

Karnavala Katılım GÜdüleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği

Sevda SAHİLLİ BİRDİR¹ & Derya TOKSÖZ² & Elif BAK³

ÖZET: Türkiye'nin ilk karnavalı olan Adana Portakal Çiçeği Karnavalı, önceki yıllarda ülkenin farklı yerlerinden gelen konuklara ev sahipliği yapmıştır. Bu çalışmada 06-10 Nisan 2016 tarihlerinde Adana'da gerçekleştirilen IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının karnavala katılımlarını güdüleyen sebeplerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yerli ve yabancı katılımcılardan, literatüre dayalı olarak oluşturulan anket formu aracılığı ile veriler toplanmıştır. Anket, kolayda örnekleme yöntemi ile 202 kişiye yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre katılımcıların karnavala katılım güdüleri "etkinlik" "kaçış", "sosyalleşme" ve "yenilik" olarak belirlenmiştir. Çalışma, karnavalın yerel halk ve katılımcılar arasında etkileşim sağlayarak Adana yerel kültürünün tanıtımına ve sürdürülebilirliğine katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Katılım güdüsü, Portakal Çiçeği Karnavalı, Adana.

Carnival Participation Motivations: IV. International Adana Orange Blossom Carnival Example

ABSTRACT: Adana Orange Blossom Carnival that is of Turkey's first carnival has hosted guests from different parts of the country in previous years. In this study, IV. International Orange Blossom Carnival participants' reasons were studied and their motivations to participate were analyzed. Data were collected using questionnaire form which was developed based on literature, from local and foreign participants. The questionnaire was conducted on 202 people face to face benefiting from convenience sampling method. According to findings of the study, the participants' motives were defined as "activity", "escape", "socialization" and "innovation". The study has an important place in terms of contributing to sustainability and promotion of Adana's local culture by providing interaction between participants and local people.

Keywords: Participation motive, Orange Flower Carnival, Adana.

¹ Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin. Email: birdirss@mersin.edu.tr

² Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin.
Email: deryatoksoz@mersin.edu.tr

³ Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin.
Email: elif.b@mersin.edu.tr

1. GİRİŞ

Belirli bir yerde ve zaman aralığında belirli bir takım koşullarla gerçekleştirilen etkinlik, kayda değer olay olarak tanımlanmaktadır (Getz, 2007: 18). Etkinliklerin tarihine bakıldığında ilkel dinlerde yılın belirli günlerinde gerçekleştirilen ritüellerle toplumun dinsel inançlarının gelenekselleşerek sonraki kuşaklara aktarılması sağlanmaya çalışılmıştır. Böylece, toplumun bireylerle, ölümlerin yaşayanlarla ve bireylerin de tanrılarla bağlarının güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu ritüellerin etkinlik haline dönüşmesi ise, Antik Yunan Uygarlığı dönemine kadar uzanmaktadır. Antik Yunan'da festivaller, şarap tanrısı Dionysos'u anmak amacıyla yapıldı (Atak, 2009: 37). Avrupa ve Amerika'da 1960'larda başlayan etkinliklerin, 1980'li yıllardan sonra sayısında ve çeşitliliğinde büyük bir artış yaşanmıştır (Örneğin; Rio Karnavalı, Cannes Film Festivali, Venedik Karnavalı, Holi Festivali, Salvador de Bahia Karnavalı).

Etkinlikler turizmin önemli bir motivasyon kaynağı olmakla birlikte, pek çok destinasyonun gelişmesinde ve pazarlama planlamasında öncül bir rol oynamaktadır (Getz, 2008:403). Bu nedenle, daha fazla ziyaretçi çekebilmek için turistik destinasyonların cazibesini ve tercih edilebilirliğini arttıran yeni festivallere yöneldiği söylenebilir (Özdemir ve Çulha, 2009: 359).

Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Türkiye'nin ilk karnavalı olup yerel yönetimlerin sahiplendiği ilk etkinlik projesi olma özelliğini taşımaktadır. Birkaç yıldır gönüllülük esasıyla şekillenen karnaval, Adana yerli halkının çabalarıyla günümüzde de varlığını güçlenerek sürdürmeye devam etmektedir. Çalışmada, IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların katılım nedenleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. ALANYAZIN

2.1. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı

"Nisan'da Adana'da" sloganıyla hayata geçirilen Portakal Çiçeği Karnavalı, ilk kez 2013 yılında düzenlenmiştir. Daha çok sivil inisiyatifle gerçekleştirilen geleneksel bir sokak karnavalıdır. Karnavala katılanların yıllar içindeki sayısına bakıldığında ilk karnavala 15.000, ikinci karnavala 30.000 ve üçüncü karnavala 90.000 kişinin ilgi gösterdiği belirlenmiştir (Wikipedia, 2016).

İlk karnaval, Adana'da büyük coşku ile karşılanmış ve birçok etkinliğin yanında özellikle on beş bine yakın kişinin özel kostümleriyle katıldığı kortej büyük ilgi toplamıştır. Türkiye'nin birçok yerinden olduğu gibi yurtdışından gelen misafirlerin de karnavala ilgi gösterdiği görülmüştür. Daha sonra düzenlenen ikinci ve üçüncü karnavalda büyük ilgi görmüş ve

halkın karnaval coşkusu ile katılım artırmıştır (Turizmin Sesi, 2016). “Türkiye’de halkın sahip çıkıp hazırladığı ilk ve tek sokak karnavalı olma özelliğini koruyan” ve her yıl nisan ayında düzenlenen etkinliğin 2016 yılında dördüncüsü düzenlenmiştir. Ancak ülkede yaşanan güvenlik sorunları ve üzücü olaylar nedeniyle açılış töreni, karnaval korteji ve halk konserleri iptal edilmiştir. Karnaval süresince imza günleri, kültür ve sanat etkinlikleri, lezzet istasyonları, sanatsal sergiler, söyleşiler, tanıtım etkinlikleri ve Adana iline özgü hediyelik ve el işi stantları gibi etkinlikler gerçekleştirilmiştir (Hürriyet Haber, 2016).

2.2.Karnavallar/Festivaller

Türk Dil Kurumu’nun (TDK) Büyük Türkçe Sözlüğü’nde yer alan tanıma göre festival “1. Dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi. 2. Belli bir sanat dalında oyun ve filmlerin sunulması ve gösterilmesi sonunda ödül, derece verilmesi biçiminde düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri dizisi, şenlik: Antalya film festivali. 3. Bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, şenlik: Kiraz festivali” (TDK, 2016) şeklinde tanımlanmıştır. Karnavalın tanımı ise, şu şekilde ifade edilmektedir: “Belli dönemlerde renkli, komik ve şaşırtıcı kılıklara girerek yapılan şenlik ve eğlence” (TDK, 2016).

Festivaller keyifli, özel, sıradışı bazen küçük kasabalarda kutlanan etkinliklerdir. Festivaller eğlence, gösteri ve anma törenleriyle dolu olarak insanları bir araya getirmektedir. Çoğu kişi eğlence, zevk ve daha farklı arayışlar için festivallere katılırlar (Gibson, Conell, Waitt ve Walmsley, 2011: 3). Festivaller düzenlendiği yeri hem fiziksel ve çevresel hem sosyal ve kültürel olarak etkilemektedir (Felsenstein ve Fleischer, 2003: 386). Festivaller, gerçekleştirildikleri bölgelerde birçok yararlar sağlamaktadır. Bu yararlar arasında, turizm sezonunun uzatılması, turizmin çeşitlendirilmesi, turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit bir şekilde dağılımının sağlanması ve destinasyonun çekiciliğinin artırılması yer almaktadır (Karagöz, 2006: 1). Bu tür etkinlikler, ev sahibi ülkeler ve şehirlerin altyapı geliştirmelerini hızlandırmalarına, dünyadaki bilinirliklerini arttırmalarına ve kamu sektörü, özel sektör ve toplum arasında işbirliğinin teşvik edilmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca çevresel sürdürülebilirlik, çeşitlilik ve toplumun sürece dahil edilmesi gibi yeni fikirler ve davranışlar için örnek oluşturmaktadır (Pellegrino ve Hancock, 2010).

Festivaller, çoğu zaman destekleyici turistik ürünler olarak değerlendirilmektedir. Ancak, dünyada örnekler incelendiği zaman, birçok yerde düzenlenen festivallerin başlı başına bir çekicilik unsuru olduğu

görülmektedir. Bu nedenle ki, festival ziyaretçilerinin katılım nedenlerinin belirlenmesi önem arz etmektedir (Döner ve Tepeci, 2014:784). Ziyaretçilerin bu tür etkinliklere katılım sebeplerinin iyi bir şekilde analizi daha sonra düzenlenecek olan etkinliklerin planlanmasını, tanıtımını ve doğal bir sonuç olarak da başarısını etkileyecektir.

Literatürde katılımcıların düzenlenen etkinliklere katılım sebeplerini inceleyen çalışmalara rastlanmaktadır (Formica ve Uysal, (1998), Yolal, Çetinel ve Uysal (2009), Esu ve Arrey (2009), Tayfun ve Arslan (2013), Duran ve Hamarat, 2014), Döner ve Tepeci (2014), Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, (2016)).

Formica ve Uysal (1998), tarafından yapılan çalışmanın ana amacı, İtalya’da yıllık olarak gerçekleştirilen Spolete Festivali’nin mevcut pazarın yapısını ortaya çıkarmak olarak belirlenmiştir. Katılımcıların festivale geliş nedenlerini ortaya çıkarmak için yapılan çalışmada 23 madde altı faktör altında boyutlanmıştır. Bu boyutlar sırası ile “sosyalleşme ve eğlence”, “etkinliklerin çekiciliği ve heyecanı”, “grup birlikteliği”, “kültürel/tarihsel nedenler”, “aile birlikteliği” ve “destinasyonun orijinallliği”dir.

Yolal, Çetinel ve Uysal’ın (2009) yürüttüğü çalışmada, Eskişehir Sanat Festivali’ne katılım gösterenlerin katılım nedenlerinin temel boyutlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada, 342 kişinin verdikleri cevaplar üzerinden yapılan analizler sonucunda, katılımcıların ziyaret sebepleri; “sosyalleşme”, “heyecan”, “etkinlik yeniliği”, “kaçış” ve “aile birlikteliği” olarak tespit edilmiştir.

Esu’nun (2009) yapmış olduğu çalışmada ise, katılımcıların kültür festivaline yönelik genel memnuniyetleri ile kültür festivalinin nitelikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda 9 festival niteliği “organizasyon”, “tanıtım”, “tesisler”, “kolaylık”, “alışveriş”, “yiyecek-içecek”, “altyapı”, “bölgenin atmosferi” ve “güvenlik” bulgulanmıştır.

Bir diğer çalışma, Tayfun ve Arslan (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, “Ankara Alışveriş Festivali”nin, Ankara’ya gelen yerli turistlerin festivalden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Toplam 336 adet yerli turiste uygulanan anket sonucunda, festivalden, “kadınların”, “erkekler” göre, “bekârların” “evlilere” göre, “20 yaş altı” gurubun “diğer yaş” guruplarına göre, geliri 1000 TL’den az olanların diğer gelir guruplarına göre daha fazla memnun oldukları tespit edilmiştir.

Duran, Hamarat ve Özkul (2014) tarafından yapılan çalışmada Uluslararası Truva Festivali’ne katılan ziyaretçilerin festivale katılım nedenlerinin boyutlarını araştırmak amaçlanmıştır. Çalışmada, 473 kişiden

geri dönen yanıtlar sonucunda katılımcıların ziyaret sebepleri altı boyutta toplanmıştır. Bu boyutlar; “kültürel keşif”, “yenilik”, “aile birlikteliği”, “kaçış ve heyecan”, “sosyalleşme” ve “etkinlik çekiciliği” olarak belirlenmiştir.

Döner ve Tepeci (2014), Uluslararası Manisa Mesir Macunu Festivali’ne katılan bireylerin katılım nedenlerini ve ziyaretçilerin festivalden duydukları memnuniyet derecesini etkileyen unsurları belirlemeyi amaçlamışlardır. Toplam 315 yerli ve yabancı katılımcıdan alınan bilgiler doğrultusunda festivale katılım nedenleri yedi başlık altında toplanmıştır. Bunlar, “heyecan”, “sosyalleşme ve eğlence”, “aile ve grup birlikteliği”, “rutinden kaçış”, “mekan çekiciliği”, “etkinlik çekiciliği” ve “kültürel ve tarihi çekicilik”tir. Festivale katılanların festival kapsamındaki faaliyetlerden genel olarak memnun oldukları belirlenmiş ve bu memnuniyette belirleyici unsurlar ise, “rutinden kaçış” ve “mekan çekiciliği” olmuştur.

Yıldırım, Karaca ve Çakıcı (2016) tarafından yapılan çalışmanın amacı Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı’na yönelik yerel halkın algısını ve karnavalıdan memnuniyet düzeyini belirlemektir. Bu çalışmanın, yapılan literatür taraması sonucunda “Portakal Çiçeği Karnavalı”na yönelik ilk çalışma olduğu görülmüştür. Toplam 421 kişiye uygulanan anketten elde edilen bilgilere göre, karnavalın yerel halka sağladığı yararlar arasında sosyal, bireysel, ekonomik, kentsel ve turistik yararlar olduğu bulgulanmıştır. Bununla birlikte, çalışmada, halkın karnavala yönelik algılarının belirlenmesi için faktör analizinden yararlanılmış ve beş faktör elde edilmiştir. Faktörlere, “sosyal yararlar”, turistik yararlar”, “bireysel yararlar”, “kentsel yararlar” ve “ekonomik yararlar” adı verilmiştir. Halkın karnavalıdan memnuniyet düzeyleri incelendiğinde, en çok memnun olunan faktörlerin “sosyal” ve “bireysel” faktörler olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, karnavalın halka duyurulmasında, halkın sosyal medya kullanım alışkanlıklarına dikkat edilmesi ve etkinliklerin planlanması sırasında yerel kültürel değerlere ve bu değerlerin özgünlüğüne dikkat edilerek kullanılması ve korunmasına yönelik önerilerle sonuçlandırılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların katılım güdülerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Diğer yandan çalışma, katılımcıların Portakal Çiçeği Karnavalında satılan ürünlere yönelik düşüncelerini belirleme amacını da taşımaktadır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Bu çalışma kapsamında araştırmanın evrenini Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılan yerli ve yabancı katılımcılar oluşturmaktadır. Ancak, evrenin tamamına ulaşmanın zaman ve bütçe kısıtları nedeniyle evreni temsil edebilecek örnek kütle seçimine gidilmiştir. Seçilen örnek kütlelerin, ana kütlelerin özelliklerini taşımasını sağlayabilmek için, resmi kaynaklardan yararlanılmıştır. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalında 2013 yılında 50.000 kişi, 2014 yılında 140.000 kişi ve 2015 yılında 350.000 kişi etkinlikleri izlemiştir (Nisanda Adanada, 2016). Örneklem hacmi belirlenirken basit tesadüfi örnekleme yöntemi formülünden ($n=t^2.p.q/d^2$) yararlanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 48). Örneklem büyüklüğü, %95 güven düzeyinde ve ± 0.05 'lik sapma aralığı ile $n=(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) / (0.05)^2 = 384$ kişi olarak hesaplanmıştır. Çalışmada, kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme, örnek birimlerinin araştırmacı tarafından seçilmesine dayanmaktadır (Yükselen, 2000:69; Nakip, 2003:184). Ancak, anketin doldurulması gönüllülük esasına dayandığından ve resmi etkinliklerin iptal edilmesinden dolayı, anketin doldurulması bir gün ile sınırlandırıldığından hedeflenen örneklem büyüklüğü sayısına ulaşamamıştır.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket, toplamda dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Portakal Çiçeği Karnavalına katılıma ilişkin 29 maddeden oluşan güdülenme ölçeği yer almaktadır. Ölçek, Uysal, Gahan ve Martin (1993), Neirotti, Bosetti ve Teed (2001) ve Funk, Toohey ve Bruun'un (2007) çalışmalarından uyarlanmıştır. İkinci bölüm, Kim ve Uysal'ın (2003) çalışmasından (17 madde) uyarlanarak oluşturulan karnavalın Adana ili ve yerli halkı üzerinde oluşturabileceği sosyo-ekonomik etkileri ölçeğinden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde, katılımcıların Portakal Çiçeği Karnavalı'na yönelik düşünceleri belirlenmeye çalışılmış olan ölçek ise, Tayfun ve Arslan'ın (2013) çalışmasından (11 madde) uyarlanmıştır. Anketin son bölümünde ise, katılımcıların demografik bilgilerine ve karnavala ilişkin açık ve kapalı uçlu sorular yer almaktadır. Ancak, bu çalışmada, Portakal Çiçeği Karnavalına katılım nedenleri dikkate alınacaktır.

Çalışmada Cronbach α güvenilirlik ölçütünden (Cronbach, 1990) yararlanılmıştır. Cronbach α değeri, -1 ile +1 arasında değişen bir değer olup, Cronbach'a (1990) göre, bulunan sayı 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu kabul edilmektedir. "Portakal Çiçeği Karnavalına katılma nedenlerine" ilişkin ölçeğin Cronbach α değeri 0,945

olarak belirlenmiştir. Ayrıca, ölçeğin madde test korelasyonlarının 0,400 ile 0,804 arasında değişim gösterdiği belirlenmiştir. Veriler, 09 Nisan 2016 tarihinde Karnaval etkinliklerinin düzenlendiği Adana’da yüz yüze veri toplama yöntemlerinden biri olan bırak ve topla yöntemi (Ibeh, Brock ve Zhou (2004: 157-163) ile toplanmıştır. Katılımcılardan toplam 209 anket geri toplanmış olup, 7 anket eksik veri nedeniyle dikkate alınmamıştır.

3.4. Analiz

Bu aşamada, öncelikle tanımlayıcı analizler gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, en önemli katılım nedenleri belirlenmiş ve karnavala katılım nedenlerine ilişkin güdüler ve algılanan etkilere ait boyutların belirlenmesi amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Son olarak, belirlenen boyutların katılımcıların demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini belirlemek için t-testi ve varyans analizi uygulanmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri Tablo 1’de özetlenmektedir. Buna göre, katılımcıların % 61,4’ü “kadın” ve %38,1’i “erkek” olup, %60,4’ü “bekar” ve %39,1’i evlidir. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların farklı yaşlarda olduğu ancak büyük çoğunluğunun “21-30 yaş arasındaki (%41,6)” katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla, %17,8’lik bir oranla “41-50 yaş”, %15,8’lik bir oranla “31-40 yaş”, %14,9’luk bir oranla “61 ve üstü yaş” arasındaki katılımcılar izlemektedir. Karnavala katılanların büyük çoğunluğu (%67,8) üniversite eğitimine sahiptir. Katılımcılar arasında en yüksek orana sahip meslek grubu “memur (%21,3)”lardır. İkinci büyük oran, “serbest meslek (%20,3)” sahipleri olup, bunu “öğrenciler (%18,3)” izlemektedir.

Katılımcıların kendilerini hangi gelir grubu içerisinde değerlendirdikleri incelendiğinde, %54,5’inin kendilerini “orta” gelir grubunda değerlendikleri belirlenmiştir. Kendilerini “ortanın üstü” gelir grubunda değerlendirenlerin oranı ise, %30,2’dir. Öte yandan, katılımcıların %70,8’i Adana, %9,9’u İstanbul, %7,9’u Mersin ve %10,9’u diğer kentlerde ikamet etmektedir. Diğer kentlerden katılanlar incelendiğinde, Hatay, Ankara, Antalya, Kayseri, Ordu, Osmaniye ve Trabzon’dan katılımların gerçekleştiği görülmüştür.

Daha önce Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların oranı %73,3 olup, ilk defa katılanların oranı %26,2’dir (Tablo 2). Portakal Çiçeği Karnavalına bir kez katılanların oranı %16,3, iki kez katılanların oranı %31,2 ve üçüncü kez katılanların oranı ise, %25,7’dir. Karnavala katılımların yıllar itibariyle artış gösterdiği görülmektedir.

Tablo 1. IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılanların Demografik Özellikleri

| IV. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Katılımcı Demografik Verileri | | | | | | | | |
|--|-----------|------------|-----------------------|-----------|------------|----------------------|------------|------------|
| | f | % | | f | % | | f | % |
| Cinsiyet | | | Yaşanılan İl | | | Yaşınız | | |
| Kadın | 12 | 61, | Adana | 14 | 70, | 21-30 | 84 | 41, |
| Erkek | 4 | 4 | Mersin | 3 | 8 | 31-40 | 32 | 6 |
| Belirtmeyen | 77 | 38, | İstanbul | 16 | 7,9 | 41-50 | 36 | 15, |
| Toplam | 1 | 1 | Diğer | 20 | 9,9 | 51-60 | 18 | 8 |
| Meslek | 2 | 100 | Yurtdışı | 22 | 10, | 61 ve üstü | 30 | 17, |
| Akademisyen | | | Toplam | 1 | 9 | Belirtmeyen | 2 | 8 |
| Serbest Meslek | | | | 20 | 0,5 | Toplam | 202 | 8,9 |
| Yönetici | 9 | 4,5 | Yaşanılan İlçe | 2 | 100 | Eğitim Durumu | | |
| İşçi | 41 | 20, | Seyhan | | | İlköğretim | 2 | 1,0 |
| Memur | 28 | 3 | Çukurova | | | Lise | 28 | 100 |
| Emekli | 8 | 13, | Yüreğir | 71 | 35, | Üniversite | 137 | |
| Öğrenci | 43 | 9 | Merkez | 51 | 1 | Lisansüstü | 35 | |
| Ev Hanımı | 9 | 4,0 | Yenişehir | 7 | 25, | Toplam | 202 | 1,0 |
| Diğer | 37 | 21, | Mezitli | 13 | 2 | Gelir Düzeyi | | |
| Toplam | 11 | 3 | Çamlıbel | 9 | 3,5 | Düşük | 5 | 67, |
| Medeni Durum | 2 | 18, | Ceyhan | 2 | 6,4 | Ortanın altı | 8 | 8 |
| Bekar | | 5,4 | Diğer | 1 | 4,5 | Orta | 110 | 17, |
| Evli | | 7,9 | Belirtmeye | 1 | 1,0 | Ortanın üstü | 61 | 3 |
| Belirtmeyen | 12 | 100 | n | 43 | 0,5 | Yüksek | 18 | 100 |
| Toplam | 2 | | Toplam | 4 | 0,5 | Toplam | 202 | |
| | 79 | | | 20 | 21, | | | 2,5 |
| | 1 | 60, | | 2 | 3 | | | 4,0 |
| | 20 | 4 | | | 100 | | | 54, |
| | 2 | 39, | | | | | | 5 |
| | | 1 | | | | | | 30, |
| | | 0,5 | | | | | | 2 |
| | | 100 | | | | | | 8,9 |
| | | | | | | | | 100 |

“Arkadaşlar ve aile” %57,9’luk bir oranla karnaval hakkında en çok yararlanılan bilgi kaynağıdır. Bunu, %22,3’lük bir oranla “internet” izlemektedir. Karnavala arkadaşları ile katılanların oranı %58,4 olup, ailesi ile katılanların oranı ise, %41,6’dır. Karnavalda satılan ürünlerden en çok beğenilen ürünün hangisi olduğu (açık uçlu soru) sorusuna alınan yanıtlar incelendiğinde en çok beğenilen ürünün “taç (%43,1)” olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Diğer Özelliklerine Göre Dağılımı

| | f | % | | f | % |
|---|------------|------------|--|------------|------------|
| Daha önce Portakal Çiçeği Karnavalına Katıldınız mı? | | | Satılan Ürünlerden En Çok Hoşunuza Giden Ürün Hangisidir? | | |
| Evet | 148 | 73,3 | Reçel | 11 | 5,4 |
| Hayır | 53 | 26,2 | Formalar | 2 | 1,0 |
| Belirtmeyen | 1 | 0,5 | Taçlar | 87 | 43,1 |
| Toplam | 202 | 100 | Sıkma | 2 | 1,0 |
| Portakal Çiçeği Karnavalına Kaç Kez Katıldınız? | | | Çiçekli Tül | 5 | 2,5 |
| 1 Kez | 33 | 16,3 | Portakal Çiçeği Ürünleri | 9 | 4,5 |
| 2 Kez | 63 | 31,2 | Portakal Çiçeği Reçeli | 4 | 2,0 |
| 3 Kez | 52 | 25,7 | Papatya | 1 | 0,5 |
| Belirtmeyen | 54 | 26,7 | Kısır | 2 | 1,0 |
| Toplam | 202 | 100 | Hiçbiri | 3 | 1,5 |
| Yararlanılan Bilgi Kaynakları | | | Hepsi | 11 | 5,4 |
| Meslektaşlar | 20 | 9,9 | Adana Yemekleri | 1 | 0,5 |
| Arkadaşlar ve Aile | 117 | 57,9 | Tantuni | 1 | 0,5 |
| İnternet | 45 | 22,3 | Kebap | 8 | 4,0 |
| Tv Programları | 5 | 2,5 | Tişört | 2 | 1,0 |
| Gazeteler | 1 | 0,5 | El Sanatları | 3 | 1,5 |
| Broşür | 1 | 0,5 | Diğer | 2 | 1,0 |
| Diğer | 12 | 5,9 | Belirtmeyen | 48 | 23,8 |
| Belirtmeyen | 1 | 0,5 | Toplam | 202 | 100 |
| Toplam | 202 | 100 | Karnavala Kiminle Katıldınız? | | |
| Konaklamadan Tatmin Düzeyi | | | Ailemle | 118 | 58,4 |
| Tatmin olmadım | 3 | 1,5 | Arkadaşlarımla | 202 | 100 |
| Kararsızım | 1 | 0,5 | Toplam | | |
| Tatmin oldum | 25 | 12,5 | Konaklanılan Yer | 8 | 4,0 |
| Çok tatmin oldum | 22 | 10,9 | 5 Yıldızlı Otel | 4 | 2,0 |
| Belirtmeyen | 151 | 74,8 | 4 Yıldızlı Otel | 45 | 22,3 |
| Toplam | 202 | 100 | Arkadaş / Akraba Yanı | 1 | 0,5 |
| | | | Pansiyon | 3 | 1,5 |
| | | | Diğer | 141 | 69,8 |
| | | | Belirtmeyen | 202 | 100 |
| | | | Toplam | | |

Öte yandan, Adana dışından karnavala katılanların çoğunluğunun “arkadaş/akraba” yanında konakladığı, diğer katılımcıların ise, dört ve beş yıldızlı otellerde konakladıkları belirlenmiştir. Konaklamadan memnuniyet

düzeyi incelendiğine, katılımcıların konaklamadan tatmin oldukları tespit edilmiştir. Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların katılım nedenleri incelendiğinde en önemli ilk beş katılım nedeninin sırasıyla, “değişik ve yeni şeyler yapmayı severim (4,2970)”, “arkadaşlarımla birlikte olmak (4,2624)”, “özel etkinlikleri severim (4,2475)”, “günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak (4,2426)” ve “yaşamın sıradanlığından kurtulmak (4,2079)” olduğu tespit edilmiştir.

Portakal çiçeği Karnavalı’na katılımı güdüleyen faktörlerin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için t testi yapılmıştır. Tablo 3, test sonuçlarını göstermektedir. Tabloya göre, cinsiyete göre beş maddede anlamlı bir ilişki bulunmuştur. “Portakal Çiçeği Karnavalının başarısına tanıklık etmek”, “karnavala katılmadığımda üzülürüm”, “karnavala katılmak benim için çok önemlidir” ve “karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim” ifadelerine “kadın” katılımcıların “erkek” katılımcılara oranla daha fazla önem verdiği belirlenmiştir. Ancak, “karnavala katılmanın diğer etkinliklere katılmaktan daha önemli olduğunu düşünüyorum” ifadesine ise, “erkek” katılımcıların “kadın” katılımcılarına oranla daha fazla önem verdiği belirlenmiştir.

Tablo 3. Karnavala Katılım Nedenlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

| Katılım Nedeni | Cinsiyet | N | Ort | S. Sapma | t değeri | Anlam Düzeyi |
|---|----------|-----|--------|----------|----------|--------------|
| 20-Portakal Çiçeği Karnavalının başarısına tanıklık etmek | Kadın | 124 | 3,9919 | 1,05535 | 2,409 | ,009 |
| | Erkek | 77 | 3,5974 | 1,23820 | | |
| 23-Karnavala katılmadığımda üzülürüm | Kadın | 124 | 3,5081 | 1,32822 | 1,658 | ,018 |
| | Erkek | 77 | 3,1688 | 1,53385 | | |
| 24-Karnavala katılmak benim için çok önemlidir | Kadın | 124 | 3,5726 | 1,24400 | 1,979 | ,029 |
| | Erkek | 77 | 3,1948 | 1,42385 | | |
| 25-Karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim | Kadın | 124 | 3,6613 | 1,11083 | 1,546 | ,003 |
| | Erkek | 77 | 3,3896 | 1,35875 | | |
| 26-Karnavala katılmanın diğer etkinliklere katılmaktan daha önemli olduğunu düşünüyorum | Kadın | 124 | 3,0887 | 1,20306 | -,082 | ,040 |
| | Erkek | 77 | 3,1039 | 1,40098 | | |

Not: *:p<.05; **: p<.01; ***:p<.001

Portakal çiçeği Karnavalı'na katılımı etkileyen faktörlerin yaşa göre yapılan ANOVA analizinde anlamlı bir farklılık bulunmuştur (Tablo 4). “Günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak”, “bu etkinlik ortamını bizzat yaşamak”, “hayatıma heyecan ve canlılık katmak”, “özel etkinlikleri severim”, “yeni şeyler öğrenmek” ve “karnavala katılmadığımda üzülürüm” ifadelerine “21-30” yaş aralığındaki katılımcıların diğer yaş aralığındaki katılımcılara oranla daha fazla önem verdikleri görülmektedir. Bununla birlikte, “ben esaslı bir karnaval hayranıyım” ve “karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim” ifadelerine ise, “61 ve üstü” yaş grubundaki katılımcıların diğer yaş grubundaki katılımcılara oranla daha fazla önem verdikleri belirlenmiştir. Öte yandan, eğitim durumu ve mesleğe göre yapılan varyans analizlerinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Katılımcıların Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılım güdülerini oluşturan boyutları belirlemek için açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizi için değişkenler arasında yeterli korelasyona sahip olduğu ve verilerden anlamlı faktörler çıkarılabileceği (Hair ve diğ., 2010:105) Barlett Küresellik testi ile sınınamakta olup, Barlett Küresellik testi (2571,588) anlamlı sonuç verdiği görülmüştür ($p < 0,000$). Örneklem sayısının faktör analizine uygunluğunu belirlemek için yapılan Kaiser-Meyer-Olkin testi (0,935)'nin örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu belirlenmiştir. Toplam yirmidokuz maddeye uygulanan faktör analizi sonucunda faktör yükleri ,50'den küçük ve birden fazla faktöre yüklenen ve bir faktöre üç maddenin altında yüklenen maddeler analizden çıkarılmıştır. Analiz sonucunda 20 madde dört faktör üretmiştir. Bu faktörlere “Etkinlik”, “Kaçış”, “Sosyalleşme” ve “Yenilik” adları verilmiştir (Tablo 5). Faktörlerin güvenilirlik katsayıları ,748 ile ,933 arasında değişmekte olup, toplam varyansın %67'sini açıklamaktadır.

Birinci faktörü oluşturan maddeler incelendiğinde, bu faktörde katılımcıların etkinlikle ilgili güdülerinin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Birinci faktör, yedi maddeden oluşmuş olup, faktöre “etkinlik” adı verilmiştir. Faktör incelendiğinde “karnavala katılmak diğer etkinliklere katılmaktan daha önemli olduğunu düşünüyorum (.811)”, “karnavala katılmak benim için çok önemlidir (.808)”, “karnavala katılmak için durumum elverişli olmasa da katılmak için çabalarım (.799)”, “karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim (.767)”, “karnavala katılmadığımda üzülürüm (.761)”, “ben esaslı bir karnaval hayranıyım (.743)” ve “hayatta elime bir kez geçecek bir fırsat olduğu için katılıyorum (.642)” maddelerinin yüklendiği görülmüştür. Bu faktör, açıklanan varyansın %43,332'sini oluşturmaktadır.

Tablo 4. Karnavala Katılım Nedenlerinin Yaşa Göre Dağılımı

| Katılım Nedeni | Yaş | N | Ort | S. Sapma | F değeri | Anlam Düzeyi |
|---|------------|----|---------------|----------|----------|--------------|
| 2-Günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak | 21-30 | 84 | 4,4881 | ,50286 | 4,722 | ,001 |
| | 31-40 | 32 | 4,1563 | 1,05063 | | |
| | 41-50 | 36 | 4,1667 | ,94112 | | |
| | 51-60 | 18 | 3,6111 | 1,14475 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 4,1667 | ,91287 | | |
| 7-Bu etkinlik ortamını bizzat yaşamak | 21-30 | 84 | 4,3214 | ,88032 | 2,717 | ,031 |
| | 31-40 | 32 | 4,1875 | ,96512 | | |
| | 41-50 | 36 | 4,0833 | ,90633 | | |
| | 51-60 | 18 | 3,5556 | 1,19913 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 4,1333 | ,73030 | | |
| 8-Hayatıma heyecan ve canlılık katmak | 21-30 | 84 | 4,2500 | ,94263 | 3,418 | ,010 |
| | 31-40 | 32 | 4,0000 | 1,10716 | | |
| | 41-50 | 36 | 3,8611 | 1,09942 | | |
| | 51-60 | 18 | 3,3333 | 1,37199 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 4,2000 | ,88668 | | |
| 16-özel etkinlikleri severim | 21-30 | 84 | 4,4286 | ,68170 | 2,980 | ,020 |
| | 31-40 | 32 | 4,2500 | ,87988 | | |
| | 41-50 | 36 | 4,0278 | ,69636 | | |
| | 51-60 | 18 | 3,8889 | 1,13183 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 4,3333 | ,66089 | | |

| | | | | | | |
|--|------------|----|---------------|---------|-------|------|
| 19-Yeni şeyler öğrenmek | 21-30 | 84 | 4,0833 | 1,11083 | 3,643 | ,007 |
| | 31-40 | 32 | 3,5625 | 1,16224 | | |
| | 41-50 | 36 | 3,8056 | ,88864 | | |
| | 51-60 | 18 | 3,1111 | 1,36722 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 3,9333 | ,98027 | | |
| 22-Ben esaslı bir karnaval hayranıyım | 21-30 | 84 | 3,5714 | 1,29210 | 2,544 | ,041 |
| | 31-40 | 32 | 3,0938 | 1,46704 | | |
| | 41-50 | 36 | 3,0833 | 1,38099 | | |
| | 51-60 | 18 | 2,8889 | 1,49071 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 3,8000 | 1,24291 | | |
| 23-Karnavala katılmadığımda üzülürüm | 21-30 | 84 | 3,6786 | 1,25305 | 2,770 | ,029 |
| | 31-40 | 32 | 3,0625 | 1,45774 | | |
| | 41-50 | 36 | 3,2222 | 1,51396 | | |
| | 51-60 | 18 | 2,6667 | 1,49509 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 3,5333 | 1,47936 | | |
| 25-Karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim | 21-30 | 84 | 3,7857 | 1,12015 | 3,187 | ,015 |
| | 31-40 | 32 | 3,4063 | 1,24069 | | |
| | 41-50 | 36 | 3,3333 | 1,28730 | | |
| | 51-60 | 18 | 2,8333 | 1,33945 | | |
| | 61 ve üstü | 30 | 3,8000 | 1,12648 | | |

Not: *:p<.05; ** p<.01; ***p<.001

Tablo 5. Portakal Çiçeği Karnavalı'na Katılanların Güdülerine İlişkin Faktör Analizi

| Katılım Güdüleri | Faktör yükleri | Özdeğer | Açıklanan varyans | Güvenilirlik katsayısı |
|--|-----------------------|----------------|--------------------------|-------------------------------|
| Etkinlik | | 9,666 | 43,332 | ,933 |
| Karnavala katılmak diğer etkinliklere katılmaktan daha önemli olduğunu düşünüyorum | ,811 | | | |
| Karnavala katılmak benim için çok önemlidir | ,808 | | | |
| Karnavala katılmak için durumum elverişli olmasa da katılmak için çabalarım | ,799 | | | |
| Karnavala katılma konusunda gerçekten ilgiliyim | ,767 | | | |
| Karnavala katılmadığımda üzülürüm | ,761 | | | |
| Ben esaslı bir karnaval hayranıyım | ,743 | | | |
| Hayatta elime bir kez geçecek bir fırsat olduğu için katılıyorum | ,642 | | | |
| Kaçış | | 1,641 | 8,204 | ,865 |
| Günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak | ,808 | | | |
| Hayatıma heyecan ve canlılık katmak | ,688 | | | |
| Yaşamın sıradanlığından kurtulmak | ,681 | | | |
| Yaşamın zorluklarından uzaklaşmak | ,601 | | | |
| Bu etkinlik ortamını bizzat yaşamak | ,578 | | | |
| Sosyalleşme | | 1,168 | 5,839 | ,794 |
| Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan diğer insanları görmek | ,724 | | | |
| Benzer ilgileri olan insanlarla birlikte olmak | ,662 | | | |
| Benim yaptığım şeylerden hoşlanan insanlarla bir arada olmak | ,611 | | | |
| Eğlenen insanlarla bir arada olma fırsatlarını değerlendirmek | ,588 | | | |
| Yenilik | | 1,051 | 5,253 | ,748 |
| Özel etkinlikleri severim | ,711 | | | |
| Yeni şeyler öğrenmek | ,684 | | | |
| Bilgimi artırmak | ,682 | | | |
| Değişik ve yeni şeyler yapmayı severim | ,611 | | | |
| Toplam açıklanan varyans | | | 67,627 | |

İkinci faktöre, katılımcıların hayatın sıradanlığından ve zorluklarından uzaklaşmak ile ilgili maddeler yüklendiğinden, “kaçış” adı

verilmiştir. Kaçış faktörü beş maddeden oluşmuş olup, açıklanan varyansın %8,204'ünü açıklamaktadır. Faktörü oluşturan güdüler sırasıyla, “günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak (.808)”, “hayatıma heyecan ve canlılık katmak (.688)”, “yaşamın sıradanlığından kurtulmak (.681)”, “yaşamın zorluklarından uzaklaşmak (.601)” ve “bu etkinlik ortamını bizzat yaşamak (.578)”tır.

Sosyalleşme adı verilen üçüncü faktör, dört maddeden oluşmaktadır. Bu faktör, toplam varyansın %5,8'ini açıklamaktadır. Faktör, yüklerine göre “Portakal Çiçeği Karnavalı'na katılan diğer insanları görmek (.724)”, “benzer ilgileri olan insanlarla birlikte olmak (.662)”, “benim yaptığım şeylerden hoşlanan insanlarla bir arada olmak (.611)” ve “eğlenen insanlarla bir arada olma fırsatlarını değerlendirmek (.588)” şeklinde sıralanmıştır.

Dördüncü ve son faktör, dört maddeden oluşmuş olup, toplam varyansın %5,2'sini açıklamaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi, faktörün iç yapısı katılımcıların yenilikle ilgili unsurları kapsamaktadır. Dolayısıyla, bu faktöre “yenilik” adı verilmiştir. Bu faktöre yüklenen maddeler, “özel etkinlikleri severim (.711)”, “yeni şeyler öğrenmek (.684)”, “bilgimi artırmak (.682)” ve “değişik ve yeni şeyler yapmayı severim (.611)”dir.

Faktörlerin demografik özelliklere göre farklılık farklılaşmadığını belirlemek için cinsiyet ve medeni durum için t testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yalnızca “etkinlik” faktöründe anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kadınların ortalama puanı (0,0406016) erkeklerin ortalama puanından (-,0818328) daha yüksektir (p=0,003). Dolayısıyla, kadın katılımcıların Portakal Çiçeği Karnavalı etkinliklerine erkeklerden daha fazla önem verdiği söylenebilir. Öte yandan, faktörlerin hiçbiri, medeni duruma göre farklılık göstermemiştir.

Bununla birlikte, faktörlerin demografik değişkenlerden eğitim durumu, yaş grubu, meslek durumu ve gelir grubu değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını görmek için tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Ancak, yapılan ANOVA analizi sonucunda, faktörler ve demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu yıl dördüncüsü düzenlenen Uluslar arası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının katılım nedenlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, farklı etkinlik türlerine katılan ziyaretçilerle, yüz yüze görüşülerek anket formları aracılığı ile veriler toplanmıştır. Katılımcıların çoğunluğunun “kadın” ve “bekâr”, “21-30” yaş arasında, “üniversite” mezunu, “memur” ve “serbest mesleğe” sahip bireylerden oluştuğu, “orta” gelir grubunda yer aldıkları, daha önce gerçekleştirilen karnavallara

katıldıkları ve büyük bir kısmının Adana’da yaşayan bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir. Diğer kentlerden katılanlar incelendiğinde İstanbul, Hatay, Ankara, Antalya, Kayseri, Ordu, Osmaniye ve Trabzon’dan da katılımların gerçekleştiği görülmüştür.

Portakal Çiçeği Karnavalına en önemli katılım nedenlerinin “değişik ve yeni şeyler yapmayı severim”, “arkadaşlarımla birlikte olmak”, “özel etkinlikleri severim”, “günlük rutin yaşantımda değişiklik yapmak” ve “yaşamın sıradanlığından kurtulmak” olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, karnavala katılım sebeplerinin “etkinlik”, “kaçış”, “sosyalleşme” ve “yenilik” olarak adlandırılan boyutlardan oluştuğu ortaya çıkmıştır. Karnavala katılım nedenlerinin faktör boyutları ele alındığında, Yolal, Çetinel ve Uysal’ın (2009) çalışmasındaki beş faktörden “sosyalleşme”, “etkinlik yeniliği” ve “kaçış” faktörleri ile örtüştüğü, Duran, Hamarat ve Özkul’un (2014) çalışmasındaki altı faktörden “yenilik”, “sosyalleşme” ve “etkinlik çekiciliği” faktörleri ile örtüştüğü, Formica ve Uysal’ın (1998) çalışmalarındaki altı faktörden “sosyalleşme ve eğlence” ile “etkinliklerin çekiciliği ve heyecanı” adlı faktörlerle örtüştüğü görülmüştür.

Sosyalleşme faktörü ile, karnavalda ortak ilgileri olan insanların kaynaşmasının sağlandığı; Etkinlik faktörü ile, karnavala mutlaka katılım sağlanması gerekliliği; Kaçış faktörü ile karnavalın hayatın sıradanlığından sıyrılmaya yardımcı olduğu ve Yenilik faktörü ile, bu tür etkinliklerin kişilerin hayatına olumlu yansıdığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, karnavalın şehrin kültürünün aynası olduğu, sosyo-kültürel gelişimine katkı sağladığı ve kültürel değerlerin nesilden nesile aktarımına olanak sağladığı söylenebilir. Karnavalın yerel halk ve katılımcılar arasında etkileşim sağlayarak Adana yerel kültürünün tanıtımına ve sürdürülebilirliğine katkı sağladığı da ifade edilebilir.

Karnaval sırasında satışa sunulan ürünlerden en çok tercih edilen ürünün portakal çiçeğinden yapılan taçlar olduğu belirlenmiştir. Bunu, portakal çiçeği ürünleri ve reçellerin izlediği ortaya çıkmıştır. Bu turistik ürünlerin çeşitliliği artırılarak karnaval ruhunu yansıtan ürünlere destek verilmeli, şehrin simgesini barındırmayan ürünlerin satışının önüne geçilmelidir. Uluslar arası Portakal Çiçeği Karnavalı’na katılanların yararlandıkları bilgi kaynakları incelendiğinde en çok “arkadaşlar ve aile” ile “internet” aracılığıyla yapılan duyurulardan yararlandıkları görülmüştür. Bu konuda katılımların artırılması için gazete, dergi ve televizyonlarda daha fazla bilgilendirici ve teşvik edici tanıtımların yapılması önerilebilir.

Sonuç olarak, Uluslar arası Portakal Çiçeği Karnavalı’na katılan katılımcılar ile sınırlandırılarak yapılan bu çalışmadan elde edilen bulgular, söz konusu karnavalın zamanla daha dinamik ve çok yönlü bir etkinlik

olacağına işaret etmektedir. İzleyen yıllarda, ziyaretçilere daha iyi ve etkin bir hizmet sunabilmek için karnaval komitesi tarafından daha yaratıcı ve çekici tutundurma stratejileri geliştirilebilir. Özellikle uluslararası düzeyde gerçekleşecek festivallerde yurtdışından gelecek katılımcılarla yerel halkın etkileşimi ve dolayısıyla kültür etkileşiminin deneyimlenmesi yerel halka katkı sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*, (5th ed), New York: Harper Collins Publisher.
- Döner, Z. ve Tepeci, M. (2014). “Manisa Mesir Macunu Festivali Ziyaretçilerinin Festivale Katılım Nedenleri ve Memnuniyet Düzeylerini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi”, *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım 2014, Ankara, ss: 782-795.
- Duran, E., Hamarat, B. ve Özkul, E. (2014). A Sustainable Festival Management Model: Thecase Of International Troia Festival. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(2): 4-4.
- Esu, B. B., ve Arrey, V. M. E. (2009). Tourists' Satisfaction with Cultural Tourism Festival: A Case Study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 4(3): 116.
- Felsenstein, D. ve Fleischer, A. (2003). Local Festivals And Tourism Promotion: The Role Of Public Assistance And Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4): 385-392.
- Formica, S. ve Uysal, M. (1998). Market Segmentation of an International Cultural-Historical Event in Italy. *Journal of Travel Research*, 36(4): 16-24.
- Funk, D. C., Toohey, K. ve Bruun, T. (2007). International Event Participation: Prior Sport Involvement, Destination Image And Travel Motives. *European Sport Management Quarterly*, 7(3): 227-248.
- Getz, D. (2007). *Event Studies Theory, Research and Policy for Planned Events*. Great Britain: Elsevier, 18-24.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29: 403-428.

- Gibson, J., Conell, J., Waitt G. ve Walmsley, J. (2011). Gibson, C., ve Connell, J. (Ed.). *Festival Places: Revitalising Rural Australia* (Vol. 27). Channel View Publications.
- Hair, J.F., Black, W., Babin, B. ve Andersen, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7. Baskı). New Jersey: Pearson Prentice-Hall.
- Hürriyet Haber (2016). "Adana'da Portakal Çiçeği Karnavali iptal edildi!". [URL:<http://www.hurriyet.com.tr/4-uluslararası-portakal-cicegi-karnavali-programi-iptal-edildi-40072717>] (Erişim Tarihi 08.08.2016).
- Hürriyet Haber (2016). "Portakal Çiçeği Karnavali'na davet". [URL:http://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/Adana-Haberleri/portakal-cicegi-karnavali-na-davet_57244] (Erişim Tarihi 09.08.2016).
- Ibeh, K. I. N., Brock, J. U ve Zhou, J. (2004). The Drop and Collect Survey among Industrial Populations: Theory and Empirical Evidence. *Industrial Marketing Management*, 33(2): 155-165.
- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived Socio-Economic Impacts of Festivals and Events Among Organizers. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10(3-4): 159-171.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (Spss Destekli) Uygulamalar*. 1. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nisanda Adanada (2016). [URL:<http://www.nisandaadanada.com/WebSite/Display.aspx?MyContentGroupID=2>] (Erişim Tarihi 05.08.2016).
- Neirotti, L. D., Bosetti, H. A. ve Teed, K. C. (2001). Motivation to Attend The 1996 Summer Olympic Games. *Journal Of Travel Research*, 39(3): 327-331.
- Özdemir, G. ve Çulha, O. (2009). Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors. *Anatolia*, 20 (2): 359-373.
- Pellegrino, G. ve Hancock, H. (2010). *A Lasting Legacy: How Major Sporting Events Can Drive Positive Change For Host Communities and Economies*. (Önsöz). Deloitte Touche Tohmatsu, Deloitte, 1-20.

- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 192-206.
- Turizmin Sesi (2016). [URL:<http://www.turizminsesi.com/haber/adana-portakal-cicegi-karnavali-15573.htm>] (Erişim Tarihi 06.08.2016).
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2016). "Festival".
[URL:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=keli me&guid=TDK.GTS.57a5d476a96b10.765634] (Erişim Tarihi 05.08.2016).
- Türk Dil Kurumu (TDK), (2016). "Karnaval".
[URL:http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=keli me&guid=TDK.GTS.57a5d47b506dc8.4134177] (Erişim Tarihi 05.08.2016).
- Uysal, M., Gahan, L.W. ve Martin, B. (1993). An Examination of Event Motivations: A Case Study. *Festival Management & Event Tourism*, 1(1): 5-10.
- Wikipedia (2016). "Portakal Çiçeği Karnavalı,".
[URL:https://tr.wikipedia.org/wiki/Portakal_%C3%87i%C3%A7e%C4%9Fi_Karnaval%C4%B1] (Erişim Tarihi 06.08.2016).
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, O., Karaca, O. B. ve Çakıcı, A. C. (2016). Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2): 50-68.
- Yolal, M., Çetinel, F., ve Uysal, M. (2009). An Examination of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship: Eskişehir International Festival. *Journal Of Convention & Eventtourism*, 10(4): 276-291.
- Yükselen, C. (2000). *Pazarlama Araştırmaları*. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.