması Mersin ve Türkiye'nin tanıtımına ve destinasyonların pazarlanmasına katkı sağladığını düşünüyorum.' K4 'Mersin tanıtım ve pazarlamasına bu etkinliği çok olumlu katkısı olduğunu düşünüyorum. Çünkü tanıtım yönünden oldukça yetersiz bir organizasyon gerçekleşmektedir. Festival boyunca dikkat ve ilgi uyandıracak etkinlikler yok denecek kadar azdır.'

Katılımcıların Narenciye Festivalinin geliştirilmesi için önerileri şu şekildedir:

K1 'Festivalin teması net bir şekilde belirlenmeli ve bu tema çok iyi işlenmelidir. Bu tema çerçevesinde katılımcılara deneyim yaşatacak etkinlikler düzenlenmelidir. Örneğin narenciye toplama, narenciyeli ürün hazırlama vb. gibi.' K3 'Festivalin gelişmesi için üst düzeyden en alta tüm kurumları çok iyi entegre olmalı ve destek vermelidir. Tanıtım konusunda önem verilmelidir. Günümüzde büyük önem taşıyan internet ve sosyal medya tanıtımları ile büyük kitlelere ulaşılmalıdır. Şehrin bütün değerleri çok iyi biçimde ifade edilmeli ve anlatılmalıdır.' K4 'Bu festivalin geliştirilmesi için yöresel ürünler ön planda tutulmalıdır. Bununla birlikte festivalin organizasyon kısmına daha profesyonel destek alınarak daha iyi getirilmelidir.' K6 'Festivalin daha fazla geliştirilmesi için planlama aşamasından uygulama aşamasına kadar daha etkin, organize ve profesyonel bir organizasyon yapılmalıdır. Bu tür festivalleri başarı ile gerçekleştiren komşu şehir Adana'nın rol model alınarak profesyonel organizasyon şirketleri ile çalışılmalıdır. Bununla beraber organizasyonda yerel ve doğal ürünler ön planda tutularak, katılımcı deneyimine sunulmalıdır. Tanıtım faaliyetlerine daha fazla önem gösterilerek daha büyük kitlelere ulaşılmalıdır. Böylelikle festivale yerel halkın yanı sıra bölge dışından da katılımın artışı sağlanarak şehir turizmine ve kentin pazarlanmasına daha fazla katkı sağlanacaktır.'

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Festivaller, destinasyonlara olumlu çekicilik kazandırarak ilham kaynağı olmaktadır. Yerel halk ve katılımcılar ile sosyal ve ekonomik entegrasyon sağlayarak kültürel mirasını aktarmanın yanı sıra sosyal mobilizasyon için uygun bir araç olarak sürdürülebilir kalkınma faydası elde eder (Bormann, 2015). Sürdürülebilir kalkınma ve turizm hedeflerine yönelik olarak alternatif turizm çeşitliliğini arttırmak isteyen turistik destinasyonlar, özgün değerlerini ve marka şehir kimliğini

geliştirmektedirler (Gotham, 2007). Bu kapsamda yüksek rekabet edebildikleri turizm çeşitliliklerine eğilim göstermektedirler (Graburn, 1983). Geleneksel olarak yapılan karnaval, yarış, sanat ve yöresel ürünleri kapsayan festivaller de önemli bir turizm çeşidi olarak destinasyona avantaj sağlamaktadır. Nitekim yapılan bu araştırma da Mersin'in şehir turizmine katkı sağladığı düşünülen festivallerinden biri olan Narenciye festivali üzerine yapılmıştır.

Elde edilen bulgular incelendiğinde, katılımcıların genel olarak festivalin şehir turizmine katkı yapmış olduğunu ancak bu katkının yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Bunun nedeni ise tanıtım ve organizasyon eksikliği olarak görmelerindedir. Tayfun ve Eraslan (2013), Ankara Alışveriş Festivali adlı yaptıkları çalışma da benzer şekilde tanıtım ve organizasyona daha fazla önem verilmesine vurgu yaparak araştırmada ki bu sonucu desteklemiştir. Katılımcıların Mersin'in yöresel ürünlerinin bilinirliği ile ilgili genel kanaati yöresel ürünlere çok az yer verilmesi ve bu yüzden bu ürünlerin tanıtımına katkı sağlamadığı yönündedir. Teması narenciye olması rağmen bu ürünler sadece alanda oluşturulan figürlerde sergilenmiştir. Çok az yerde katılımcılar bu ürünleri deneme fırsatı sağlamıştır. Bu nokta da daha fazla yöresel ürünlere yönelik stantlar kurulması gerektiği düşünülmektedir. Narenciye Festivali'nin Mersin'e festival turizmi açısından etkisi ile ilgili hem olumlu hem de olumsuz görüşler bulunmaktadır. Olumlu görüşlerin ortak noktası festival turizmi açısından umut vaat edici olması iken olumsuz görüşlerin ortak noktası festival organizasyonuna yeteri kadar önem verilememiş olmasıdır. Yine başka bir nokta ise festivalin temasına uygun olarak gerçekleşmemesi ve etkinliklerin katılımcıların temayla uyumlu tecrübelerini geliştirememesidir. Narenciye Festivali'nin Mersin'in destinasyon pazarlamasındaki rolüne ilişkin olumlu ve olumsuz görüşler mevcuttur. Festivalin uluslar arası özelliği, narenciye ile hazırlanan dev figürler, üniversite öğrencileri tarafından hazırlanan 33 metre tantuni ile en uzun tantuninin hazırlanması örneği gibi dikkat çekici etkinliklerin ulusal basın ve sosyal medya ortamında ilgi görmesi destinasyonun tanıtımı ve pazarlanmasına olumlu katkılar sağlamıştır. Festivalin tanıtım yönünün zayıf kalması, dikkat ve ilgi uyandıracak etkinliklerin az olması ise olumsuz görüşlerin birleştiği nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Narenciye Festivalinin geliştirilmesi için önerilere bakıldığında festivalin temasından uzaklaşmadan paydaşlarla etkili bir entegre ve koordinasyon içinde yapılması gerektiği ifade edilmiştir. Bunu yanı sıra yöresel ürünlerin daha fazla ön plana çıkarılarak yarışma ve etkinliklerle destinasyonun marka kimliğini tamamlamasında aktif rol almasının gerekliliği ortaya konulmuştur. Çünkü festivaller şehrin marka kimliğini etkilemekte (Polat vd., 2012) ve daha profesyonel organizasyonlar ve ulusal kapsamda tanıtım faaliyetleri sonrasında çok sayıda katılımcıyı olumlu etkilemektedir (Bezirgan ve Çolakoğlu, 2017:82).

- ✓ Narenciye Festivalinin geliştirilmesi için araştırmacılar tarafından öneriler şu şekildedir;
- ✓ Festivali temasına uygun şekilde yöresel ürünlerin daha fazla ön plana çıkarılması önerilmektedir.
- ✓ Yöresel ürünlere yönelik workshop, yarışma gibi etkinlikler katılımcı deneyimine açık hale getirilmelidir.
- ✓ Teması yöresel ürün olan ilgi ve dikkat uyandıracak etkinlikler çoğaltılarak festivalin çekiciliği artırılmalıdır.
- ✓ Festivalin planlanma aşamasından bitimine kadar tanıtım faaliyetlerinin daha etkili bir şekilde yürütülerek yerellikten kurtarılıp daha geniş kitlelere ulaştırılarak festival turizmi ruhu elde edilmesi gerekmektedir
- ✓ Sosyal medya ve kitle iletişim araçları kullanılarak festivalin ulusal ve uluslar arası boyut kazanması sağlanmalıdır.
- ✓ Festivali düzenleyen kuruluşların organizasyon ve etkinlikler için daha profesyonel danışmanlık alması yararlı olacaktır.
- ✓ Festivale katkı veren kurum ve kuruluşların daha entegre bir biçimde çalışarak ileride düzenlenecek festivallere daha iyi hazırlanması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. & Çetinkaya, N. (2018). *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Bezirgan, M., & Çolakoğlu, F. (2017). Festival Kalitesinin Turistlerin Bağlılıklarına Etkisi Burhaniye Deve Güreşleri Festivali Örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 74-84.
- Bormann, F. (2015). Cultural tourism and sustainable development: A case study of the AvatimeAmu (rice) festival in Volta region, Ghana. *Global Journal of Human-Social Science: Sociology & Culture*, 15(1), 15-20.
- Cudny, W. (2013). Festival tourism—the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geographical journal*, 65(2), 105-118.
- Cömert, M., & Çetin, K. (2017). Gastronomi Temalı Yerel Festivaller Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(54).
- Dalgın, T., Atak, O., & Çeken, H. (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47).
- Doğdubay, M. ve İlsay, S. (2016). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi Konulu Festivaller*, Hakan Yılmaz (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* içinde (s. 169-193). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., & Aratoğlu, C. (2018). Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mergen Aşçılık ve. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 228, 245.
- Ekiz, D. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Esu, B. B., & Arrey, V. (2009). Branding cultural festival as a destination attraction: a case study of Calabar Carnival Festival. *International Business Research*, 2(3), 182-192.
- Graburn, N. H. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of tourism research*, 10(1), 9-33.
- Gotham, K. F. (2007). (Re) branding the big easy: tourism rebuilding in post-Katrina New Orleans. *Urban Affairs Review*, 42(6), 823-850.
- Houghton, M. (2001), "The Propensity of Wine Festivals to Encourage Subsequent Winery Visitation", *International Journal of Wine Marketing*, 13 (3).
- Kömürcü, G, B. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Küçük, M. (2013), "Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma." Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, 14-16 Kasım 2013, Konya.
- Nurse, K. (2001). Festival tourism in the Caribbean: An economic impact assessment. *Report prepared for Inter-American Development Bank*.
- Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of tourism research*, 30(1), 7-30.
- Sullivan, D., & Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: a contributor to sustainable local economic development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.
- Sözer, Vural (1986). *Müzik ve Müzisyenler Ansiklopedisi*, Atlas Kitabevi: İstanbul.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*. 1. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tayfun, A., & Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık

Polat, S., Polat, S. & Halis, M. (2012). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği. *Değişen Dünyada Yerel Yönetimlerin Modernizasyonu Sempozyumu*. Kırgızistan

Quinn, B. (2006). Problematising 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of sustainable tourism*, 14(3), 288-306.

CNN, (2017). <https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-best-food-festivals/index.html> Erişim Tarihi: 28.09.2019

UNWTO, (2019). <http://marketintelligence.unwto.org/content/gastronomy-and-wine-tourism> Erişim Tarihi: 31.10.2019