

VATANDAŞLARIN MALATYA'DA DÜZENLENEN FUAR VE FESTİVALLERİN SOSYAL ETKİSİNE KARŞI TUTUMLARI¹

Hulusi Binbaşıoğlu^{2*}, Bahadır Gültekin*

*İnönü Üniversitesi Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği MYO, Malatya, Türkiye

Özet

Etkinlik turizminin önemli bir parçası olan fuarlar ve festivaller, şehirlerin turizm açısından gelişmesi için önemli etkinliklerdir. Turizmin uluslararası hareketliliği, bu tür uluslararası etkinliklerin pazarlanabilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu etkinlikler, özellikle yerel veya ulusal yönetimler tarafından düzenlendiği gibi, bağımsız olarak özel işletmeler tarafından da yürütülmektedir. Şayet bu etkinlikler, gerek kamu kurumları gerekse etkinlik organizasyonu şirketleri tarafından doğru bir şekilde yönetilirse başarılı olabilir. Bu başarının sağlanabilmesi için fuar ve festivallerin yerel halk üzerindeki çevresel ve ekonomik etkilerinin olduğu kadar sosyal etkisinin de anlaşılması gerekmektedir. Bu çalışmada elde edilen verilere göre, fuarlar ve festivallerin sosyal etkisi için tüm faktörler bakımından erkek ve kadınlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır. 30 yaş ve altı vatandaşlar, 31 yaş ve üstündekilerine göre fuar ve festivallerin daha yüksek toplumsal ve kültürel fayda sağladığını düşünmektedirler. Ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyindeki vatandaşların, kültürel fayda faktörüne algısı ilk ve ortaokul düzeyindeki vatandaşlara göre daha yüksektir.

Anahtar kelimeler: Etkinlik turizmi, fuar ve festivaller, yerel halk, sosyal etki

RESIDENTS' ATTITUDES TOWARDS SOCIAL IMPACTS OF FAIRS AND FESTIVALS ORGANIZED IN MALATYA

Abstract

Fairs and festivals, which are an important part of tourism, are pivotal events for tourism development of cities. The international mobility of tourism facilitates the marketing of such international events. These events are carried out by local or national authorities and private enterprises. These events can be successful if they are managed properly by public institutions or event organization companies. In order to achieve this success, it is necessary to understand the social impact of the fairs and festivals as well as the environmental and economic effects on the residents. According to the results of this study, there is no difference between male and female residents in terms of all the factors for the fairs and festivals. The residents who are 30 and below age group assess community and cultural benefits more positively than the residents who are 31 and above age group. The residents from graduate/postgraduate education level assess cultural benefit more positively than those residents from primary school education level.

Keywords: Event tourism, fairs and festivals, local people, social impact

1. Giriş

Başta ekonomik olmak üzere turizmin sağladığı her türlü katkı sayesinde, yerel yönetimler veya işletmeler çeşitli etkinlikler düzenlemek için çaba göstermektedirler. Sadece işletmeler değil, yerel yönetimler bile bu

¹ Bu çalışma, 12-14 Eylül 2017 tarihleri arasında Viyana, Avusturya'da düzenlenen *International Academic Conference on Social Science, Multidisciplinary and European Studies (MIRDEC-5th)* kongresinde özet olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

² Yazışma yapılacak olan yazar: hulusi.binbasioglu@inonu.edu.tr

konuda kendi arasında rekabet etmektedir. Etkinliklerin pazarlanmasında, yöneticilerin hedef kitleyle duygusal bir iletişim kurması, günceli yakalaması ve mekânsal boyuta dikkat etmesi rekabet etme adına önemli stratejik faaliyetler olarak sıralanabilir (Argan, 2007). Etkinlikler, çok fazla fiziksel yatırım gerektirmediği için (Kim ve Uysal, 2003), etkinliğin iyi bir şekilde organize edilmesi, sürecin en önemli unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Başarılı organizasyonlarla, küçük bölgelerde geleneksel, uluslararası çapta büyük etkinlikler düzenlenebildiği gibi, büyük veya tanınmış şehirlerde, kötü organizasyonlar nedeniyle etkisiz, gelenekselleşmeyen veya tek seferlik etkinlikler de gerçekleştirilebilmektedir.

Etkinlikler, çoğunlukla ürettikleri ekonomik faydalar nedeniyle turizm ürünü haline getirilmiştir (Burgan ve Mules, 1992; Gelan, 2003; Daniels vd., 2004; Dwyer vd., 2006). Turizm ürününü oluşturan unsurlardan biri olan etkinlikler kapsamında, dünya çapında düzenlenen birçok önemli fuar ve festival yüksek bir turizm talebi yaratmaktadır (Kozak vd., 2010). Bu etkinlikler, turizm destinasyonları için önemli bir çekim unsuru olurken, ziyaretçiler için de eşsiz deneyimler sunmaktadır (Kim ve Uysal, 2003). Etkinlikler büyüklüğüne göre (yerel, ulusal, uluslararası) sınıflandırıldığı gibi, içeriğine ve konusuna göre de (eğlence, festival, konferans, fuar, parti, vb.) sınıflandırılmaktadır. Getz (2005), etkinliklerin sınıflandırmasında *festivalleri*, “kültürel kutlamalar” altında sıralarken, *fuarlara* “iş ve ticaret” başlığı altında yer vermektedir.

Fuar ve festival gibi etkinlikler, vatandaşların kendi toplumlarında, kendi kültür ve değerlerini paylaşmasına olanak sunmaktadır (VanWinkle vd., 2013). Bu nedenle yöneticiler, ziyaretçiler açısından da cazip ve her yıl düzenli olarak organize edilen bir etkinlik olması amacıyla etkinliğin düzenlendiği yerin tarihi ve kültürel unsurlarını ön plana çıkarmaktadırlar (Raj ve Vignali, 2010). Bu etkinliklerin birçoğu, yerel halktan ziyade yabancı ziyaretçilerin istek ve ihtiyaçlarına göre düzenlenmektedir (Richards, 2007). Bu durum ise, yerel halkın bu tür etkinliklerden uzaklaşmasına, kendi kültürüyle etkileşim kuramamasına neden olmaktadır. Her geçen gün sayısı gittikçe artan etkinlikler ve bu etkinliklerin düzenlendiği topluma olumlu ve olumsuz etkileri, araştırmaların bu yönde yoğunlaşmasına neden olmaktadır (Small, 2007b).

2. Literatür

2.1. Fuarlar ve Festivaller

Eski devirlerden itibaren fuar ve festival gibi etkinlikler, toplumların hep ilgisini çekmiştir (Argan, 2007). Fuar ve festivaller o bölgenin turizmüne katkıda bulunabilecek önemli etkinlikler olması sebebiyle, sadece toplumlar açısından değil, ülkeler, iller ve hatta ilçeler için bile hep ilgi çekici faaliyetler olmuştur (Kafkas ve Binbaşoğlu, 2015). Hiç kuşku yok ki, düzenlenen her fuar veya festival, turistik açıdan çekici olmayabilir. Bazı etkinlikler yerel halkı bile zor çekerken, bazı etkinliklere yurtdışından turistler özellikle katılmaktadır. Türkiye’deki 47 ilin Kültür ve Turizm İl Müdürlüklerinden elde edilen verilerin incelendiği bir araştırmada, düzenlenen tüm yerel etkinliklerin %78’inin turizm amaçlı değerlendirilebileceği, %22’sinin ise turizme uygun olmadığı ifade edilmiştir (Kızılırmak, 2006).

Fuar ve festivallerin, şehir ve kamu yararına projeler için kaynak sağlaması, yeni tesis ve mekân gibi altyapı iyileştirmelerinin yapılmasına vesile olması, yerel halkın katılım sağlayarak aidiyet hissetmesine katkıda bulunması ve toplumun sosyal hayatını güçlendirmesi gibi olumlu etkileri vardır (Yolal vd., 2009). Bu arada fuar ve festivallerin, vergilerin artması, bölgesel fiyat artışına neden olması gibi ekonomik; düzensizlik, güvenlik ve trafik problemleri gibi sosyal olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Kim vd., 2015).

Ülkemizde, başta gençler olmak üzere toplumun her kesimine hitap eden fuar ve festivaller vardır. Gençlerin eğlenebilecekleri müzik festivallerinden, kitapseverlerin vazgeçilmezi olan kitap fuarlarına, yeni tatlar deneme isteğinde bulunan kişiler için yeme-içme festivallerinden, herhangi bir konuya ilgisi olan insanlar için düzenlenen otomobil, tarım gibi özellikli fuarlara kadar ülkemizin birçok şehrinde çok fazla sayıda fuar ve festivaller düzenlenmektedir.

Fuar ve festivallerle ilgili yapılan çalışmalar, yeme-içme, müzik, eğlence gibi birçok konunun turizm ile bağlantısını ortaya koymaktadır. Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine yapılan bir araştırmada yerel halk, Erzurum-Oltu Kırdag Festivalinde en çok müzik, eğlence, eğitici ve geleneksel faaliyetlere yönelik etkinliklere yer verilmesini beklemektedir (Bilgili vd., 2012). Yılmaz (2015) tarafından, 2013 Mersin Uluslararası Müzik Festivali ziyaretçilerinin etkinliklere katılım motivasyonlarının incelendiği bir araştırmada katılımcıların, yeni ve farklı şeyler görmeye, sosyalleşmeye, yapılan günlük faaliyetlerde değişiklik yapmaya ve aile bireyleri ile birlikte olmaya önem verdikleri ortaya konmaktadır.

Bir çalışmada ise, kırsal bölgelerde gerçekleştirilen festivallerin, gelen ziyaretçilerin turizm deneyimini zenginleştirdiği ve o bölgenin tanıtımına katkı sağladığı ifade edilmektedir (Dalgın vd., 2016). Kültürel miras oluşumunda festivallerin yeri ve öneminin değerlendirildiği bir çalışmada da, Muđla/Fethiye'de düzenlenen Fethiye Müzik Köyü etkinliklerine gelen katılımcıların yaptıkları harcamaların yerel ekonomiye katkı sağladığı, bölgede mevcut olan turizm talebini daha da artırdığı ve bölgedeki toplumsal anlayış ortamını olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmaktadır (Atak vd., 2017).

Kargigliođlu ve Kabacık (2017), Uluslararası Urla Enginar Festivali'ne gelen turistlerin festival hakkındaki görüşlerini incelemiştir. Bu çalışmaya göre Urla'ya gelenlerin önemli bir kısmının festival amacıyla buraya geldikleri, buradan genel olarak memnun kaldıkları ve festival hakkında olumlu düşüncelere sahip oldukları görülmektedir.

Yukarıda örnekleri verilen çalışmalar da göstermektedir ki, çok farklı alanlarda düzenlenen festivallerin turizme önemli bir katkısı bulunmakta ve etkinlikler, yerel halkın toplumsal bir etkileşim kurmasına yardımcı olmaktadır.

2.2. Malatya'da Düzenlenen Fuar ve Festivaller

Tarih boyunca çeşitli kültür ve medeniyetlere ev sahipliği yapan Malatya ili, Türkiye'nin Dođu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır. Nüfusu yaklaşık olarak 800 bin olan Malatya'nın en büyük geçim kaynağı kayısıdır. Hitit, Asur, Med, Pers, Roma, Arap ve Bizans uygarlıkları tarih boyunca bu topraklardan gelip geçmiştir. M.Ö. 5000 yıllarından M.S. 11.yüzyıla kadar yerleşim gören ve UNESCO Dünya Kültürel Miras Geçici Listesinde yer alan Arslantepe, Jeolojik olaylar sonucu oluşan farklı büyüklükteki mağaralarda Geç Hitit Döneminden kaldığı düşünölen kaya kabartmaları bulunduğu Akçadađ ilçesindeki Levent Vadisi, Battalgazi ilçesi Alacakapı Mahallesi'nde, 1637 tarihinde IV. Murat'ın silahtarı Bosnalı Mustafa Paşa tarafından yaptırılan Silahtar Mustafa Paşa Kervansarayı ve Kommagene Kralı I. Antiochos'un tanrılara ve atalarına minnettarlığını göstermek için 2150 metre yüksekliğindeki dağın yamaçlarına yaptırdığı mezar ve anıtsal heykellerin yer aldığı Nemrut Dağı'na bağlantısı ilin önemli turistik çekicilikleri arasında yer almaktadır. Ayrıca şehirde yaklaşık 2300 yatak kapasitesine sahip on dört otel bulunmaktadır. (Malatya Kültür AŞ, 2017; Malatya Kültür Turizm İl Müdürlüğü, 2017; Malatya Valiliği, 2017). Şehirde son on yılda turistik çekiciliği artırma adına çok sayıda fuar ve festivaller de düzenlenmektedir. Malatya ilinde düzenlenen fuarlar şunlardır:

- Malatya Anadolu Kitap ve Kültür Fuarı
- Malatya Tarım Fuarı
- Yapı ve Dekorasyon Fuarı
- İl İl Yöresel Tatlar Fuarı
- Sanayi ve Ticaret Fuarı
- Malatya İnsan Kaynakları ve İstihdam Fuarı
- Engelsiz Yaşam Fuarı

Malatya'da düzenlenen festivaller ise şu şekilde sıralanabilir:

- Uluslararası Kayısı ve Kültür Festivali
- Malatya Uluslararası Film Festivali
- Uluslararası Kervansaray Buluşması
- Yeşilyurt Kiraz-Kültür ve Spor Şenliği
- Geleneksel Darendede Zengibar Karakucak Güreş ve Kültür Festivali
- Hekimhan Ceviz, Maden ve Kültür Festivali
- Arapgir Bağbozumu Şenlikleri
- Doğanşehir Elma ve Kültür Şenliği
- Uluslararası Arguvan Türkü Festivali

2.3. Fuar ve Festivallerin Sosyal Etkisi

Turizmin ulusal/uluslararası hareketliliği, fuar ve festival gibi ulusal/uluslararası etkinliklerin pazarlanabilmesini kolaylaştırırken, bunların geleneksel bir şekilde sürdürölebilmesini de sağlamaktadır. Fuar ve festivallerin bir

kültür haline gelmesi, devamlılığı açısından çok önemlidir. Özellikle festivaller, bölgede var olan geleneklerin, kültürel değerlerin korunmasında ve yaşatılmasında (Getz, 2008), ayrıca gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir araçtır (Atak vd., 2017). Etkinliklerin gelenekselleşmesi ve yerel halk tarafından benimsenmesi, etkinlik faaliyetleri sürecinin en zor aşamasıdır (Bilgili vd., 2012).

Özellikle sosyal medyanın etkileşim sağlama özelliği sayesinde, düzenlenen fuar ve festivallerin çarpan etkisi daha da fazla olmaktadır (Rihova vd., 2015; MacKay vd., 2017). İnsanlar bu sayede etkinliklere katılmasalar bile, o etkinlikle ilgili detaylı bilgi ve fotoğraf/video paylaşımlarına ulaşabilirler. Başta sosyal medya olmak üzere, kitle iletişim araçlarında fuar ve festivallerin geniş bir biçimde yer alması, etkinliğin düzenlendiği yerleri hiç ziyaret etmemiş turistlerin kafasında bir görüntü oluşturmalarına da yardımcı olur (Yolal vd., 2009). Günümüz akıllı mobil cihazlarıyla birlikte (VanWinkle vd., 2016), doğru kullanıldığında sosyal medyanın bu gücü, etkinliklerin gücünü de olumlu yönde etkileyebilmektedir. Turist yoğunluğuna göre etkinliklerde, yerel halk ve ziyaretçiler arasında doğrudan veya dolaylı olarak bir etkileşim doğmaktadır (Getz, 2007). Özellikle uluslararası çapta düzenlenen fuar veya festivallere yurtdışından gelen yerel halk ile ziyaretçilerin etkileşim kurmasını sağlayacak faaliyetlerde bulunmak da, o yörenin tanıtımını yapma ve imajını artırma adına çok önemlidir (Polat vd., 2013).

Fuar ve festivallerin ekonomik etkisi sadece araştırmacıların üzerinde durduğu bir konu olarak kalmamakta, bununla birlikte yerel yönetimler ve yerel halk da en çok etkinliklerin ekonomik katkısını önemsemektedirler. Ancak, bir toplum içerisinde düzenlenen etkinliklerin sosyal etkisinin de değerlendirilmesi gerekmektedir (Binbaşoğlu, 2017). Getz (1991), maddi olmayan bir unsur olması nedeniyle etkinliklerin sosyal etkisinin ölçülmesinin, ekonomik etkisinin ölçülmesinden daha zor olduğunu ortaya koymaktadır.

Turizmin sosyal etkisini Teo (1994: s. 126), “*turizmin değer sistemlerinde, ahlak ve davranışlarda, bireysel davranışlarda, aile ilişkilerinde, toplu yaşam biçimlerinde, geleneksel törenlerde ve topluluk organizasyonundaki değişikliklere katkıda bulunduğu hususlar*” olarak tanımlamaktadır. Fredline vd. (2003: s. 26) ise sosyal etkiyi, “*yerel halkın yaşam kalitesini potansiyel olarak etkileyen herhangi bir unsur*” olarak tanımlanmaktadır.

Musgrave ve Raj (2009), etkinliklerin sosyal açıdan olumlu etkilerini; uzun vadeli tanıtım sağlaması, o şehre ait olmanın yerel halka hissettirdiği gurur, toplumsal kalkınma ve artan istihdam olanakları olarak sıralarken olumsuz etkilerini ise; yerel halkın yaşadığı yerden ayrılması, altyapı yatırımlarının kısa vadeli planlanması, yerel halkın yaşam tarzının bozulması, toplumun ilgisizliği ve karşıtlığı, artan güvenlik sorunları riski ve elde edilen ekonomik gelirin eşit olarak dağılmaması şeklinde sıralamaktadır. Etkinliklerin çevresel, ekonomik, sosyal, psikolojik, vb. olumsuz etkileri ancak etkinlik düzenleyicilerinin, topluma elde edebilecekleri sosyal faydayı iyi bir şekilde açıklamalarıyla hissettirilmeyebilir (Kim vd., 2015).

Delamere (1998), yerel halkın fuar ve festivallerin sosyal etkisine karşı tutumlarını “fayda” ve “maliyet” olarak iki temel boyut üzerine yoğunlaştırmıştır. Bu temel unsurların altında da toplumsal, bireysel ve kültürel fayda ile sosyal ve çevresel maliyetleri sıralamaktadır.

Toplumsal fayda; düzenlenen etkinliklerin o yere bir kimlik kazandırması, vatandaşlara eğlenmek için imkân sunması, toplumun iyi hissetmesini sağlaması, toplumsal kalkınma, düzenlenen yerin imajını artırması ve diğer yerlerden farkını ortaya koymasına katkıda bulunması gibi özellikleri kapsamaktadır (Delamere, 1998; Wood, 2006; Dinaburgskaya ve Ekner, 2010; Woosnam vd., 2013).

Bireysel fayda ise; vatandaşların daha mutlu olmasını, toplumsal yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olması, kültürel yaşamın paylaşımında önemli bir rol oynaması, vatandaşların kişisel mutluluğuna katkıda bulunması, kendi kültürünü öğrenmesi, yaşadığı toplumdan gurur duyması gibi unsurları içermektedir (Delamere, 1998; Delamere, 2001; Delamere vd., 2001; Woosnam vd., 2013).

Kültürel fayda; vatandaşlara etkinlik konusuyla ilgili yeni şeyler öğrenme olanağı sunması, bölgede yeni fikirlerin oluşması için bir ilham kaynağı olması, bölgedeki kültürel becerileri ve yetenekleri keşfetmek ve geliştirmek için bir fırsat sunması, farklı etkinliklere katılmanın, farklı kültürel deneyim sağlaması ve bölgenin sanatsal ve kültürel gelişimine katkı sağlaması gibi özellikleri kapsamaktadır (Delamere, 1998; Delamere, 2001; Delamere vd., 2001; Dinaburgskaya ve Ekner, 2010).

Olumsuz sosyal etkiler içerisinde yer alan sosyal maliyetler; araç trafiğinin çok yoğun olması, etkinlikler esnasında bölgenin çok kalabalık olması, etkinliğin düzenlendiği yerlerin yakınlarında yaşayan insanların yoğunluktan rahatsız olması, gürültünün artması, asayiş olaylarının çoğalması, kamu mallarına zarar verilmesi gibi unsurları içermektedir (Delamere, 1998; Small vd., 2005; Wood, 2006).

Çevresel maliyetler; etkinlikler özelinde, ulaşım araçlarından kaynaklı hava kirliliği, konaklama tesislerinden kaynaklı su kirliliği, enerji tüketimi ve atıklar olarak sıralanırken (Dávid, 2009) ayrıca etkinlikler esnasında çevreye zarar verilmesi, çöp oranının artması gibi olumsuz özellikleri barındırmaktadır (Delamere, 2001; Delamere vd., 2001; Wood, 2006; Dinaburgskaya ve Ekner, 2010). Öyle ki bir etkinlik esnasında atıklar, normal zamanın iki katına çıkmaktadır (Dávid, 2009).

Fuar ve festivallerle ilgili olarak yapılan çalışmaların önemli bir kısmı, katılımcıların davranışlarını anlamaya veya etkinliklerin ekonomik katkısını ortaya koymaya çalışırken (Kim ve Uysal, 2003), fuar ve festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkisini araştıran çalışma sayısı oldukça azdır (Small vd., 2005; Small, 2007a; Tassiopoulos ve Johnson, 2009; Woosnam vd., 2013; Bagiran ve Kurgun, 2016; Sert, 2017). Bu kapsamda Malatya ili özelinde ise herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışmanın, fuar ve festivallerin Malatya ilinde yaşayan vatandaşlar üzerindeki sosyal etkisini araştırarak, literatürde var olan eksikliği dolduracağı düşünülmektedir.

Çalışmanın amacı doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Vatandaşların Malatya'da düzenlenen fuar ve festivallerin sosyal etkisine karşı tutumlarını etkileyen faktörler nelerdir?
- Vatandaşların bu tutumları, onların cinsiyet, yaş ve eğitim durumuna göre farklılaşmakta mıdır?

3. Yöntem

Nicel araştırma yöntemine göre desenlenen bu araştırmada veriler, anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın ana kütesini, Malatya ilinde ikamet eden vatandaşlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, 1-30 Mayıs 2017 tarihleri arasında, Malatya'da ikamet eden, Malatya'da herhangi bir fuar veya festivale katılmış, ölçek formunu doldurmaya istekli ve gönüllü olan 370 vatandaş oluşturmaktadır. Bu formlardan eksik ve hatalı doldurulanlar elendikten sonra toplam 343 ölçek formu değerlendirmeye alınmıştır. Anketin birinci bölümü katılımcıların kişisel özelliklerini (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, fuar ve festivalleri ziyaret etmelerini sağlayan en önemli faktörün ne olduğu) belirlemeyi amaçlayan 5 maddelik genel bilgilerden oluşmaktadır. İkinci bölümde ise vatandaşların Malatya'da düzenlenen fuar ve festivallerin sosyal etkisine karşı tutumlarını amaçlayan 28 soru yer almaktadır. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

	Frekans	%		Frekans	%		Frekans	%
<i>Cinsiyet</i>			<i>Meslek</i>			<i>Meslek (devamı)</i>		
Kadın	138	40,2	Akademisyen	16	4,7	İşçi	37	10,8
Erkek	205	59,8	Asker	2	0,6	Memur	24	7,0
<i>Yaş</i>			Avukat	4	1,2	Mühendis	3	0,9
30 ve altı	205	59,8	Çiftçi	14	4,1	Öğrenci	113	32,9
31 ve üstü	138	40,2	Doktor	2	0,6	Öğretmen	13	3,8
<i>Eğitim</i>			Emekli	9	2,6	Serbest Meslek	15	4,4
İlk ve ortaokul	88	25,7	Esnaf	50	14,6	Sporcu	4	1,2
Lise	84	24,4	Ev Hanımı	25	7,3	Şoför	9	2,6
Ön lisans /Lisans/Lisansüstü	171	49,9	Hemşire	3	0,9			
Toplam	343	100,0				Toplam	343	100,0

Katılımcılara ilişkin bilgilerin verildiği Tablo 1'de, katılımcıların yaklaşık %60'ının erkek, %40'ının ise kadın olduğu görülmektedir. Ayrıca 30 yaş ve üstü katılımcıların sayısının (%60), 30 yaş ve üzeri (%40) katılımcılardan daha fazla olduğu görülmektedir. Ankete katılan vatandaşların yarısı ön lisans, lisans ve lisansüstü seviyesinde iken, ilk ve ortaokul ile lise seviyesinde eğitim durumuna sahip olanların oranı birbirine

çok yakındır. Ankete en çok öğrenciler (%32,9) katılırken, bunu esnaflar (%14,6) ve işçiler (%10,8) izlemektedir.

Ankette vatandaşlara Delamere, 1998; Delamere, 2001; Delamere vd., 2001 tarafından geliştirilen ve Dinaburgskaya ve Ekner (2010) tarafından uyarlanan Festival Sosyal Etki Tutum Ölçeği (Festival Social Impact Attitude Scale)’nde yer alan maddeler sorulmuştur. Seçilen maddeler bir ölçek hâline getirilmiş ve konunun uzmanlarına danışılmıştır. Özellikle uyarlama çalışması için, ilk olarak ölçeğin uygulandığı yerler ile Türkiye arasındaki kültürel farklılıklardan dolayı ölçek uyarlama süreci bir süreçten geçirilmiştir. Öncelikle ölçeğin Türkçeye çevrilme süreci gerçekleştirilmiştir. Ölçek, İngilizce bölümünde görev yapan iki öğretim elemanı ile birlikte Türkçeye çevrilmiş ve daha sonra Türkçe bölümünde görev yapan İngilizce düzeyi yüksek olan iki öğretim elemanı tarafından ölçeğin her iki formu arasındaki tutarlılık incelenmiştir. Aynı öğretim elemanları tarafından elde edilen Türkçe formlar üzerinde tartışarak anlam ve dilbilgisi bakımından ihtiyaç duyulan düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte ölçeğe son hâli verilmeden önce, turizm sektöründeki iki öğretim elamanının fikirleri alınmıştır. Ayrıca, farklı meslek ve gelir gruplarından 30 kişiye ilk olarak bu ölçek uygulanmış ve görüşleri alınmıştır. Son olarak, 28 maddeden oluşan bir ölçek meydana getirilmiştir. Ölçekte yer alan maddeler, 5’li Likert ölçeğine göre (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) düzenlenmiştir.

Elde edilen veriler üzerinden faktör analizi yapılmadan önce, verilerin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ile test edilmiştir. Verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlendikten (KMO = 0,81) sonra veriler, yapı geçerliliği için temel bileşenler analizi yöntemine göre faktör analizi çözümlenmesine tabi tutulmuştur. Ölçekteki 28 maddeden faktör yükü düşük olanlar veya çakışanlar nedeniyle yedi madde atılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ifadelerin, dört faktör altında toplam 21 maddeden oluştuğu belirlenmiştir. İki faktör (Sosyal Maliyetler ve Çevresel Maliyetler) ise bir faktör (Sosyal ve Çevresel Maliyetler) altında birleştirilmiştir. 21 maddelik ölçekte, birinci faktör (Toplumsal Fayda) toplam varyansın %21,29’unu, ikinci faktör (Bireysel Fayda) %12,56’sını, üçüncü faktör (Kültürel Fayda) %7,77’sini ve dördüncü faktör (Sosyal ve Çevresel Maliyetler) ise %6,44’ünü açıklamaktadır. Faktörlerin açıkladığı kümülatif varyans oranı ise %48,06’tir. Ölçekte yer alan ifadelerin faktör yükleri faktör yükleri “0,403” ile “0,777” arasında değişmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı, 5 maddelik birinci faktör için “0,70”, 4 maddelik ikinci faktör için “0,72”, 5 maddelik üçüncü faktör için “0,70” ve 7 maddelik dördüncü faktör için “0,73” olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin toplam güvenilirlik katsayısı ise “0,68” olarak gerçekleşmiştir.

Faktör analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre, araştırmada kullanılan ölçme aracının faktörleri ve her bir faktörde yer alan maddelerin yükleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

	Faktörler			
	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
1. Fuarlar/Festivaller şehrimizde bir kutlama havasında geçer.	,645			
2. Fuarlar/Festivaller şehrimize bir kimlik kazandırır.	,671			
3. Fuarlar/Festivaller vatandaşlara eğlenmek için imkân sunar.	,718			
4. Fuarlar/Festivaller şehrimizin imajını artırmaktadır.	,602			
5. Fuarlar/Festivaller diğer şehirlere ilimizin neden eşsiz ve özel olduğunu gösterme şansı sunmaktadır.	,488			
6. Fuarlar/Festivaller şehrimizin daha mutlu olmasını sağlar.		,571		
7. Fuarlar/Festivaller şehrimizdeki yaşam kalitesinin artmasına yardımcı olur.		,646		
8. Fuarlar/Festivaller benim kültürel yaşamımda önemli bir rol oynamaktadır.		,712		
9. Fuarlar/Festivaller benim kişisel mutluluğuma katkıda bulunur.		,767		
13. Fuarlar/Festivaller ziyarette bulunan vatandaşlara festival konusuyla ilgili (kitap, müzik, tarım, vb.) yeni şeyler öğrenme olanağı sunmaktadır.			,665	
14. Fuarlar/Festivaller Malatya’da yeni fikirlerin oluşması için bir ilham kaynağı olur.			,595	
15. Fuarlar/Festivaller Malatya’daki kültürel becerileri ve yetenekleri keşfetmek ve geliştirmek için bir fırsat sunmaktadır			,581	
16. Farklı ilçelerdeki fuarlara/festivallere katılmak, farklı kültürel deneyim sağlar.			,734	
17. Fuarlar/Festivaller Malatya’nın sanatsal ve kültürel gelişimine katkı sağlar.			,619	
21. Fuarlar/Festivaller sırasında araç trafiği çok yoğun olmaktadır.				,403

23. Fuarlar/Festivallerin düzenlendiği yerlerin yakınlarında yaşayan insanlar yoğunluktan rahatsız olmaktadır.	,477
24. Fuarların/Festivallerin düzenlendiği yerlerde çevreye zarar verilmektedir.	,732
25. Fuarlar/Festivaller sırasında çevre kirliliği, çöp oranı artmaktadır.	,737
26. Fuarlar/Festivaller sırasında gürültü çok olmaktadır.	,777
27. Fuarlar/Festivaller sırasında çevredeki, dinlenme-eğlenme alanları çok kalabalık olmaktadır.	,523
28. Fuarlar/Festivaller sırasında asayiş olayları artmaktadır.	,567

Madde yükü 0,40 altında olanlar değerlendirmeye alınmamıştır.

Ölçekteki dört faktörde, çalışmada yer alan katılımcıların cinsiyetleri ve yaşları açısından farklılık olup olmadığını belirlemek için t-testi; eğitim durumu değişkenine göre bağımlı değişkenlerde farklılık olup olmadığını belirlemek için ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılmış ve ortaya çıkan istatistiksel farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla, Scheffee testi uygulanmıştır. Scheffee testi, grup varyanslarının eşit olduğu durumlarda, ortalama puanlarının çoklu karşılaştırmasında sıklıkla kullanılan testler arasında olup, çoğunlukla hipotezin test edilmesinde daha tutucu davranılmak istenildiğinde kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2010: 49). Verilerin istatistiksel analizinde ve yorumlarda, $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyi dikkate alınmıştır.

4. Bulgular

Bu bölümde araştırma sonuçlarından elde edilen verilerinin dağılımı incelenmektedir. Malatya'da ikamet eden vatandaşların özellikle fuar ve festivallere katılım amacı Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Vatandaşların Fuar/Festivallere Katılım Amacı

Amaç	Frekans	%
Ücretsiz olması	52	15,2
Ulaşım açısından yakın olması	29	8,4
Eğlenceli olması	88	25,7
Aile/arkadaşlarla sosyalleşmek	41	11,9
Yeni insanlarla tanışmak	16	4,7
Vakit geçirmek	63	18,4
Katılımcıları görmek	31	9,0
Alışveriş yapmak	23	6,7
Toplam	343	100,0

Tablo 3'te görüldüğü gibi, vatandaşlar fuar ve festivallere en çok eğlenceli olması (%25,7) nedeniyle katılmaktadırlar. Bu amacı sırasıyla, vakit geçirmek (%18,4), ücretsiz olması (%15,2), aile/arkadaşlarla birlikte sosyalleşmek (%11,9) izlemektedir.

Tablo 4. Faktörler ile Cinsiyet Değişkeni Arasındaki Analiz Sonuçları

Faktör	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	Sd	t	p
Toplumsal Fayda	Kadın	138	19,28	2,96	341	1,13	0,25
	Erkek	205	18,92	2,85			
Bireysel Fayda	Kadın	138	14,48	3,10	341	0,84	0,39
	Erkek	205	14,19	3,09			
Kültürel Fayda	Kadın	138	19,13	2,79	341	0,77	0,43
	Erkek	205	19,37	2,74			

Sosyal ve Çevresel Maliyetler	Kadın	138	16,72	4,49	341	1,96	0,05
	Erkek	205	17,70	4,48			

Tablo 4’teki bağımsız t-testi sonuçları, kadınlar ve erkekler arasında tüm faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığını ortaya koymaktadır ($p>0,05$). Yani ifadelere verilen cevaplar tüm cinsiyetler açısından aynı katılım düzeyinde gerçekleşmiştir. Tablo 5’te ise çalışmadaki tüm faktörler ile vatandaşların yaşları arasındaki analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 5. Faktörler ile Yaş Değişkeni Arasındaki Analiz Sonuçları

Faktör	Yaş	N	\bar{x}	Ss	Sd	t	p
Toplumsal Fayda	30 ve altı	205	19,36	2,97	341	2,28	0,02*
	31 ve üstü	138	18,63	2,74			
Bireysel Fayda	30 ve altı	205	14,53	3,21	341	1,62	0,10
	31 ve üstü	138	13,97	2,89			
Kültürel Fayda	30 ve altı	205	19,58	2,76	341	2,57	0,01*
	31 ve üstü	138	18,81	2,71			
Sosyal ve Çevresel Maliyetler	30 ve altı	205	17,33	4,70	341	0,11	0,91
	31 ve üstü	138	17,27	4,22			

* $p<0.05$

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi bulgular, yaşları “30 ve altında” olan vatandaşlar ile yalnızca “toplumsal fayda” ve “kültürel fayda” faktörleri arasında açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymaktadır ($p<0,05$). Bu durum, 30 ve daha küçük yaş grubundaki vatandaşlar, 31 ve üstü yaş grubundakilere nazaran, fuar ve festivallerin toplumsal ve kültürel faydasının daha çok olduğunu düşünmektedirler şeklinde yorumlanabilir. Tablo 6’da, çalışmadaki tüm faktörler ile vatandaşların eğitim düzeyleri arasındaki analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 6. Faktörler ile Eğitim Düzeyi Değişkeni Arasındaki Analiz Sonuçları

Faktör	Eğitim	N	\bar{x}	Ss	F	p
Toplumsal Fayda	İlk ve Ortaokul	88	18,63	3,09	2,02	0,13
	Lise	84	19,52	2,65		
	Lisans/Lisansüstü	171	19,06	2,89		
Bireysel Fayda	İlk ve Ortaokul	88	13,70	3,19	2,42	0,09
	Lise	84	14,65	2,64		
	Lisans/Lisansüstü	171	14,45	3,21		
Kültürel Fayda	İlk ve Ortaokul	88	18,52	2,68	5,04	0,00*
	Lise	84	19,26	2,26		
	Lisans/Lisansüstü	171	19,66	2,95		
Sosyal ve Çevresel Maliyetler	İlk ve Ortaokul	88	17,18	4,64	1,10	0,33
	Lise	84	16,76	3,31		
	Lisans/Lisansüstü	171	17,63	4,92		

* $p<0.05$

Analiz sonuçları, “ilk ve ortaokul” ile “lisans/lisansüstü” eğitim seviyesi arasında yalnızca “kültürel fayda” faktörü açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymaktadır ($p<0,05$). Buna göre, lisans/lisansüstü eğitim düzeyindeki vatandaşlar, ilk ve ortaokul eğitim düzeyindeki vatandaşlara kıyasla fuar ve festivallerin daha çok kültürel faydası olduğunu belirttiği düşünülebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Nasıl ki şehirlerin alamet-i farikası olan farklı farklı ürünleri varsa (Malatya'nın kayısı, Rize'nin çayı gibi), kentin kimliğini ortaya koyan fuar ve festivaller de (Antalya Altın Portakal Film Festivali, Adana Altın Koza Kültür ve Sanat Festivali, İstanbul Tüypak Kitap Fuarı gibi) bulunmaktadır. Küçük şehirler veya ilçeler bile doğru stratejiler ve organizasyonlarla düzenledikleri etkinlikler sayesinde markalaşabilirler. Bu durumu sağlayabilecek en önemli unsurlardan birisi de etkinliklerin yerel halkın üzerindeki sosyal etkisinin incelenmesidir. Etkinlik yöneticileri, fuar ve festivallerin vatandaşların üzerindeki olumlu ve olumsuz sosyal etkilerini anlamalı ve olumsuz etkileri en aza indirmek, olumlu etkileri ise artırmak için doğru bir pazarlama stratejisi oluşturabilmelidir (Small, 2007b). Bu tür etkinliklerin sadece ekonomik kısmını ön plana koymak, özellikle sürdürülebilir bir kalkınma hedefi koyan bölgeler için eksik kalacaktır. Düzenlenen fuar ve festivallerin sosyal, kültürel ve çevresel unsurları da tam olarak anlaşılmalıdır. Özellikle fuar ve festivallerin sayısının arttığı bir zamanda bu tür bir yaklaşım, yerel yönetimler için sürdürülebilir başarının anahtarı niteliğindedir. Türkiye’de düzenlenen etkinliklerden turizm açısından fayda sağlanabilmesi için yerel halkın katılımının sağlanacağı bir planlama modelinin geliştirilmesi önem arz etmektedir (Yolal, 2017). Önceki araştırmalar, genellikle fuar ve festival gibi etkinliklerin ekonomik faydasına odaklanırken, az sayıdaki çalışmada fuar ve festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkisi araştırılmıştır.

Bu çalışmada elde edilen bulguların sonuçlarına göre ise, vatandaşların fuar ve festivallere en çok eğlenceli olması (%25,7) nedeniyle katıldığı görülmektedir. (Yılmaz, 2015) tarafından yapılan çalışmada ise, festival katılımcılarının katılım motivasyonlarının; yenilik (değişik ve yeni şeyler yapma, özgün şeyleri görme fırsatı sunma, yeni ve farklı şeyler yaşama gibi), sosyalleşme (benzer şeylerden hoşlanan insanlarla birlikte olma, eğlenen insanlarla bir arada olma gibi), kaçış (sıradanlaşan hayatta bir değişiklik yapma, günlük rutin yaşamdan ve yaşamın zorluklarından uzaklaşma) ve aile (birlikte ortak bir şeyler yapma gibi) başlıklarında incelenebileceği tespit edilmiştir.

Kadınlar ve erkekler arasında tüm faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, festivallerin fayda ve maliyet gibi sosyal etkilerinin toplum içerisindeki kadın ve erkekler arasında aynı biçimde algılandığı şeklinde yorumlanabilir. Yıldız ve Polat (2016) tarafından yapılan bir araştırmada ise yine yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarında cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Mevcut çalışmada, 30 ve daha küçük yaş grubundaki vatandaşların, 31 ve üstü yaş grubundakilere nazaran, fuar ve festivallerin toplumsal ve kültürel faydasının daha çok olduğunu düşündüğü söylenebilir. Yerel halk tarafından benimsenmesi ve her yaş grubu tarafından çekici bulunması, etkinliklerin gelenekselleşmesini kolaylaştırmaktadır (Sarı, 2016). Sert (2017) tarafından yapılan araştırmanın bulgularına göre, yerel halk tarafından Beypazarı festivalinin toplumsal faydalarının yüksek olarak algılandığı ortaya çıkarken, vatandaşlar festivalin sosyal maliyetini ise düşük algılamaktadır. Bağiran & Kurgun (2016) tarafından yapılan bir başka araştırmada da yine, toplumsal fayda boyutu yerel halk tarafından olumlu bir şekilde algılanırken, festivalin en önemli sosyal maliyeti, trafik problemleri, yörenin aşırı kalabalık oluşu, çöp sorunu ve çevreye zarar verme olarak ön plana çıkmaktadır.

Lisans/lisansüstü eğitim düzeyindeki vatandaşlar, ilk ve ortaokul eğitim düzeyindeki vatandaşlara kıyasla fuar ve festivallerin daha çok kültürel faydası olduğunu belirttiği düşünülebilir. Bu durum, bir toplumda eğitim seviyesi yükseldikçe, festivallerin sosyal faydasının daha yüksek algılandığı şeklinde yorumlanabilir. Woosnam vd. (2013) ise yaptıkları araştırmada, vatandaşların eğitim seviyeleri ile toplumsal fayda, bireysel fayda ve sosyal maliyetler faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bununla birlikte aynı çalışmada, yerel halkın bölgede ikamet süreleri ile faktörler arasındaki ilişki de incelenmiştir. Buna göre, o bölgede 20 yıl ve üzerinde yaşayan insanlar 20 yıldan daha az süredir yaşayanlara göre festivallerin toplumsal ve bireysel faydasının daha çok olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca genel olarak, daha yüksek gelirli vatandaşlar düşük gelirliyle oranla, festivalin daha çok toplumsal ve bireysel faydaları olduğunu düşünürken, festivalin yüksek bir sosyal maliyeti olduğunu ise düşünmemektedirler.

Bu sonuçlara dayalı olarak aşağıdaki hususlar önerilebilir:

- Etkinliklerde hem kadın hem de erkek vatandaşları çekebilecek farklı faaliyetler yapılabilir.
- Yüksek yaş gruplarının da, fuarlardan ve festivallerden toplumsal ve kültürel fayda elde etmelerini sağlayacak şekilde etkinlikler organize edilebilir.
- Farklı eğitim düzeyine sahip, toplumun her kesimi için kültürel fayda elde etmelerini sağlayacak etkinlikler düzenlenebilir.
- Etkinlik yöneticileri, daha iyi bir fuar/festival düzenlemek ve yerel halkın bu etkinliklere katılımını sağlamak için, vatandaşlara düzenlenen festivallerden özellikle toplumsal, bireysel ve kültürel anlamda nasıl fayda sağlayacağını daha kapsamlı bir şekilde anlatmaya çalışabilirler.
- Etkinliklerin farklı paydaşları içermesi, fuar ve festivallerin etkinliğini artırabilir.

Araştırma 1-30 Mayıs 2017 tarihleri arasında, Malatya’da ikamet eden vatandaşlarla sınırlıdır. Gelecek çalışmalar için, başka iller için benzer araştırmalar yapılabilir. Malatya ili için sosyal etki dışında ekonomik etkisi de araştırılabilir. Ayrıca çalışmaya vatandaşların geliri, o şehirdeki ikamet süresi ve festivallere katılım süresi gibi değişkenler eklenebilir.

Kaynakça

1. Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
2. Atak, O., Tatar, S. & Tunaseli, A. (2017). Kültürel miras oluşumunda festivallerin yeri ve önemi: Fethiye müzik köyü üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 1396-1409.
3. Bagiran, D. & Kurgun, H. (2016). A research on social impacts of the Foça Rock Festival: The validity of the Festival Social Impact Attitude Scale, *Current Issues in Tourism*, 19(9), 930-948.
4. Bilgili, B., Yağmur, Ö. & Yazarkan, H. (2012). Turistik ürün olarak festivallerin etkinlik ve verimliliği üzerine bir araştırma (Erzurum-Oltu Kırdag Festivali örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
5. Binbaşıoğlu, H. (2017). Müzik Festivalleri ve Turizm. İç. Ü. İmİK (Ed.), *Farklı Disiplinlerde Müzik*, Ankara: Gece Kitaplığı, ss. 181-198.
6. Burgan, B. & Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events. *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 700-710.
7. Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Akademi.
8. Dalgın, T., Atak, O. & Çeken, H. (2016). Festivallerin bir kırsal turizm çekiciliği olarak önemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 1179-1184.
9. Daniels, M.J., Norman, W.C. & Henry, M.S. (2004). Estimating income effects of a sport tourism event. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 180-199.
10. Dávid, L. (2009). Environmental Impacts of Events. İç. R. Raj & J. Musgrave (Ed.), *Event management and sustainability*, Wallingford: Cabi, ss. 66-75.
11. Delamere, T.A. (1998). Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Alberta: University of Alberta.
12. Delamere, T.A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impact of community festivals, part II: Verification of the scale. *Event Management*, 7, 25-38.

13. Delamere, T.A., Wankel, L.M. & Hinch, T.D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impact of community festivals, part I: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7(1), 11-24.
14. Dinaburgskaya, K. & Ekner, P. (2010). Social impacts of the way out west festival on the residents of the city of Göteborg. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gothenburg: University of Gothenburg, School of Business, Economics and Law.
15. Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2006). Assessing the economic impacts of events: A computable general equilibrium approach, *Journal of Travel Research*, 45(1), 59-66.
16. Fredline, L., Jago, L. & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management*, 8(1), 23-37.
17. Gelan, A. (2003). Local economic impacts: The British Open. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 406-425.
18. Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events, and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
19. Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant.
20. Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
21. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
22. Kafkas, M.E. & Binbaşıoğlu, H. (2015). Olimpiyat oyunları etki ölçeği'nin (OOEÖ-uzun versiyon) geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 279-289.
23. Kargıoğlu, Ş. & Kabacık, B. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 409-421.
24. Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 181-196.
25. Kim, K. & Uysal, M. (2003). Perceived socio-economic impacts of festivals and events among organizers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3-4), 159-171.
26. Kim, W., Jun, H.M., Walker, M. & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
27. Kozak, N., Kozak, M.A. & Kozak, M. (2010). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
28. MacKay, K., Barbe, D., Van Winkle, C.M. & Halpenny, E. (2017). Social media activity in a festival context: Temporal and content analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 669-689.
29. Malatya Kültür AŞ (2017). Fuarlarımız, <http://www.malatyakultur.com/fuarlarimiz> (Erişim tarihi: 10.11.2017).
30. Malatya Kültür Turizm İl Müdürlüğü (2017). Malatya'daki Festivaller Fuarlar ve Yerel Etkinlikler, <http://www.malatyakulturturizm.gov.tr/> (Erişim tarihi: 10.11.2017).
31. Malatya Valiliği (2017). Malatya'da Belirli Günler, <http://www.malatya.gov.tr/malatyada-belirli-gunler> (Erişim tarihi: 10.11.2017).

32. Musgrave, J. & Raj, R. (2009). Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events. İç. R. Raj & J. Musgrave (Ed.), *Event management and sustainability*, Wallingford: Cabi, ss. 1-12.
33. Polat, S., Polat, S.A. & Halis, M. (2013). Kent kimliği kapsamında festivallerin değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali örneği. *Turizm ve Araştırma*, 1(2), 14-25.
34. Raj, R. & Vignali, C. (2010). Creating local experiences of cultural tourism through sustainable festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 51-67.
35. Richards, G. (2007). The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya. İç. G. Richards (Ed.), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Binghampton: Haworth Press.
36. Rihova, I., Buhalis, D., Moital, M. & Gouthro, M.B. (2015). Social Constructions of Value: Marketing Considerations for the Context of Event and Festival Visitation. İç. O. Moufakkir & T. Pernecky (Eds.), *Ideological, Social and Cultural Aspects of Events*, Wallingford: CAB International, ss. 74-85.
37. Sarı, C. (2016). Antalya’da fuarlar, festivaller ve yayla şenliklerinin alternatif turizmin gelişmesindeki rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 95-111.
38. Sert, A.N. (2017). Festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri: Beypazarı örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 38, 187-199.
39. Small, K. (2007a). Social dimensions of community festivals: An application of factor analysis in the development of the social impact perception (SIP) scale. *Event Management*, 11, 45-55.
40. Small, K. (2007b). Understanding the social impacts of festivals on communities. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Sydney: University of Western Sydney.
41. Small, K., Edwards, D. & Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 66-77.
42. Tassiopoulos, D. & Johnson, D. (2009). Social Impacts of Events. İç. R. Raj & J. Musgrave (Ed.), *Event management and sustainability*, Wallingford: Cabi, ss. 76-89.
43. Teo, P. (1994). Assessing socio-cultural impacts: The case of Singapore, *Tourism Management*, 15 (2), 126-136.
44. VanWinkle, C.M., Cairns, A. MacKay, K.J. & Halpenny, E.A. (2016). Mobile device use at festivals: Opportunities for value creation, *International Journal of Event and Festival Management*, 7(3), 201-218.
45. VanWinkle, C.M., Woosnam, K.M. & Mohamed, M. (2013). Sense of community and festival attendance. *Event Management*, 17, 155-163.
46. Wood, E.H. (2006). Measuring the social impacts of local authority events: A pilot study for a civic pride scale. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11, 165-179.
47. Woosnam, K.M., VanWinkle, C.M. & An, S. (2013). Confirming the festival social impact attitude scale in the context of a rural Texas cultural festival. *Event Management*, 17, 257-270.
48. Yıldız, S.B. & Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 40-62.

- 49.Yılmaz, B.E. (2015). Bireylerin kültürel etkinliklere katılım motivasyonları: Mersin uluslararası müzik festivali 2013 katılımcıları üzerinde bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
50. Yolal, M. (2017). Türkiye'nin etkinlik turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *ÇATALHÖYÜK Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-51.
- 51.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.