



FESTİVAL KATILIMCILARININ MOTİVASYONLARI VE TURİSTİK DENEYİMLERİ

Araştırma Makalesi

Havva GÖZGEÇ MUTLU*, Cevdet AVCIKURT**, Aysu FİLİZ***

ÖZET

Bu araştırmanın amacı ilk olarak etkinlik turizmi içerisinde değerlendirilen deve güreşi festival katılımcılarının motivasyonlarını ve deneyimlerini belirlemektir. İkinci olarak katılımcıların gittiği diğer festivaller ve bu festivallerin motivasyonlarını belirleyerek deve güreşi festivali ile aralarındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya çıkarmaktır. Bu amaç için 37. Geleneksel Selçuk Efes Deve Güreşi ziyaretçilerinden 20 kişi, örneklem olarak seçilmiştir. Bu örneklemden veriler derinlemesine görüşmeler ile toplanmıştır. Verilere MAXQDA Analytics Pro nitel veri analizi programı aracılığıyla içerik analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucu, katılımcıların daha çok *kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma* ve *eğlenme* motivasyonu ile deve güreşi festivallerine katıldıklarını göstermektedir. Ayrıca katılımcıların deve güreşi festivali motivasyonları ile diğer festival motivasyonlarının büyük oranda benzerlik gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Festival motivasyonu, festival deneyimi, deve güreşi festivali, içerik analizi.

JEL Sınıflama Kodları: L83, Z3

MOTIVATIONS AND TOURISTIC EXPERIENCES OF THE FESTIVAL PARTICIPANTS

Research Article

ABSTRACT

The first aim of this study is to determine the motivations and experiences of camel wrestling festival participants evaluated in event tourism. The second aim is to determine motivations of the participants attending the other festivals and to reveal similarities and differences between them. Qualitative design has been adopted in the research. For this purpose, 20 participants were selected as sample from the 37. Traditional Selçuk Ephesus Camel Wrestling visitors. Data from this sample were collected through in-depth interviews. Data were collected from the participants via these questions. Content analysis was employed to the data's through MAXQDA Analytics Pro qualitative data analysis program. The findings show that, participants mostly attend with *motivation of having connection with cultural and ethnic origins* and for *fun* to the camel wrestling festivals. In addition, it was determined that the participants' camel wrestling festival motivations and the other festival motivations were mostly similar.

Keywords: Festival motivation, festival experience, camel wrestling festival, content analysis.

JEL Classification Code: L83, Z3.

*Arş. Gör., Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, hgozgec@bandirma.edu.tr, orcid.org/0000-0003-3891-8960

**Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, avcikurt@balikesir.edu.tr, orcid.org/0000-0002-9169-9763

***Bilim Uzmanı, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, almazaysu@gmail.com, orcid.org/0000-0002-6313-0617

“Gözgeç-Mutlu, H., Avcıkurt, C. Ve Filiz, A. (2020). Festival Katılımcılarının Motivasyonları ve Turistik Deneyimleri, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, Vol 4: No: 2, p.219-233, doi: 10.30625/ijctr.819864”

Makale Gönderim Tarihi: 02.11.2020

Kabul Tarihi: 09.12.2020

GİRİŞ

Etkinlikler bir şehrin, bölgenin veya ülkenin sosyal ve ekonomik yönden canlandırılmasına katkıda bulunan faaliyetlerdir. Etkinlikler içinde değerlendirilen festivaller herhangi bir toplulukta kültür ve yaratıcılığın önemli bir vitrini ve turistleri çekmek için ekonomik kalkınma stratejilerinin temel taşıdır. Festivaller yerel ve ulusal düzeyde önemli bir gelir ve turizm kaynağı olarak görülmektedir (UNESCO, 2015). Yöresel festivaller ise kırsal bölgeler için ekonomik açıdan kurtarıcı bir özelliğe sahiptir. Bu tarz etkinlikler, iç turizmin hareketlenmesine de katkı sağlamaktadır. Yöresel festivaller sadece ekonomik değil sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik anlamda ele alındığında insanların kış aylarında rahatlamaları, eğlenmeleri, karşılıklı paylaşımlarda bulunmaları ve daha dinamik, mutlu bir ruhsal yapıya sahip olmaları bakımından da önemlidir.

Yöresel festivallerden en yaygın ve katılımcı sayılarının yüksek olduğu faaliyetlerden biri de deve güreşleridir. Anadolu’da göçebelik ve kervancılığın yaygın olduğu dönemlerden beri yapılan deve güreşleri ülkemize özgü bir spor, folklor, kültür ve turizm olayıdır. Yerel halk diğer büyük festivallerde yalnızca seyircidir. Deve güreşi festivallerinde ise yerel halk seyir dışında deve güreşlerini organize eder, etkinliklerde dans eder ve eğlenir. Bu festivalde halk kendi sanatını ve kültürünü göstermektedir. Deve güreşleri bir kültür alışveriş merkezi olup Ege bölgesi için gerçek anlamda bir halk festivalidir (Kılıçkiran, 1987).

Motivasyon, turist seyahat davranışlarının arkasında yatan güç olarak ifade edilebilir. Fiziksel, kişisel, toplumsal ve kişilerarası motivasyonlar her yıl binlerce ziyaretçiyi festivallere çekmektedir. Bu festivaller, turistik deneyimin yüksek düzeyde yaşandığı etkinlik turizmi faaliyetleridir. Bu festivaller yöreye özgü çeşitli kültürel değerlerin katılımcılar tarafından birebir deneyimlendiği alanlardır.

Turizm alanındaki mevcut çalışmaların deve güreşi festival kalitesinin turistlerin bağlılıklarına etkisi (Bezirgan ve Çolakoğlu, 2017) ve bu festivallerin destekleyici turistik ürün niteliği (Çulha, 2008) üzerine yapıldığına rastlanmıştır. Deve güreşleri farklı motivasyonlarla binlerce yerli ve yabancı ziyaretçi çekmektedir. Uluslararası düzeyde gelenekselleşen bu festival çeşidi turistik motivasyon ve deneyim açısından çok sınırlı

çalışılmıştır. Ayrıca, deve güreşi festivallerinin diğer festivaller ile benzerliklerinin ve farklılıklarının ortaya konması gerektiği düşünülmektedir. Festivaller benzer motivasyonlar taşısa da birbirlerinden ayrıldıkları belli noktalar olabilmektedir (Crompton ve McKay, 1997). Bu nedenle çalışma, ilk etapta deve güreşi festivali ziyaretçilerinin motivasyonlarının ve deneyimlerinin belirlenmesine odaklanmaktadır. İkinci etapta bu ziyaretçilerin katıldığı farklı festivallerin motivasyonları belirlenip karşılaştırılma yapılması amaçlanmaktadır. Katılımcılar, seyirci sayısı ile Guinness Rekorlar Kitabı’na giren 37. Selçuk Efes Deve Güreşi Festivali ziyaretçilerinden seçilmiştir. Bulunan sonuçlarla, alan yazındaki boşluğun doldurulacağı ve elde edilen verilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı ve festival düzenleyicileri için yol gösterici olması beklenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Etkinlik Turizmi ve Festivaller

Etkinlik turizmi hem bir çalışma alanı hem de küresel açıdan önemli ekonomik bir sektördür. Arz yönünden değerlendirildiğinde bir destinasyon için etkinlik turizmi uygulanacak etkinliklerin geliştirilmesi ve planlanmasıdır. Talep yönünden değerlendirildiğinde ise etkinlik turizmi evdeyken veya seyahatteyken turistlerin etkinliklere katılma niyetini ifade etmektedir. Turistler ana faaliyet alanı olduğunda “destinasyon etkinlikleri” oluşturularak turist sayısının en üst rakamlara ulaşması amaçlanır. Etkinlik turizminin destinasyon pazarlaması, olumlu imaj yaratma, alt yapı gibi destekleyici hizmetlerle destinasyonu geliştirme, tekrar ziyaret etmeye teşvik etme, talebi düşük sezonlara ve daha az talep edilen destinasyonlara çekme ve turistlerin kalış sürelerini arttırma gibi işlevleri vardır (Getz, 1997, 2012, 2013).

Etkinlik turizmi; iş etkinlikleri, spor etkinlikleri, eğlence etkinlikleri ile festival ve diğer kültürel kutlamalardan oluşan dört ana sektörden oluşmaktadır (Getz, 2014). Ziyaretçi sayılarına göre etkinlik turizmi çeşitleri şu şekildedir (Çulha, 2008: 1830):

- Uluslararası Büyük Etkinlikler: “Olimpiyat Oyunları vb.”
- Ulusal Etkinlikler: “Cannes Film Festivali vb.”

- Önemli Bölgesel Etkinlikler: “İstanbul Müzik Festivali vb.”
- Küçük Bölgesel Etkinlikler: “Turizm fuarı gibi çeşitli ticaret ve sanayi fuarları”
- Yöresel Etkinlikler: “Deve güreşi, kiraz festivali gibi yöresel festivaller ve çeşitli müzik, tiyatro gruplarının gösterileri, resim sergileri vb.”

Bu etkinlik çeşitleri destinasyonlara turist çekerek turizm sezonunun uzamasına, turizmden elde edilen bölgesel gelire, istihdama, destinasyonun turistik imajına ve toplumsal hayatı hareketlendirerek topluluk hissi yaratılmasına da fayda sağlar (Yolal, 2017). Özellikle festivaller popüleritesi nedeniyle de dünyada en çok dikkat çeken etkinlik turizmi faaliyetlerinden biridir.

Festival “dönemi, yapıldığı çevre, konusu, katılanların sayısı gibi nitelikleri belli bir programla belirtilen özel önemi olan sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün, dönem veya belli bir temaya yönelik olarak düzenlenen, tek seferlik veya belli aralıklarla tekrarlanan gösteri ve etkinlikler dizisi” olarak tanımlanmıştır (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012: 2). Getz (2005: 21) ise kısaca festivali “temalı, halk kutlaması” olarak tanımlamaktadır. Önceki dönemlerden beri festivallerin popülerliğinin artmasının 13 potansiyel sebebi aşağıda özetlenmiştir (Hunyadi, Inkei ve Szabo, 2006: 12-13):

1. Ziyaretçiler benzer zevk ve yaşam tarzları olan diğer insanlarla ortak deneyime sahip olur.
2. Festival süresince günlük yaşamda egemen olan toplumsal farklılıklar ortadan kalktığı için festivallerde herkes eşittir.
3. Festivaller ister sanat ister diğer alanlarda olsun, bir dalın en iyi, en ilginç, en yeni, en orijinal gibi “en iyilerini” toplar. Bu şekilde ziyaretçiye bilgili olmasının yanı sıra ayrıcalıklı olma hissi de verir.
4. Festivaller, izleyicisini bilinmeyene karşı şüpheyi azaltan, özgürlüğe teşvik eden ve hoşgörüyü güçlendiren diğer insanlar, kültürler ve sanat biçimleriyle tanıştırır.
5. Yerel festivaller kültürel yaşamı canlandırmanın yanı sıra yerel halkın organizasyona katılması ile yerel halkın kimlik duygusunu da güçlendirir.
6. Yerel festivaller kendi yerel değerlerinin benzersizliğini sunarak küreselleşmenin standartlaştırıcı etkisiyle mücadele edebilir.

7. Festivaller “kültürel olarak tembel” insanlara çok fazla deneyim sunar. Toplumun eğitimsiz katmanlarında yer alan ziyaretçilere elde edemeyecekleri veya çok nadiren elde edecekleri deneyimler ve bilgiler sağlar. Gençler ise kültürün tadına bakarak kültürün düzenli tüketicileri haline gelebilir.
8. Festivallerde daha popüler kültür biçimleri, yüksek kültürün “ev sahipleri” haline gelir. Bu sayede diğer daha az popüler kültür biçimleri de satılabilir.
9. Festivaller günlük yaşamın yeme veya içme gibi belirli sıradan alanlarını özel olaylara dönüştürür. Festivaller sadece sıradan yaşamın zevklerini sunmakla kalmaz, aynı zamanda gastronomi ve şarap kültürünü de yayar.
10. Bir festival organize etmek ve yürütmek genellikle çeşitli kurum ve kuruluşların ortak çabalarını gerektirir. Bu çabalar ekip çalışması becerilerini güçlendirir.
11. Festivallerin bir türü olan amatör sanat festivali, katılımcılarına yaratıcılıklarını uyandırma, kendilerini ifade etme, kendini gerçekleştirme imkânı sunar. Bu girişimler katılımcıların özgüveninin artmasında ve sanatsal çabalarının devam etmesinde etki olur.
12. Sanat festivalleri söz konusu olduğunda, özellikle uluslararası ise, diğer sanatçı ve prodüksiyonlarla tanışmak sanatçılara ilham verir ve sanatsal gelişimlerini destekler.
13. Festivaller çevrenin gelişmesine izin verir ve ideal olarak ekonomik büyümeyi de destekler. Eski, bakımsız binalar yeni işlevler kazanır, bölgenin nüfusu yeni iş olanaklarına sahip olur ve bu olumlu görüntü yeni yatırımcıları, yeni etkinlikleri, hizmet şirketlerini, bilim, ekonomi, eğitim ve kültür temsilcilerini çekebilir.

Festivallere Yönelik Motivasyonlar ve Deneyimler

Motivasyon, turist davranışlarına sebep olan itici ve çekici bir güçtür. İtici güç, seyahat öncesi karar alma sürecinde ortaya çıkan sosyo-psikolojik yani içsel faktörlerden oluşurken; çekici güç, seyahat kararı alındıktan sonra destinasyon seçim kararını etkileyen dışsal faktörlerdir (Iso-Ahola, 1982). Etkinliklere katılma motivasyonu benzer olarak içsel ve dışsal faktörlerden kaynaklanabilmektedir. Getz (1997) bu motivasyonları üç kategoriye ayırmıştır:

1. Fiziksel motivasyonlar: “Yeme-içme, rahatlama, egzersiz, konfor vb.”
2. Toplumsal ve kişilerarası motivasyonlar: “Kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma, sosyalleşme, çeşitli gruplara katılma, toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi, statü/saygı kazanma ve tanınma isteği vb.”
3. Kişisel motivasyon: “Arzularını gerçekleştirme, bilgi arayışı, yeni deneyimler arama, anlaşılma isteği vb.”

Bazı yazarlar, etkinlik katılımcılarının farklı etkinliklerde farklı motivasyonlar sergilediğini öne sürerek (Crompton ve McKay, 1997; Li ve Petrick, 2006; Nicholson ve Pearce, 2001), genelleştirilebilir bir motivasyon ölçeğinin henüz geliştirilemediği sonucuna varmıştır. Genel olarak farklı festivallere katılan ziyaretçilerin ortak motivasyonları *yenilik, heyecan, sosyalleşme, merak, kaçış, rahatlama, aile birliği* olarak belirlenmiştir (Backman vd., 1995; Crompton ve McKay, 1997; Duran ve Hamarat, 2014; Formica ve Uysal, 1996; Formica ve Uysal, 1998; Lee, 2000; Uysal vd., 1993; Mohr vd., 1993; Schneider ve Backman 1996; Scott (1996). Ayrıca Crompton ve McKay, 1997; Duran ve Hamarat, 2014; Formica ve Uysal, 1998; Lee, 2000) festivallerin *kültürel keşif* motivasyonu ile ziyaret edildiğini belirtmiştir. Bu motivasyonların neden olduğu festival ziyaretleri de farklı deneyimlerin yaşanmasına sebep olmaktadır.

Deneyimler, bireyler için yüksek düzeyde olumlu duygu sağlama yoludur (Farber ve Hall, 2007). Eşsiz ve akılda kalıcı deneyimler, tüketicilerin yaşamlarının önemli bir parçasıdır ve muhtemelen tedarikçiler için rekabet avantajı elde etmenin en iyi yoludur (Pine ve Gilmore, 1999). Boş zaman deneyimleri ve turistik deneyimler genellikle benzersiz ve özel olarak görülmektedir (Mannell ve Iso-Ahola, 1987). Deneyim ekonomisinin başlıca göstergesi olan etkinliklerde ve festivallerde deneyimler giderek daha önemli hale gelmektedir (Geus vd., 2016). Bu etkinlikler boş zaman, sosyal ve kültürel deneyimler için benzersiz fırsatlardır (Getz, 1997). Geus ve arkadaşları (2016) etkinlik deneyimini açıklayan bir model geliştirmiştir. Bu modele göre etkinlik deneyimi “bir birey ile etkinlik ortamı (hem fiziksel hem de sosyal) arasında, birden çok deneyimsel öge ve çıktıyı (örneğin memnuniyet, duygular, davranışlar, biliş, anılar ve öğrenme)

içeren, katılım veya katılım düzeyiyle farklılaşan bir etkileşimdir.”

Deve Güreşi Festivalleri

Etkinlik turizmi kapsamında destekleyici ürün olarak kabul edilen ve kırsal turizmin canlanmasını sağlayan deve güreşi festivalleri kış aylarında Ege Bölgesi'nin en büyük destekçisidir. Yazın taramasında deve güreşlerinin 4000 yıllık tarihi geçmişi olduğu ve yalnızca Türk kültüründe bu güreşlerin yapıldığı görülmektedir. Ülkemizde geleneksel olarak sürdürülen deve güreşlerinin ilk defa bundan iki yüzyıl kadar önce Aydın ilinin İncirliova ilçesine bağlı Hıdırbeyli köyünde yapıldığı bilinmektedir (Çulha, 2008: 1835). Geleneksel festival amaçlı deve güreşleri Aydın ilinden başka Antalya, Balıkesir, Çanakkale, Denizli, İzmir, Manisa, Muğla illeri ve bu illerin ilçelerinde yapılmaktadır.

Diğer yandan bugün Türkiye’de 9 ilde gerçekleşen deve güreşlerinin bölgesel ekonomiye olan katkısı azımsanmayacak kadar yüksek olmakla beraber birçok kişiye de istihdam yaratmaktadır. Bir deve güreşi festivali her yıl yaklaşık 2000 ile 30000 kişi tarafından izlenmektedir (DEĞÜF, 2018). Katılımcı sayıları ilden ile ve yıldan yıla değişmektedir. Katılımcıların çok büyük çoğunluğu genellikle yerel çevreden, kırsal kesimlerden gelen erkekler ve her yaş grubundan seyircilerdir. Yine seyircilerin büyük çoğunluğu alt veya orta gelir seviyesine sahip kişilerdir (Yılmaz ve Ertuğrul, 2015: 167). Katılımcı profili dikkate alındığında deve güreşi festivallerinin çok yüksek oranda yerel halkın katılımıyla gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Çalışmaya konu olan ve deve güreşlerinin Kırkpınar’ı olarak nitelendirilen Geleneksel Selçuk Deve Güreşi Festivalinin ise (2019) 37.si yapılmıştır. Festival Pamucak Deve Güreşleri sahasında 120 devenin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Yerli ve yabancı birçok turist tarafından takip edilmektedir (İHA, 2011). Festivale katılımcı sayısının çokluğu ve popülaritesinin yüksek olması nedeniyle seyahat acenteleri tarafından turlar düzenlenmektedir. 20 bin katılımcı ile (Ercan, 2015), Selçuk Deve Güreşi Türkiye’de en yüksek katılımcı sayısına sahip festival olmuştur. Seyirci sayısı ile Guinness Rekorlar Kitabı’na giren, Dünya Festivaller Kitapçığında yer alan, dünya basını tarafından takip edilen 10 etkinlikten biri olarak gösterilen

Selçuk Efes Deve Güreşleri Festivali, Selçuk Belediyesi tarafından düzenlenmektedir (Milliyet, 2019).

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı tercih edilmiş ve örnek olay incelemesi benimsenmiştir. Örnek olay incelemesi, başlangıç noktasının gerçek hayatla ilgili olduğu durumlarda tercih edilen bir yöntem olup, soruların neden ve nasıl cevaplarının arandığı derinlemesine araştırmalarda kullanılmaktadır (Yin, 2014). Örnek olay incelemesi, festival motivasyonlarını ve deneyimlerini tümevarımsal olarak keşfetmek için uygun bir araştırma stratejisi kabul edilir. Kullanılan veri toplama yöntemi hazırlanan yarı-yapılandırılmış sorular ile yapılan görüşmelerdir.

Örneklem

Çalışmada amaçsal örnekleme yöntemi benimsenmiştir. “Amaçsal örnekleme, çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanır” (Büyüköztürk vd., 2018).

Araştırmanın evrenini, İzmir’in Selçuk ilçesinde 20 Ocak 2019 tarihinde 37.’si gerçekleşen Selçuk

Efes Deve güreşine katılan yaklaşık 20 bin ziyaretçi (Ercan, 2015) oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu evrenden seçilen 20 festival ziyaretçisi oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda örneklem sayısının belirlenmesinde toplanan verinin kalitesi ve tekrar edilmesi ilkesi gözetilir. Ayrıca doktora tezi ve diğer çalışmalarda 20-30 katılımcı yeterli görülmektedir (Kozak, 2018: 103). Bu ilkeler doğrultusunda 20 katılımcı yeterli görülmüştür. Katılımcılardan elde edilen demografik bulgulara göre katılımcıların 9’u “erkek” 11’i “kadın”dır. Katılımcıların 8’i “ilköğretim mezunu”, 1’i “okuma-yazma biliyor”, 4’ü “lise”, yine 4’ü “ön lisans” ve 3’ü “lisans” mezunudur. Katılımcıların 6’sı turizm sektöründe “aşçı”, “resepsiyon görevlisi”, “komi”, “hediyelik eşya satıcısı”, “muhasibeci” ve “kat hizmetleri personeli”, 5’i “çiftçi”, yine 5’i “Ev hanımı” 1’i “öğrenci”, 1’i “aşçı”, 1’i “işsiz”, 1’i süpermarkette “idareci”dir. Katılımcıların 14’ü “evli” 6’sı “bekâr”dır. Katılımcıların 14’ü festivale “her yıl”, 5’i “nadiren” ve 1 katılımcı ilk defa ziyaret etmiştir. Tablo 1’de katılımcılara ait bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1. Görüşmeye katılanlara ait bilgiler

Katılımcı Numaraları	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Seviyeleri	Meslek	Medeni durum	Ziyaret Sıklığı
Katılımcı 1	Erkek	58	İlköğretim	Çiftçi/Emekli	Evli	Her yıl
Katılımcı 2	Erkek	56	İlköğretim	Çiftçi/Emekli	Evli	Her yıl
Katılımcı 3	Erkek	30	İlköğretim	Aşçı/Turizm	Evli	Nadiren
Katılımcı 4	Kadın	24	İlköğretim	Ev Hanımı	Evli	Nadiren
Katılımcı 5	Erkek	56	İlköğretim	Çiftçi /Emekli	Evli	Nadiren
Katılımcı 6	Kadın	39	İlköğretim	Ev Hanımı	Evli	Her yıl
Katılımcı 7	Kadın	18	Lise	Öğrenci	Bekar	Her yıl
Katılımcı 8	Erkek	46	İlköğretim	Çiftçi	Evli	Her yıl
Katılımcı 9	Erkek	64	Okuma-yazma biliyor	Çiftçi /Emekli	Evli	Her yıl
Katılımcı 10	Kadın	24	Lisans	İşsiz	Bekar	Nadiren
Katılımcı 11	Erkek	27	Lise	Aşçı	Evli	Her yıl
Katılımcı 12	Kadın	28	Lise	Ev hanımı	Evli	Nadiren
Katılımcı 13	Kadın	26	Lisans	Resepsiyon Görevlisi/Turizm	Bekar	Her yıl
Katılımcı 14	Erkek	36	Ön lisans	İdareci/Süpermarket	Evli	Her yıl
Katılımcı 15	Kadın	22	Ön lisans	Komi/Turizm	Bekar	Her yıl
Katılımcı 16	Erkek	29	Lise	Hediyeli Eşya Satıcısı /Turizm	Evli	Her yıl
Katılımcı 17	Kadın	26	Ön lisans	Ev hanımı	Evli	Her yıl
Katılımcı 18	Kadın	26	Ön lisans	Ev hanımı	Evli	Her yıl
Katılımcı 19	Kadın	26	Lisans	Muhasebe/Turizm	Bekar	Her yıl
Katılımcı 20	Kadın	57	İlköğretim	Kat Hizmetleri/Turizm	Bekar	İlk defa

Veri Toplama Yöntemi

Görüşmelere rehberlik etmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Soruların ilk formu literatüre dayalı olarak oluşturulmuştur. İki katılımcıya yapılan iki pilot çalışma ile soruların etkinliği test edilmiş ve sorularda düzeltmeler yapılmıştır. Nitel araştırmalarda incelenen olaya ilişkin problem durumunun soru cümlesine dönüştürülmesi söz

konusudur (Baltacı, 2019). Kavramsal çerçeve ile sınırları çizilen problem durumu, incelenen olaya ilişkin soru formunda biçimlendirilir (Patton, 1990; Sandelowski, 1986). Araştırmanın problem durumuna bağlı olarak kuramsal çerçeve doğrultusunda sırası ile araştırmanın soruları hazırlanmıştır. Açık uçlu soruların son hali Tablo 2'de listelenmiştir.

Tablo 2. Görüşme Soruları

1. Deve güreşi festivaline izlemeye geliş motivasyonunuz nedir?
2. Deve güreşi festivali sırasında tecrübe ettikleriniz nelerdir, anlatır mısınız?
3. Önümüzdeki yıllarda tekrar gelmeyi düşünüyor musunuz?
4. Deve güreşi dışında başka hangi etkinliklere/festivallere katılırsınız ve o etkinliklere katılım motivasyonunuz nedir?

Veriler, katılımcılardan yüz yüze derinlemesine görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen katılımcıların her biriyle yaklaşık 10-15 dakika arasında ve 20 Ocak 2019 tarihinde görüşülmüştür. Katılımcıların sorulara benzer cevaplar vermesi, cevapların tekrar etmesi ve toplanan verilerin kalitesinin (Kozak, 2018: 103) yeterli görülmesi toplam katılımcı sayısının 20 ile sınırlandırılmasına sebep olmuştur. 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 sözü verilmiştir. Ses kaydına izin vermeyen katılımcı olmamıştır.

Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışmaları

Araştırmanın inandırıcılığı arttırmaya yönelik olarak uzun süreli etkileşim, katılımcı teyidi ve uzman incelemesi yöntemlerine (Holloway ve Wheeler, 1996) başvurulmuştur. Araştırmacılar görüşmelere yeterli zaman ayırıp, bizzat katılarak, grubu tanıma kültürünü ve dilini anlama imkânına sahip olmuştur. Bu şekilde araştırmacılar grubun verdikleri cevaplar ile beden hareketlerinin örtüştüğünü gözlemlemiştir. Araştırmacıların bu sayede ön yargıları azalmıştır ve çalışmanın objektifliği artmıştır. 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 ve Şimşek, 2013). Çalışmanın kodlaması ve temaların oluşturulmasında uzman birinin incelemesine

başvurulmuştur. Ayrıca çalışmada iç güvenilirliği sağlamak için sık sık katılımcıların görüşlerini anlatan doğrudan alıntılara yer verilmiştir (Shenton, 2004; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel çalışmalarda bulgular, araştırmacıların görüşleri yerine katılımcıların görüşlerini içermelidir (Lincoln ve Guba, 1985). Bu şekilde çalışmanın denetlenebilirliği ve aktarılabilirliği sağlanmıştır. Ayrıca veri toplamada anlatıldığı gibi soruların netliğini ölçmek için de iki katılımcı ile iki pilot çalışma yapılmıştır.

Veri Analizi

Ses kayıt cihazı ile toplanan veriler yazıya dökülmüş ve bulgular saptanmıştır. Her bir katılımcı için ayrı metin belgesi hazırlanmıştır. Katılımcılar sırası ile katılımcı 1,2,3... şeklinde isimlendirilmiştir. Kodlama yapılırken metin belgelerindeki ifadeler dikkatlice okunmuş, incelenmiştir. Bunun sonucunda kodlamaların bir kısmı alanyazına (Getz, 1997) bağlı kalarak bir kısmı ise araştırmacılar tarafından belirlenmiştir. Metin belgelerindeki veriler Excel'de düzenlenerek kodlanmıştır. Daha sonra veriler MAXQDA Analytics Pro 2018 (18.1.1) programında içerik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi ile insanların veya grupların inançları, tutumları, tutumları, değerleri ve düşünceleri ortaya çıkartılabilmektedir (Büyüköztürk vd., 2018). İçerik analizinde veriler sınıflara ayrılmalı, alt ve üst sınıflamalar yapılarak, bunlar arasındaki bağlantıyı gösterecek matris hazırlanmalıdır. Bu şekilde sınıflamalar sayısal verilere dönüştürülerek, nitel veri analiz programı ile bilgisayarda gerekli analizler yapılabilir (Sönmez ve Alacapınar, 2018: 273). Araştırmada

araştırmacılar arasında kodlar tartışılmıştır. Tartışmalardan sonra tüm metin birimlerinin kodları hakkında anlaşma sağlanmıştır.

BULGULAR

Bulgular 2 temaya ayrılmıştır; (1) Deve güreşi festival motivasyon faktörleri ve deneyimleri (2) gidilen farklı festivaller ve motivasyon faktörleri.

Deve Güreşi Festival Motivasyon Faktörleri

“Fiziksel motivasyon”, “kişisel motivasyon” “toplumsal ve kişilerarası motivasyon” ve “festival deneyimi” şeklinde dört farklı kategori belirlenmiştir. Her motivasyon faktörünün altında yatan sebepler ve festival deneyimleri Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: Temalar, kategoriler ve kodlar arasındaki ilişki

Temalar	Kategoriler	Kodlar	Kod Sıklığı (f)
Festival motivasyonu ve deneyimi	Fiziksel motivasyon	Eğlenmek	10
		Yeme-içme	3
		Rahatlamak	4
	Kişisel motivasyon	Bilgi arayışı	2
		Yeni deneyimler aramak	7
		Toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi	6
	Toplumsal ve kişilerarası motivasyon	Kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma	10
		Coşku	4
		Rahatlama	4
		Ortamı gözlemlemek	9
Festival deneyimi	Nostaljik hisler	1	
	Üzüntü	3	
	Yarışma heyecanı	8	
	Sıcak aile ve arkadaşlık ilişkileri	14	
	Yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi	14	

Not: Bütün tablolar araştırmacılar tarafından MAXQDA nitel veri analizi programından elde edilen kod matris sonuçlarına göre hazırlanmıştır.

Eğlenmek: Katılımcıların yarısının deve güreşi festivaline eğlenmek, güzel vakit geçirmek için katıldığı belirlenmiştir. Bu kodun ortaya çıkmasını sağlayan katılımcıların ifadeleri:

“Ailecek hava değişikliği olsun, piknik yapalım, eğlenelim diye geldik (Katılımcı 13).”

“Deve güreşi festival havasında geçiyor, ortam güzel oluyor arkadaşlarla eğlenmemizi sağlıyor. O nedenle geldim (Katılımcı 16).”

“Festivallere katılmayı seviyorum, eğlenceli insanların bir arada olması insanı eğlendiriyor. Ayrıca, sosyal medyada paylaşıyorum bu

Fiziksel motivasyon

Fiziksel motivasyon faktörleri, katılımcıların çoğunun üzerinde etkili olmuştur. Bu motivasyon faktör kodları; Yeme-içme, eğlenmek ve rahatlamaktan oluşmaktadır.

Yeme-içme: Bazı katılımcılar üzerinde yeme-içme faktörü etkili olmuştur. Bu faktörü dile getiren katılımcıların üçü de kadındır. Kadın katılımcıların ifadeleri:

“Develerin sucuğunu çok övüyorlardı onu merak edip yemek için geldim (Katılımcı 4).”

“Sucuk ekmek yemeyi çok sevdiğim için geldim (Katılımcı 15).” şeklindedir.

görüntüleri güzel oluyor (Katılımcı 18).” şeklindedir.

Rahatlamak: Katılımcıların yarısı bu festivale rahatlamak için geldiğini belirtmiştir. Özellikle kadın katılımcıların eğlenme ve rahatlama faktörü ile festivale geldiği edinilen bulgular arasındadır. Bir katılımcının ifadesi bu kodu en iyi şekilde özetlemiştir:

“Deve güreşi festivaline stres atmak ve eğlenmek için geldim (Katılımcı 3).”

Kişisel motivasyon

“Bilgi arayışı” ve “yeni deneyimler arama” şeklinde kodlanan kişisel motivasyon faktörleri katılımcıların bazıları üzerinde etkili olmuştur.

Bilgi arayışı: Bazı katılımcılar, develere ait özellikleri merak ettiklerini farklı bilgiler öğrenmek istediklerini ifade etmiştir. Katılımcılardan birinin ifadesi şöyledir.

“Eski kültürümüzü devam ettirmek ve deveciliğe dair bilmediklerimi öğrenmek için geldim. Develerin üzerindeki eski motifler renkler hoşuma gidiyor (Katılımcı 8).”

Yeni deneyimler arama: Bazı katılımcılar deve güreşi festivaline yeni deneyimler aramak için ziyaret ettiklerini belirtmiştir. Bu katılımcıların hepsi kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılardan birinin görüşü şu şekildedir:

“Deve her zaman gördüğümüz bir hayvan olmadığı için onları görüyorum, yanlarından geçiyorum, dokunuyorum. Değişiklik oluyor bana (Katılımcı 7).”

Toplumsal ve kişilerarası motivasyon

“Toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi”, “kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma” ve “sosyalleşme” şeklinde kodlanan toplumsal ve kişiler arası motivasyon faktörleri katılımcıların yarısının ziyareti üzerinde etkili olmuştur.

Toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi: Katılımcıların özellikle “Yörük” kimliği taşımaları ve orada kültürlerine has değerleri görmek ve göstermek istemeleri katılımcıların ziyaretlerini etkilemiştir. Bu motivasyon faktörünü en iyi şekilde özetleyen katılımcı görüşleri aşağıda verilmiştir:

“Devecilik ve deve güreşi bizim dedelerimizden beri süregelen bir gelenek, biz de bunu devam ettirip kültürümüzü tanıtıyoruz, devam ettiriyoruz (Katılımcı 5).”

“Genimizde var zaten bu devecilik, deve güreşine o duygularımı yaşatmak için geldim (Katılımcı 9).”

“Gelenek ve göreneklerimiz yaşatmak için geldim (Katılımcı 11).”

“Yörük kültürümüzü görmek için gittim (Katılımcı 12).”

Kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma: “Yörük” kimliği taşıyan katılımcılar üzerinde bu faktör kilit faktör olarak belirlenmiştir. Bu katılımcılar çok eski zamanlardan beri gelen

devecilik kültürü ile bağlantı kurmak ve devam ettirmek için festivale katılmıştır. Katılımcıların bu motivasyonlarını en iyi özetleyen görüşler şu şekildedir:

“Babadan dededen beri bizde deve güreşi festivaline gidilir. Onlar Yörüklüğü deve ile yapmışlar. Onlar gittiği için şimdi biz de gidiyoruz (Katılımcı 1).”

“Deve güreşi bizim kültürümüzü, geleneğimizi yansıttığı için ve Yörük kültürünü sürdürmek için her deve güreşine gideriz. Bilhassa kendi kültürümüz olduğu için ve develerin içinde büyüdüğümüz için geliyoruz (Katılımcı 2).”

Deve Güreşi Festival Deneyimi

Festival deneyimi temasının altında “rahatlama”, “ortamı gözlemlemek”, “nostaljik hisler”, “üzüntü”, “yarışma heyecanı”, “sıcak aile ilişkileri” ve “yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi” kodları belirlenmiştir. Deve güreşi festivalinde edinilen deneyimler Tablo 3’de verilmiştir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu olumlu duygular ile ziyaretlerinden memnun olarak ayrılmıştır. Memnuniyet duyan katılımcıların sıklığı “14”tür. Nötr olan katılımcıların sıklığı ise “6”dır. Katılımcıların “5”inin deve güreşi festivaline tekrar katılmak istemediği bulgusuna erişilmiştir.

Coşku: Katılımcıların bazıları tarafından yoğun olarak hissedilen bir festival deneyimidir. Bu deneyimi en iyi anlatan örneklerden biri şu şekildedir:

“Biz sabah erken geliyoruz dua ile başlarız, sonra istiklal marşı, sonra saygı duruşu ve bismillah çeker sevinç ile coşku ile başlarız. Sonra cazgırın manileri ile daha da coşarız. Deve çatal kaparı yapar daha çok coşarız. Sonra o coşku ile poşularımızı havaya fırlatırız (Katılımcı 11).”

Rahatlama: Katılımcıların bazıları bu festivalde rahatladıklarını belirtmiştir. Katılımcılardan birinin bu deneyimle ilgili ifadesi şu şekildedir:

“Festival alanının doğası iyi geldi, çok ferahtı kendimi rahatlamış hissettim (Katılımcı 8).”

Ortamı gözlemlemek: Yarışmayı ve ortamı gözlemlemek katılımcıların bazılarının edindiği deneyimler arasındadır. Bu deneyimi örneklendiren katılımcı görüşü şöyledir:

“Çığırtağın neler yaptığını ve hayvanların güreşmesini izledim. Güreşen develer sahiplerini görünce sakinleşiyorlar. Hediyelik eşya satanların

deve figürlü ürünleri çok ilgimi çekti (Katılımcı 8).”

Nostaljik hisler: Katılımcılardan biri bu festival ziyaretinden nostaljik hisler edindiğini ifade etmiştir. Bu deneyimi en iyi özetleyen katılımcı görüşü şu şekildedir:

“Kayınvalidem ve kayınpederim develerin içinde bir çocukluk geçirmiş. Benim annem deve güderek büyümüş. O deveye dokunmak bana annemin bana bunları anlattığı zamanı anılarımı hatırlatıyor (Katılımcı 6).”

Üzüntü: Özellikle kadın katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda ortaya çıkan bir koddur. Bu katılımcılar deve güreşinden üzüntü duyduklarını ifade etmiştir. Üzüntü duyan katılımcıların önümüzdeki yıllarda katılmak istemedikleri bulgularına erişilmiştir. Bu deneyim aşağıdaki katılımcı görüşü ile örneklendirilmiştir:

“Gayet ortam güzel ve eğlenceliydi. Sadece develerin birbirlerine zarar vermesine dövüşmesine çok üzülüm (Katılımcı 4).”

Yarışma heyecanı: Katılımcıların bazılarının deve güreşinin kendilerinde yarışma heyecanı yarattığını ifade etmiştir. Bu deneyimi en iyi özetleyen katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“Bu bir yarışma olduğu için insan da bir yarışma hissi oluyor. Centilmence develer başarı için yarışıyor ve bu beni heyecanlandırdı (Katılımcı 8).”

“Eğer deve güreşinden anlıyorsan devenin ne yaptığını biliyorsan çengel mi attı, boyunduruk mu attı. Güreş çok heyecanlı oluyor. Eğer anlamıyorsan yahu bunlar ne yapıyor der sadece bakarsın (Katılımcı 1).”

“Her zaman en önden izliyorum. Develerin gücünü, birbirlerine karşı galibiyetlerini görmek ayrı bir zevkti. Çok heyecanlanıyorum ve hatta

holiganlık yapıyorum -hadi oğlum yapıyorsun sen-. Favori devem bile vardır (Katılımcı 19).”

Sıcak aile veya arkadaşlık ilişkileri: Katılımcıların çoğunluğunun deve güreşi festivalinde ailesi ve arkadaşları ile güzel vakit geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu deneyimi anlatan katılımcı görüşü örneği aşağıdaki gibidir:

“Ailemle piknik havasında geçti. Aynı zamanda deve güreşi bahanesi ile çevre köylerden gelen akrabalarımızı arkadaşlarımızı görüp sohbet ettik (Katılımcı 8).”

Yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi: Katılımcıların yine yarısından fazlası deve güreşi festivalinde “deve sucuğu” gibi yöresel yiyecekler tüketmişlerdir. Bu deneyimi özetleyen katılımcı görüşlerinden biri şu şekildedir:

“Otuyoruz mangalın başına deve sucuğu pişirip, yiyoruz. Sohbet muhabbet çok eğleniyoruz (Katılımcı 15).”

Kodlar arasında ilişki kodların sıklığına göre incelendiğinde büyükten küçüğe şu şekildedir: Deve güreşi festival deneyimlerinden “yöresel yiyeceklerin tüketilmesi”, “sıcak aile veya arkadaş ilişkileri” en fazla bir arada kullanılan deneyimlerdendir. Toplumsal ve kişilerarası motivasyonlardan “kültürel etnik kökenlerle bağlantı kurma” ve “toplumsal ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi”; kişisel motivasyon faktörü olan “yeni deneyimler arama” ve fiziksel motivasyon faktörü olan “eğlenmek” katılımcıları bir arada yönlendiren motivasyon faktörleri olarak bulunmuştur. Yine festival deneyimlerinden “ortamı gözlemlemek” ve “yarışma heyecanı” katılımcıların bir arada sıklıkla edindiği deneyimler arasındadır.

Tablo 5: Gidilen Farklı Festivaller

Festivaller	Katılımcılar	Sıklık (f)
Girit Festivali	19	1
Hıdırellez Festivali	19	1
Girit Festivali	19	1
Keşkek Festivali	18	1
Boğa Güreşi	17	1
Kantaron Yağı Festivali	19	1
Ot Festivali	13,19	2
Çiçek Festivali	13,17	2
Şarap Festivali	12	1
Rock Festivali	14	1
Zeytin Festivali	18	1
Uçurtma Festivali	12, 18	2
Yörük Şenliği	1, 2, 5, 6, 7, 8, 19	7
Konserler	3, 4, 7, 10, 15, 17, 20	7

Rahatlamak: Katılımcıların bazıları rahatlamak isteği ile farklı festivallere katıldıklarını belirtmiştir. Rahatlamak kodunun sıklığı “7”dir. Bu kodu örneklendiren katılımcı görüşü şöyledir:

“Yörük şenliklerine ve konserlere eğlence olsun farklılık olsun diye gitmiştim. Etrafımda sevinçli neşeli insanlar görmek bana iyi geliyor (Katılımcı 7).”

Kişisel Motivasyon

Katılımcılardan alınan veriler doğrultusunda farklı festivallerdeki kişisel motivasyon faktörleri “bilgi arayışı” ve “yeni deneyimler arama” şeklinde belirlenmiştir. Bu motivasyon faktörlerinin kadın katılımcılar üzerinde etkili olduğu bulunmuştur.

Bilgi arayışı: Festivallere bilgi arayışı ile katılan katılımcıların cinsiyetleri kadındır. Özellikle bu motivasyonu en iyi anlatan örnek şöyledir:

“Ot festivali ve çiçek festivaline bir şeyler öğrenmek farklı bakış açıları kazanmak için gitmiştim. En basitinden çiçek festivalinde çiçek isimleri bilmiyorsan onları öğreniyorsun (Katılımcı 13).”

Yeni deneyimler arama: Katılımcıların bazıları festivallere yeni deneyimler aramak için çıkmıştır. Bu katılımcıların cinsiyetleri kadındır. Bu motivasyonuna ait katılımcı görüşleri şu şekildedir:

“İlçede olan konserlere gidiyorum. İnsanın günlük hayatı dışında farklı aktivitesi olmuş oluyor (Katılımcı 15).”

“Yakınlardaki bütün festivallere giderim. Festivaller her zaman beni eğlendirir. Hepsinde de yeni deneyimler yaşarım. En son yine aynı amaçlarla gastronomi festivaline katılmıştık,

dereceye girememiştik ama birçok yeni şey gördüm, yaşadım (Katılımcı 19).”

Toplumsal ve Kişilerarası Motivasyon

Farklı festivallere katılan katılımcıların bazılarının toplumsal ve kişilerarası motivasyon faktörleri ile hareket ettikleri belirlenmiştir. Bu motivasyon faktörleri “toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi” ve “kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma” olarak belirlenmiştir. “Yörük” kimliği taşıyan katılımcıların özellikle Yörük şenliklerini tercih ettikleri bulgusuna erişilmiştir.

Sosyalleşmek: Katılımcılardan birinin festivallere sosyalleşmek için gittiği belirlenmiştir. Katılımcı “Yörük şenliği” etkinliğinde arkadaşları- akrabaları ile görüştüğünü ifade etmiştir. Bu motivasyonu anlatan katılımcının görüşü aşağıdaki gibidir:

“Yörük şenliklerine gidiyorum. Bu ekonomik şartların kötülüğünden ve çalışmaktan birbirimize vakit ayıramıyoruz. Bu festivallerde düğün bayram gibi birbirimizi görüyoruz, yeni insanlarla tanışıyoruz (Katılımcı 8).”

Toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi: Katılımcıların bazılarının bu toplumsallık ve milliyetçilik duygularının sergilenmesi motivasyonu ile hareket ettikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan birinin görüşü şu şekildedir.

“Kendi kültürümüzü yansıttığı için Yörük şenliklerine giderim (Katılımcı 2).”

Kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma: Katılımcıların bazılarının “Yörük şenliği” festivaline kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma amacı ile katıldıkları ortaya çıkmıştır.

Katılımcılardan birinin bu motivasyon faktörü ile ilgili görüşü şöyledir:

“Geleneksel ve kültürümüze ait olduğu için Yörük şenliklerine çok seveerek gidiyorum (Katılımcı 6).”

TARTIŞMA VE SONUÇ

Deve güreşi festivallerinde katılımcılar üzerinde birden çok motivasyon faktörünün bir arada etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda katılımcılar en çok *kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma* ve *eğlenme* motivasyonu ile deve güreşi festivallerine katılmaktadır. Ayrıca, *eğlenmek* katılımcılarının yarısının ziyaret etme motivasyonu arasında yer almaktadır. Katılımcılar her yaş grubundan oluşmaktadır ve kırsal kesimden olan (Yılmaz ve Ertuğrul, 2015) çiftçi katılımcılar özellikle kültürlerini yaşatma, ilişki kurma gibi motivasyonlarla hareket etmiştir. Bu katılımcıların özellikle kültürel kimlikleri, festival motivasyonlarında etkili olmuştur.

Ülkemizde katılımcı sayısı en yüksek festivallerden biri olan Selçuk Deve Güreşi Festivali, yöre ve civarında yaşayan insanların Yörük kimliği taşıması ve bu kimliğe sahip kişilerin kültürel değerlerine, örf ve adetlerine, geleneklerine sahip çıkma isteği festivalin neden bu denli popüler olduğunu kanıtlar niteliktedir. Katılımcılardan Yörük olanların yine aynı şekilde farklı diğer Yörük geleneklerini yansıtan festivallere de katıldıkları belirlenmiştir. Deve güreşi gibi yöresel festivallere katılanların kültürel mirası yaşatma ve devam ettirme amacının etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Kış aylarında yoğun çalışan yerel halk için deve güreşleri sosyalleşmenin ve rahatlamamanın bir yolu olarak görülmektedir. Festivaller olmadığı takdirde arkadaş çevresi ve akrabalarıyla görüşme fırsatı bulamayan katılımcılar festival meydanında bu kişilerin birçoğuyla görüşme fırsatı bulduklarını dile getirmişlerdir. Sonuç, Crompton and McKay (1997)'in *bilinen grup içi sosyelleşme* motivasyon faktörünü destekler niteliktedir. Bu nedenle deve güreşi festivalleri *arkadaş ve aile bağlarının kurulması, kuvvetlendirilmesi ve sürdürülmesi* için yerel halk tarafından önemli görülmektedir. Bu nedenle festival alanları bölge insanları gözünde bir buluşma noktasıdır.

Katılımcıların çoğunluğu deneyimleri sonucunda pozitif hisler edinmiştir. Sadece Bazı katılımcıların, develerin güreşmesine üzüldükleri

sonucuna varılmıştır. Katılımcıların deve güreşi festivali boyunca en fazla edindikleri deneyim *yöresel yiyecek ve içeceklerin tüketilmesi* ve *sıcak aile veya arkadaşlık ilişkilerinin geliştirilmesi* şeklindedir. Bunlar dışında *ortamı gözlemlemek* ve *yarışma heyecanı* katılımcıların bazılarının edindiği deneyimler arasındadır. Deve güreşi festivalinde *yöresel yiyeceklerin tüketilmesi* ve *sıcak aile veya arkadaş ilişkileri* en fazla bir arada kullanılan deneyimlerdir.

Katılımcıların motivasyon ve deneyimleri dikkate alındığında büyük bir çoğunluğun festivalden memnun ayrıldığı fakat özellikle kadın katılımcılardan bazılarının hayvanların acı çektiğini ve ihmal edildiğini gözlemlemesi ve buna bağlı olarak üzüntü duymaları nedeniyle memnuniyetsiz ayrıldığı belirlenmiştir. Katılımcılar hayvanların aleni hak ihlali ile ilgili detaylı bilgi vermemişlerdir. Bu katılımcılar bir sonraki deve güreşi festivaline katılım göstermeyeceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca kadın katılımcılarda *yeni deneyimler arama* ve *bilgi arayışı* gibi kişisel motivasyon faktörünün baskın olduğu belirlenmiştir. Diğer bir ifadeyle deve güreşine katılan kadınların farklı veya benzer kültürlere ait festivalleri ziyaret etme merakının daha fazla olduğu söylenebilir. Erkek katılımcıların ise kadınlara göre deve güreşlerine daha sık tekrar katılım gösterdikleri belirlenmiştir.

Araştırma sadece deve güreşi festival katılımcılarının motivasyon ve turistik deneyimleri dışında genel festival katılımcılarının motivasyonları hakkında bilgi sahibi olmayı sağlamıştır. Katılımcıları deve güreşlerini ve diğer farklı festivalleri izlemeye yönelten ve yazın taramasında da belirtilen bazı belli motivasyonların (Getz, 1997) ve deneyimlerin büyük bir oranda araştırma yapılan bölgede de etkin olduğu saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların deve güreşi festivali motivasyonları ile o bölgede gerçekleşen diğer festival motivasyonlarının benzerlik gösterdiği belirlenmiştir. Örneğin, katılımcıların Yörük Şenlikleri ve Deve Güreşi Festivaline gidiş motivasyonları benzerdir. Her ikisi de katılımcıların bazılarını *toplumsallık* ve *milliyetçilik duygularının sergilenmesi* ve *kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma* motivasyonları ile harekete geçirmektedir. Ayrıca *eğlenmek, rahatlamak, bilgi arayışı, yeni deneyimler aramak* belirlenen ortak festival motivasyonları arasındadır.

Katılımcıların tamamı deve güreşlerinin bölgesel ekonomik etkisinin farkındadır. Ancak katılımcıların büyük bir çoğunluğu güreşlerin bölge esnafına ve seyyar satıcılara olumlu yönde katkı sağladığını ifade etseler de küçük bir kesim festival alanının satış yerinden daha çok insanların kendi imkânlarıyla beslendiklerini, çok az sayıda kişinin alışveriş yaptıklarını, fiyatların ekonomiyi olumlu yönde etkileyecek düzeyde yüksek olmadığını ve tüm bu nedenle ekonomik etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Çalışmanın sonucunda deve güreşi gibi yöresel festivallerin yerel halk ve katılımcıların sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik durumları üzerinde ne denli etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırmadan elde edilen tüm verilerin sonuçları değerlendirildiğinde katılımcı sayısının azımsanmayacak düzeyde yüksek olduğu deve güreşi festivallerinde katılımcı motivasyonlarının ve deneyimlerinin belirlenmesi ve belirgin olarak ön plana çıkması mevcut aksaklıkların düzeltilmesi veya iyileştirilmesi, festivalin sürdürülebilirliği açısından taşıdığı önemi ortaya koymaktadır.

Çalışma 20 katılımcının araştırma yapıldığı tarihlerdeki sorular ve katılımcıların sorulara verdiği yanıtlar ile sınırlıdır. Çalışma bu kısıtlar dahilinde bu 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. Ayrıca, bölgede örneklem büyütülerek demografik özelliklere göre farkların ortaya konacağı çalışmaların yapılması deve güreşi festivali ziyaretçi grubunun beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Gelecek çalışmalarda festivalin yerel bazda incelenmesi için SWOT analizi yapılabilir. Bundan sonraki araştırmaların bu noktalara yönelik olarak düzenlenmesi araştırmacılara önerilebilir. Araştırmacılar dışında yerel idarelere ve festival düzenleyicilerine de aşağıdaki öneriler sunulmuştur.

- Yapılan çalışmalar ışığında yerel idareler ve festival düzenleyicileri ziyaretçi beklentilerine cevap verebilmelidir.
- Yapılan SWOT analizleri ile festivalin eksik görülen yanları yeniden değerlendirilmelidir.
- Yerel idareler festivalin kalitesini ve elde ettiği geliri arttırmak için acentelerle anlaşım turlar düzenlenmelidir.

- Festival düzenleyicileri ve yerel idareler yabancı ziyaretçi sayısını arttırmak için özellikle sosyal medya üzerinden tanıtım girişimlerinde bulunmalıdır.

KAYNAKÇA

Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M., ve Sunshine, K. M. (1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. *Festival Management and Event Tourism*, 3(1), 15–24.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.

Bezirgan, M., ve Çolakoğlu, F. (2017). Festival kalitesinin turistlerin bağlılıklarına etkisi: Burhaniye deve güreşleri festivali örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 74–84.

Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 7(2), 117-124.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (25. Baskı)*. Ankara: Pegem Yayınları.

Crompton J.L. ve McKay S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*. 24(2), 425-439.

Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.

DEGÜF, (2018). Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri Federasyonu, <http://deguf.org/base/>, Erişim tarihi: 03.01.2019.

Duran, E. ve Hamarat, B. (2014). Festival attendees' motivations: The case of international Troia Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 146–163. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2012-0020>

Ercan, R. (2015). “Deve güreşlerinin Kırkpınarı” rekor peşinde, <https://www.hurriyet.com.tr/deve-gureslerinin-kirkpinari-rekor-pesinde-37040795> Erişim Tarihi: 1.10.2020.

Farber, M. E. ve Hall, T. E. (2007). Emotion and environment: Visitors' extraordinary experiences

- along the Dalton Highway in Alaska. *Journal of Leisure Research*, 39 (2), 248-70.
- Formica, S. ve Uysal, M. (1996). A market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz festival in Italy. *Festival Management and Event Tourism*, 3(4), 175–182.
- Formica, S. ve Uysal, M. (1998). Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36(4), 16–24.
- Holloway, I. ve Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses*. Oxford: Blackwell Science Ltd.
- Hunyadi, Z., Inkei, P. ve Szabo, J. Z. (2006). *Festival-world summary report: National survey on festivals in Hungary*. KultúrPont Iroda: Budapest.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation: New York.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. İkinci Baskı. Cognizant: New York.
- Getz, D. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge: Oxon.
- Getz, D. (2013). *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research*. Cognizant: New York.
- Getz, D. (2014). Festival and Event, Tourism. J. Jafari ve H. Xiao (Eds.), *İçinde Encyclopedia of Tourism* (ss. 1–4). Springer International Publishing Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6>
- Geus, S.D., Richards, G. ve 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.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- İHA (2011). Deve Güreşlerinde 30. Onur Yılı Coşkusu, <https://www.ih.com.tr/izmir-haberleri/deve-gureslerinde-30-onur-yili-coskusu-14006/> Erişim Tarihi: 1.10.2020.
- Kılıçkırın, N. M. (1987). Ege’de Kış Turizminin Kurtarıcısı: Deve Güreşleri. III. Milletlerarası Türk Folklor Kongresi Bildirileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma Dairesi Yayınları, Ankara, s.125-146.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, C. K. (2089900). A comparative study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting. *Tourism Management*, 21(2), 169–176.
- Lincoln, S. Y. ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Li, X. ve Petrick, J. F. (2006). Research note: A review of festival and event motivations studies. *Event Management*, 9, 239–245.
- Mannel, R. ve Iso-Ahola, S. (1987). Psychological nature of leisure and tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 14, 314-331.
- Milliyet, (2018). Deve Güreşlerinin Kırkpınar’ı 21 Ocak’ta, <https://www.milliyet.com.tr/yerel-haberler/izmir/deve-gureslerinin-kirkpinari-21-ocakta-12523333>, Erişim tarihi: 25.01.2019.
- Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W. ve Backman, S. J. (1993). An investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type. *Festival Management and Event Tourism*, 1(3), 89–97.
- Nicholson, R. E. ve Pearce, D. G. (2001). Why do people attend events: A comparative analysis of visitor motivations at Four South Island events. *Journal of Travel Research*, 39, 449–460.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.
- Pine, J. ve Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press: Boston.
- Sandelowski, M. (1986). The problem of rigor in qualitative research. *Advances in Nursing Science*, 8(3), 27–37.
- Schneider, I. E. ve Backman, S. J. (1996). Cross-cultural equivalence of festival motivations: A study in Jordan. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3/4), 139–144.
- Scott, D. (1996). A comparison of visitors’ motivations to attend three urban festivals. *Festival Management and Event Tourism*, 3(3), 121–128.
- Shenton, A. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22, 63-75.

- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. (2014). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Anı.
- Uysal, M., Gahan, L. ve Martin, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management and Event Tourism*, 1(1), 5–10.
- UNESCO. (2015). *Festival Statistics: Key Concepts and Current Practices*. Üçüncü Baskı. UNESCO Institute for Statistics: Kanada.
- Yılmaz, O. ve Ertuğrul, M. (2015). Türk Kültüründe Deve Güreşleri. *Bitlis Eren Üniversitesi SBE Dergisi*. 4(1), 157-174.
- Yıldırım, A. ve Simsek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 9. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods (applied social research methods)*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Yolal, M. (2017). Türkiye'nin etkinlik turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-51.