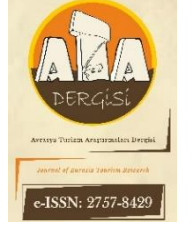


Dergi Anasayfası: [ATA Dergisi](#)

Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi

Journal of Eurasia Tourism Research

Journal Homepage: [JETouR](#)

Katılımcıların Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına Yönelik Algıları: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme

Participants' Perceptions of the International Orange Blossom Carnival: An Investigation on Ekşi Sözlük

Hacı Mehmet YILDIRIM^{1,*}, Anıl ÜZDEN²

¹Assoc. Prof. Dr., Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, Turkey

²MSSc Student, School of Graduate Studies, Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, Turkey

MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 1 Mart 2022
Düzeltilme : 21 Mart 2022
Kabul : 6 Nisan 2022
Yayımlanma : 31 Temmuz 2022

Anahtar Kelimeler:

Adana
Festival Turizmi
Uluslararası Portakal Çiçeği
Karnavall

ÖZ

Festivallerin ülkeler, şehirler ve destinasyonlar üzerinde ekonomik, çevresel ve kültürel yönden etkileri bulunmaktadır. Kişiler sosyalleşmek, yeni kültürleri tanımak ve farklı kültürlerdeki kişilerle iletişim kurmak için festivallere katılım sağlamaktadır. Araştırmanın amacı, Adana ilinde 2013 yılından itibaren gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların algılarını incelemektir. Araştırmanın verileri Ekşi Sözlük sosyal ağında "portakal çiçeği karnavall" başlığı altında yer alan ifadelerden elde edilmiştir. Araştırmada karnavalla ilgili başlıkta bulunan ifadelerden 255 tanesi değerlendirilmiştir. İfadeler içerik analizi yöntemi ile analiz edilerek temalar, alt-temalar ve kodlar oluşturulmuştur. Daha sonra, katılımcıların ifadelerine yer verilerek betimsel bir yaklaşımla veriler sunulmuştur. Karnavala yönelik algı, etkinlik alanına yönelik algı, sosyal algı, etkinliğe özgü ürünlere yönelik algı olarak dört tema üzerinden katılımcıların karnavala yönelik algıları tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, katılımcılar açısından etkinlik alanının kalabalıklığı ve konaklama olanaklarının yetersizliğinin yanı sıra yerel halkla birlikte sosyalleşmenin Adana'nın imajına olumlu katkı sağlayacağı vurgulanmıştır. Etkinliğe özgü ürünlere yönelik algıyla ilgili hediyelik eşya, yiyecek ve içecek çeşitliliğinin artırılmasının gerektiği belirtilmiştir.

[Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi](#) yayını [Bayram KANCA](#) tarafından [CC BY-NC-SA 4.0](#) ile lisanslanmıştır.

ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : 1 March 2022
Revised : 21 March 2022
Accepted : 6 April 2022
Available : 31 July 2022

Keywords:

Adana
Festival Tourism
International Adana Orange
Blossom Carnival

ABSTRACT

Festivals have economic, environmental and cultural effects on countries, cities and destinations. People participate in festivals to socialize, get to know new cultures and communicate with people from different cultures. The aim of the research is to examine the perceptions of the participants of the International Orange Blossom Carnival, which has been held in Adana since 2013. The research data were obtained from the entries made under the title of "orange flower carnival" on the Ekşi Sözlük social network. In the research, 255 entries related to carnival in the title were evaluated. Themes, sub-themes and codes were created by analysing the entries with the content analysis method. Then, descriptive analysis was used and the entries of the participants were included. The perceptions of the participants towards the carnival were tried to determined through four themes: perceptions of the carnival, perceptions of the event area, social perceptions, and perceptions of event-specific products. In this direction, it was emphasized that the crowdedness of the event area and the inadequacy of accommodation opportunities for the participants, as well as socializing with the local people, would contribute positively to the image of Adana. Regarding the perception of event-specific products; It was stated that the variety of souvenirs, food and beverage should be increased.

[Journal of Eurasia Tourism Research](#) by [Bayram KANCA](#) is licensed under [CC BY-NC-SA 4.0](#)

1. GİRİŞ

Turistler, destinasyondaki kültürleri tanımak, yerel halkın yaşantısına duyulan merak, tiyatro, konser, festival gibi etkinliklere katılmak için şehirleri ziyaret etmektedirler (İçellioğlu Şarkaya, 2014). Etkinlik turizminin, turizm sezonunu uzatmak, çeşitlendirmek, turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar arasında eşit dağılımını

*Sorumlu yazar / Corresponding author



0000-0003-0718-7296 (H. M. YILDIRIM), 0000-0003-0718-7296 (A. ÜZDEN)



hadjimehmet@gmail.com (H. M. YILDIRIM), uzdenanil@gmail.com (A. ÜZDEN)

sağlamak, bölgeye gelir sağlamak, medyanın ilgisini çekmek, tekrar ziyaretleri sağlamak ve destinasyonun markalaşmasına katkıda bulunmak gibi faydaları vardır (Deniz, 2006). Etkinlikler, kültürel değerlerin bir sunumu olup bölge kültürünün ön plana çıkmasını sağlamaktadır (Yolal, 2017). Festivallerde, kültürel değerlerin tanıtılması imkânı vermektedir. Etkinlikler vesilesiyle farklı kültürlerdeki insanlar bir araya gelmekte ve aralarında bağ kurmaktadır.

Etkinlikler kapsamında festivaller, ev sahipliği yaptığı şehrin yerel halkını yakından tanımaya imkân veren bir etkinlik türüdür. İnsanlar belirli zamanlarda işlerinden ve sorumluluklarından uzaklaşarak eğlenebileceği faaliyetlere katılmak isterler. Eski tarihlerden beri insanların keyifli ve eğlenceli vakit geçireceği festivaller ve şenlikler yapılmıştır. 2013 yılından beri düzenlenen Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalı her yıl katılımcı sayısının artması, etkinlik sayısının çoğalması ile katılımcıların farklı deneyimler kazanmasını sağlamaktadır.

Adana Portakal Çiçeği Karnavalına ilişkin Sahilli Birdir, Toksöz ve Bak (2016) Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların katılım güdülerini araştırmıştır. Sahilli Birdir, Toksöz ve Birdir (2018) ise karnavala katılanların karnavalın geliştirilmesi için önerilerini tespit etmeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Yıldırım, Karaca ve Çakıcı (2016) Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına dair yerel halkın algı ve memnuniyet düzeylerini belirlemek için bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çakıcı, Oya ve Karaca (2017) karnavala katılan turistlerin karnaval algılarını ve memnuniyetlerini araştırmışlardır. Unur, Erdem ve Çakır (2017), sosyal medya üzerinden paylaşılan fotoğraflarda katılımcıların dikkatlerini nelerin çektiği belirlemek üzerine çalışmışlardır. Özdemir ve Demir (2020) festivallerin sosyal etkileri ve katılımcı memnuniyetlerini tespit etmeye çalışmıştır. Saçlı, Ersöz ve Kahraman (2019) karnavala katılan turistlerin destinasyon imajı algılarının karnavalı tekrar ziyaret etme tutumlarındaki etkisini araştırmışlardır.

Ayrıca, Adana Portakal Çiçeği Karnavalı örneğinde katılımcıların sadakatlerini etkileyen faktörler (Dalgıç, 2018), festivallerin destinasyona etkisi (Oğuz, 2019) ve katılımcıların tekrar ziyaret etme niyetlerine etki eden faktörler (Tetik, 2020) araştırılmıştır. Yapılmış olan çalışmalarda Adana Portakal Çiçeği Festivaline katılanların sosyal ağlar kapsamında algılarının değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmadığından, bu araştırma festival katılımcılarının sosyal ağlarda karnavala yönelik algılarının belirlenmesi açısından önemlidir.

2. FESTİVAL TURİZMİ

Dünyanın dört bir yanında düzenlenen festivallerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Festivallerin oluşum kökenini dinsel nedenlerde aramak mümkündür. İkel dinler de dâhil olmak üzere sürekli olmakla birlikte yılın belirli günlerinde düzenlenen ritüeller yapılmıştır. Bu ritüellerin amacı toplumun dini inanışlarının tekrarlanması ve gelecek kuşaklara geleneksel olarak aktarılmasıdır. Ritüeller ile birey ve toplum, birey ve tanrılar, ölümler ve yaşayanlar arasında bağların güçlendirilmesi sağlanmıştır. Eski Yunan Uygarlığında ise ritüeller festivallere dönüşmeye başlamıştır. Eski Yunan'da şarap tanrısı Dionysos'u anmak ve onun adına düzenlenen festivallerin masrafları sitemler tarafından karşılanmıştır. Tiyatro, müzik, dans ve bedava içki festivallerin bir parçası olmuş ve halkın eğlendirilmesi sağlanmıştır (Atak, 2009).

Geçmişte dini bir ritüel olarak başlayan festivaller, zamanla farklı amaçlarla düzenlenen sosyal bir etkinlik halini almıştır. Getz (2007) festivali temalı, halka açık kutlamalar olarak ifade etmiş, buna karşılık festivallerin halka açık bir eğlence, partiler ve aktivitelerden ziyade özel bir anlamı olduğunun unutulmaması gerektiğini vurgulamıştır. Falassi (1987) festivali etnik, dilsel, dinsel, tarihi ve ortak bağlar ve ortak dünya görüşüyle birleşmiş bütün bir topluluğun tüm üyelerinin, çeşitli biçimler ve bir dizi koordine edilmiş olay aracılığıyla, doğrudan veya dolaylı olarak ve çeşitli derecelerde katıldığı, periyodik olarak yinelenen, sosyal bir durum olarak tanımlamıştır.

Festivaller, destinasyonun olumlu imaj yaratmasına katkı sağlayan, belli bir tema ve kültüre sahip, kısa süreli bölgesel bir aktivitedir (Chung, 2014). Festivaller, yılın belirli zamanlarında, yerel halkın ve turistlerin katılımı ile gerçekleşen dans, yerel kültür, dini törenler, film, müzik, drama, komedi, el işleri gibi birçok farklı temayı kullanan kutlamalardır. Çok farklı temalara sahip olması nedeniyle karnavala ilgi duyan turistler tarafından katılım tercih edilmektedir. Festivaller destinasyonun kültürel ve çekici özelliklerine göre şekillenmektedir. Kültür, çevre ve insanlar arasında bir bağ oluşturarak kültürel kimliğin korunmasını da sağlamaktadır (Ekin, 2011).

Festivaller, gerçekleştirildiği destinasyondaki toplumun ayırt edici yönlerini ziyaretçiler ile paylaşma imkânı sunar. Ziyaretçilere de yerel halkın değerlerini, ilgi alanlarını ve ne olduklarını keşfetme fırsatı vermektedir (Derrett, 2000). Festivalin yapıldığı yerde yerel halk ve ziyaretçiler karşılıklı olarak bir kültür alışverişine girmektedir. Bu durum her iki taraf arasında bir yakınlık oluşturmaktadır.

Andersson, Getz ve Mykletun (2013) festivalleri büyüklüklerine göre “mega/büyük”, “orta” ve “küçük” olarak üç gruba ayırmıştır. Mega/büyük festivalleri, katılımcı sayısını 30 bin– 200 bin arasında ve 750 bin Euro ortalama bütçeye sahip etkinlikler olarak tanımlamışlardır. Orta ölçekli festivalleri 3 bin – 29 bin arasında katılımcı ortalama 230 bin Euro bütçeye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Küçük ölçekli festivaller ise 3 bin kişiden az katılımcısı ve ortalama 50 bin Euro'ya sahip etkinliklerdir. Bu sınıflandırmaya göre; son yıllarda artan katılımcı sayısı ile birlikte

Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalı da mega/büyük festivaller sınıfında yer almaktadır. Wilson ve Udall (1982) festivalleri farklı bir sınıflandırmaya tabi tutmuştur. Bu sınıflandırmada festivaller; yerel, gelişmiş yerel, ticarileşmiş festivaller, tek kültürlü festivaller ve çok kültürlü festivaller olarak sıralanmıştır.

3. ULUSLARARASI ADANA PORTAKAL ÇİÇEĞİ KARNAVALI

Karnaval, Adana kültürünün tanıtılmasına yardımcı olmaktadır. Karnavalda düzenlenen çalıştaylar ile de Adana gastronomisi tanıtılmaktadır. Katılımcılar; kebab, şalgam suyu, portakal suyu gibi bölgeye özgü lezzetleri tatma imkanına da sahiptirler. Karnaval, şehrin kültürünü yansıtarak, sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda, karnaval yerel halk ile katılımcıların bir araya gelerek iletişim kurmalarını kolaylaştırabilir. Bu iletişim Adana kültürünün tanıtılmasına, bölge halkının kendini ifade edebilmesine ve karnavalın sürdürülebilir olmasına imkân sağlayabilir. Ayrıca, Adana'nın kendine özgü yemekleri de tanıtımın katkı sağlayabilir. (Yıldırım, Karaca & Çakıcı, 2016).

Karnaval esnasında tiyatrolar, konserler, konferanslar, müzik dinletileri, halk oyunları, resim sergileri ile katılımcıların ilgilerine göre kültürel etkinlikler düzenlenmektedir. Bu tür etkinlikler kişilerin sosyalleşmelerine zemin hazırlamaktadır. Çocuklar için yapılan etkinlikler ve yarışmalar ile engelliler için yapılan etkinlikler de katılımcılar arasındaki yaş ve fiziki engelleri ortadan kaldırmaktadır. Katılımcılar karnavaldan yeni deneyimler edinerek ve eğlenceli aktiviteler yaparak ayrılmaktadır. Ayrıca Adanalı ünlü isimlerin karnavala her yıl katılması karnavalı zenginleştiren bir diğer faktördür. Halkın ünlü isimlerle bir araya gelmesine olanak sağlanmaktadır (Nisandaadanada, 2021).

Karnavallar ülke içinden ve dışından katılımcıların destinasyona gelmelerini sağlayan etkinliklerdendir. Karnavalın katılımcılar için en önemli avantajı izleyici değil aynı zamanda katılımcı olabilmeleri ve bu deneyimi yaşamalarıdır. Karnavala katılım sağlayan turistler yaptıkları konaklama, yiyecek-içecek, seyahat gibi harcamalar ile destinasyonda ekonomiye katkı sağlamaktadır. Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalı düzenlendiği 2013 yılından itibaren Covid-19 pandemisi veya güvenlik sebepleri gibi durumlar dışında katılımcı sayısının sürekli arttığı görülmektedir.

İlk karnaval, 12-14 Nisan 2013'te düzenlenmiştir. Korteje 15.000 kişi katılmıştır. Karnavalı 100 bin kişi izlemiş 15 bin kişi dışarıdan gelmiştir. 39 sanat etkinliği düzenlenmiştir. İkinci karnaval, 11-14 Nisan 2014 hayata geçirilmiştir. 140 bin kişi izlemiş 30 bin kişi dışarıdan katılmıştır. 87 sanat etkinliği düzenlenmiştir. Üçüncü karnaval, 1-5 Nisan 2015 tarihinde gerçekleşmiştir. Açılış töreni ve konsere 150 bin kişi katılmıştır. Gösterileri yerinde 350 bin kişi izlemiştir. 190 sanat etkinliği gerçekleştirilmiştir. Dördüncü karnaval, 7-10 Nisan 2016 tarihinde yapılmıştır. Adana ve çevresine 20-25 bin kişi yatılı, 75-80 bin kişi ise günübirlik gelmiştir. 2017 yılında 100 bin dışarıdan olmak üzere 1.500.000 kişi festivale katılmıştır. 2018 ve 2019 yıllarında da yaklaşık 1,5 milyon kişi gelmiştir. 2020 yılında Covid-19 sebebi ile karnaval iptal edilmiştir (Nisandaadanada, 2021).

4. YÖNTEM

Festivaller, destinasyonların markalaşmasına, imajına olumlu yönde katkı yapmasına ve tanıtımına katkı sağlarken sosyal, kültürel ve ekonomik olarak gelişmesine de etki etmektedir. Her yıl popürlüğünü arttıran Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalının da Adana'ya ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan olumlu etkileri vardır. Katılımcıların karnavaldan olumlu düşüncelerle ayrılmalarının sağlanması festivalin sürdürülebilirliğine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda katılımcıların karnavala yönelik algılarının neler olduğunun belirlenmesi, karnavala ilişkin gerekli iyileştirilmelerin yapılmasını sağlayarak; memnuniyetin düzeyinin artması ve tekrar ziyaretlerin gerçekleşmesi açısından önemlidir.

Araştırmanın amacı, Adana ilinde 2013 yılından beri gerçekleştirilen Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına katılanların karnavala yönelik algılarını tespit etmektir. Katılımcı sayısının artması ve karnavaldaki etkinliklerin çeşitlenmesi katılımcıların algılarını etkileyen unsurlardır. Artan katılımcı sayısı ve organizasyonun genişlemesi katılımcıları olumlu veya olumsuz şekilde etkilemektedir. Araştırma, katılımcıların karnavala yönelik algılarının anlaşılması ile karnavala hizmet sunan işletmelere ve organizasyon yöneticilerine öneriler geliştirerek karnavalın daha iyi bir şekilde sürdürülebilmesi için önemlidir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, görüşme, gözlem ve doküman analizi gibi nitel bilgi toplama yöntemleri ile toplanan verilerin, olay ve algıların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya koyulmasına yönelik bir araştırma türüdür. (Yıldırım, 1999). İçerik analizinde toplanan veriler üzerinden sıklıkla tekrarlanan ve yorumlarda yoğunlukla vurgulanan olay ve olgulardan kodlar çıkarılmaktadır (Baltacı, 2019: 377).

Araştırma verilerini Ekşi Sözlük sosyal ağında "portakal çiçeği karnavalı" başlığı altında 12 Nisan 2013 – 26 Şubat 2021 tarihleri arasında yapılan yorumlar oluşturmaktadır. Bu sebeple çalışma için Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır. Konu başlığının altına 27 sayfa ve 265 ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerden karnavalla doğrudan

ilişkili 255 ifade değerlendirmeye alınmıştır. İçerik analizi yöntemi ile ifadeler analiz edilerek, temalar, alt-temalar ve kodlar oluşturulmuştur. Ekşi Sözlük, üye olan kişilerin yazar statüsüyle belirli konu ve kavramlara ilişkin fikir ve görüşlerini beyan etmesi esasına dayalı katılımcı sözlük tarzında bir sosyal ağdır. Yazarlar, yaşamın içinden biri olarak bilgi aktarırken samimi ve içten bir üslup kullandıklarından resmi kaynakların tekdüze sunumuna alternatif olarak algılanmaktadır. Gerçekliğin monoton olmayan ve farklı bir içerikle sunularak öğrenilmesi eğlenceli bir hal almakta, okur sürekli güncel bilgiye ulaşabilmekte ve yaşam algısını daha renkli bir şekilde kurgulayabilmektedir (Gürel ve Yakın, 2007). Ekşi Sözlük ağında yazarlar, konular hakkında zaman ve meca kısıtlaması olmadan kendi istekleri ile fikirlerini beyan etmektedirler. Konu başlığı altında ayrıntılı bir şekilde yer alan olumlu ve olumsuz değerlendirilmeler, konu hakkında derinlemesine bilgi edinilmesini sağlamaktadır.

Nitel araştırmalarda iç geçerlilik olguyu olduğu biçimiyle mümkün olduğu kadar doğrudan alıntılarla ve yansız aktarabilmeye bağlı olmaktadır. Dış geçerlilik ise sonuçların genelleme yapılabilmesiyle ilgilidir. Bu durum nitel araştırmaların zayıf olduğu noktalardan biri olsa da okuyucu kendi ortamı için geçerli olabilecek çıkarımlarda bulunabiliyorsa geçerlilikte artmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 259). Araştırmanın her aşaması hakkında doğrudan alıntılar yapılarak ve detaylı bilgiler verilerek yapısal geçerliliğinin artırılması sağlanmıştır. Toplanan veriler betimsel analiz ile doğrudan okuyucunun bilgisine sunulmuştur. Okuyucuya araştırmanın sonuçlarını bu veriler doğrultusunda değerlendirme imkânı verilmiştir. Bu durumun araştırmanın iç güvenilirliğinin artırması beklenmektedir.

5. BULGULAR

Araştırmada Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına dair Ekşi Sözlük'teki ifadeler araştırmacılar tarafından karnavala yönelik algı, sosyal algı ve karnavala özgü ürünlere yönelik algılar olarak 4 tema altında gruplandırılmıştır. Karnavala yönelik algı teması 6 alt tema, etkinlik alanına yönelik algı 2 alt tema, sosyal algı temasında yerel halk ile ilişkiler alt temasından meydana gelmiştir. Karnavala özgü ürünlere yönelik algı temasında ise karnavalda satılan hediyelik eşyalar ve yöresel ürünler alt temalarından oluşmaktadır. Tablo 1'de katılımcıların Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına algularına ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalı Algularının Temalandırılması

Temalar	Alt Temalar	Kodlar
Karnavala Yönelik Algı (178)	Etkinlik Alanı (54)	Kalabalık (31)
		Portakal Çiçeği Kokusu (11)
		Festival Alanı Konumu (10)
		Yönlendirme İşaretleri (2)
	Etkinlikler (75)	Eğlendirici (46)
		Keyifli (11)
		Coşkulu (7)
		Sanat (4)
		Özgürlük (4)
		Heyecanlı (3)
Kortej (22)	Kortej Düzeni (9)	
	Kortej kıyafetleri (6)	
	Kortejdeki grup çeşitliliği (5)	
	Kortej güzergâhı (2)	
Stant Yönetimi (12)	Alan Yetersizliği (4)	
	Düzensizlik (4)	
	Stant Fazlalığı (3)	
Konuk ve Sanatçılar (10)	Aynı Ürünlerin Satışlarının Yapılması (1)	
	Ünlü konuk ve sanatçılar (5)	
Güvenlik ve Sağlık (5)	Yerel Sanatçılar ve Amatör Gruplar (5)	
	Acil Yardım Ekibi (3)	
Etkinlik Alanına Yönelik Algı (54)	Alt Yapı (42)	Güvenlik Görevlileri (2)
		Trafik (37)
		Etkinlik Alanının Temizliği (2)
	Üst Yapı (12)	Otopark (2)
		Yeşil Alan (1)
		Otel Doluluk Oranı (5)
Karnavala Özgü Ürünlere Yönelik Algı (22)	Yöresel ürünler (14)	Çevre İllerde Konaklama (4)
		Erken Rezervasyon (2)
	Hediyelik Eşya (8)	Otel Fiyatları (1)
		Kebap (12)
Sosyal Algı (10)	Yerel Halk ile ilişkiler (10)	Lezzet (2)
		Fiyat / değer (5)
		Çeşitlilik (3)
		Birlikte Eğlenme (6)
		Hoşgörü (4)

Adana Portakal Çiçeği Karnavalıyla ilgili ifadeler incelendiğinde, karnavala yönelik algı teması; etkinlik alanı, etkinlikler, kortej, stant yönetimi, konuk sanatçılar ve güvenlik ve sağlık alt temalarından oluşmuştur. Etkinlik alanına yönelik algı alt yapı ve üst yapı alt temalarına sahiptir. Karnavala özgü ürünlere yönelik algı temasında karnavalda satılan hediyeelik eşyalar ve yöresel ürünler alt temaları yer almaktadır. Sosyal algı teması ise yerel halk ile ilişkiler alt temasından meydana gelmiştir.

Katılımcıların ifadeleri karnavalda gerçekteştirilen etkinliklerin eğlendirici özelliğinin olduğu katılımcılar tarafından en çok değinilen husus olmuştur. Karnaval esnasında gerçekteştirilen etkinlikler katılımcılara eğlenceli, coşkulu ve keyifli deneyimler yaşatmıştır. Bu durum karnavalın her yaş grubundan katılımcının ilgisini çeken ve farklı konseptler içeren etkinliklere sahip olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Etkinlik alanına dair yapılan ifadelerde ise etkinlik alanının kalabalık olduğu belirtilmiştir. Etkinlik alanına yönelik algılar da şehrin büyük bir bölümüne yayılan karnavalın yarattığı trafik sorununun ön plana çıktığı görülmektedir.

Karnavala yönelik algı temasında karnavala ismini veren portakal çiçeği kokusu özellikle katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Sokaklarda fark edilebilir bir biçimde hissedilen portakal çiçeği kokusunun katılımcıları olumlu anlamda etkilediği ifade edilmiştir. Birçok etkinliğin yapıldığı karnavalda katılımcılar eğlendirici, keyifli ve coşkulu anlar geçirdiklerini ifade etmişlerdir. Etkinlik alanlarında kalabalık, kent merkezindeki bir konumda etkinliğin yapılması, geniş bir etkinlik alanına olmaması ve kortej düzenindeki eksiklikler içinse katılımcılar olumsuz ifadelerde bulunmuşlardır. Karnavala birçok Adanalı ünlü sanatçı katılıp destek sağlamaktadır. Bunun yanında ise konserde daha ünlü isimlerin performans göstermesine dair ifadeler bulunmaktadır. Amatör ve yerel grupların ise karnavaldaki performanslarından memnun kalınmıştır.

Karnaval esnasında trafik sıkışıklığının olması ve sokakların kalabalık olması acil durumda ekiplerin gelmesine engel teşkil etmemiştir. Katılımcılar acil yardım ekiplerine yardımcı olmuştur. Kalabalığa rağmen güvenlik ekibinin sayısının az olduğuna dair ifadeler yapılmıştır. Karnavala güvenlik ekiplerince müdahalede bulunulmaması olumsuz bir durum yaratmamış ve insanların güvenliğini tehlikeye atacak bir olay da yaşanmadığı belirtilmiştir. Bu doğrultuda, katılımcılar güvenli ve huzurlu bir ortamda eğlendiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların karnavala yönelik algılarına ilişkin ifadeleri Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Karnavala Yönelik Algılarına İlişkin İfadeler

Alt Tema	İfadeler
Etkinlik Alanı - Kalabalık	“ben böyle bir kalabalığı ne İstanbul’da ne Ankara’da gördüm. 100 metreyi 23 dakikada yürüdüğ. Her yerden insan akmış gelmiş. İnanılmaz bir şey” “aşırı insan ama böyle korkunçlu kalabalık” “adeta bir insan seli var”
Etkinlik Alanı - Portakal Çiçeği Kokusu	“keşke kokunun fotoğrafını çekebilseydik. Adana’ya, ilk defa festivali bahane ederek gelmiş biri olarak diyebilirim ki; sokakları portakal çiçeği kokusu ile mest olarak gezilen bir şehir.”, “hem adını aldığı Nisan’da sokakları dolduran portakal çiçeği kokusu ile henüz yaz sıcağı başlamadan hafif hafif ısınan ve bizi o sıcaktan koruyan nisan ayı; Adana’nın harbiden en güzel zamanı.”
Etkinlik Alanı - Festival Alanı Konumu	“organizasyonda yaşanan sıkıntının en büyük nedeni kent merkezinde karnavala uygun geniş bir alanın eksikliği diyebiliriz” “tek kelime ile karnaval ruhu harikaydı. Şehrin her tarafından müzik ve eğlence sesi geliyordu.”,
Etkinlikler	“keyifli ve eğlenceli bir karnaval”, “fikir, çeşitlilik ve eğlence açısından inanılmaz keyifli.”
Kortej	“Kortej son derece karışıktı, korteje katılanlar yine ellerinden gelen en güzel ve en değişik sunumlarda bulundular ama aralarına birçok sivil karıştı, izleyenler birbirini ezdi yine de herkes birbirine gülümsedi ama kesinlikle ciddi şekilde akış ve yön tedbirleri alınmaltı.”
Stand Yönetimi	“Caddelere kurulan stantların yolu iyice daraltılmasıyla yürünemez olması. Kimileri tam ortaya kadar ürünleri çıkaracak ve yayaların yürüyüşünü engelleyecek kadar abartmıştı bu olayı. Bir cadde birbirinin aynı bu ürünlere ayrılrsa yeterdi. Her yerde bunlar ne gereksiz. Bir cadde de sadece kitap, sahaf olabilirdi.”
Konuk ve Sanatçılar	“festival için gelen adanalı sanatçılar (Nebil Özgentürk, Menderes Samancılar, Yetkin dikinkiler, Levent Özdelek, Aytaç Arman gibi) olduğu mütevazı tavırları ile beğenilerini arttırmışlardır.” “konserlere daha iyi sanatçılar gelseydi çok daha iyi olurdu” “şinasi efendi caddesine kurulan sahne ile amatör genç gruplar ellerinden geldiği kadar coştu coşturdu milleti.” “amatör rock gruplar, davullar, zurnalar, club müzikler, türküler, rengarenk cümbüşler, kimsenin kimseye karışmadığı, en ufak bir kargaşanın bile çıkmadığı, hemşerilerimin her geçen sene daha da çok sahiplendiği mükemmel ötesi bir karnaval...”
Güvenlik ve Sağlık	“koca karnavalı sahiplenmiş ve olay çıkmadı diye uğraşan sadece polislerimizi gördük ama sayıları milyona yakın insanın kontrolü için yetersizdi” “tek bir olay yaşanmadan, etrafta polis bile olmadan güzelce evlerine döndü insanlar”

Etkinlik alanına yönelik katılımcıların algılarıyla ilgili özellikle etkinliklerin şehrin merkezi konumlarında yapılmasından dolayı karnaval süresi boyunca trafik sorunu üzerinde durulmuştur. Katılımcılar trafikte problem yaşadıklarına dair ifadelerle yer vermişlerdir. Karnavala katılımcı sayısının fazla olması nedeniyle otellerde fiyatların artması ve oda bulunamaması hususu da vurgulanmıştır. Adana'daki otellerde yer bulunamamasından dolayı katılımcılar Mersin/Merkez, Mersin/Tarsus ve Osmaniye'deki otellerde konakladıklarını ifade etmişlerdir. Tablo 3'te katılımcıların etkinlik alanına yönelik algılarına ilişkin ifadelerine verilmektedir.

Tablo 3. Etkinlik Alanına Yönelik Algıya İlişkin İfadeler

Alt Tema	İfadeler
Alt Tema	"çok güzel bir festivaldi. Ancak yer, trafik konusu halledilmeli."
Alt Yapı	"aşırı saçma yerleri kapatmışlar bu yüzden şehrin her yerinde trafik var" "trafik yönetimi, gerçekten rezaletti olmaz böyle"
Üst Yapı	"otellerin %100 dolduğu ve konuk evlerinde de kalacak yer kalmadığı açıklandı. çevre illerdeki otellerde de bu haftaya özgü bir doluluk gözlenmiş" "otellerin %100 dolduğu ve konuk evlerinde de kalacak yer kalmadığı açıklandı. Çevre illerdeki otellerde de bu haftaya özgü bir doluluk gözlenmiş. Bu yıl adana dışından 100.000 kişinin geleceği söyleniyor ki bence doğru." "otel rezervasyonu konusunda acele etmeniz gerek, çünkü çevre il ve ilçelerde yoğunluktan dolayı kalacak yer bulmak zor oluyor." "Adana'daki otellerin dolu olması gelen misafirlerin Tarsus Mersin hatta Osmaniye'ye yönlendirilmesi de katılımcı sayısının çok arttığını gösteriyor"

Etkinlikte satılan hediyelik eşyalar ve yöresel ürünlerle ilgili katılımcılar hediyelik eşya çeşitliliğinin az olması, birçok stant olmasına rağmen aynı ürünlerin satılması ve bu ürünlerinin fiyatlarının pahalılığı hakkında ifadelerde bulunmuşlardır. Adana kebab kokusunun bütün şehre yayıldığı ve lezzetli olduğuna dair ifadeler yapılmıştır. Kebab kokusuna dair bazı katılımcılar rahatsız olduklarını belirterek olumsuz görüşlerini sunmuşlardır. Tablo 4'te katılımcıların etkinliğe özgü ürünlere yönelik algılarına ilişkin ifadeleri verilmektedir.

Tablo 4. Karnavala Özgü Ürünlere Yönelik Algıya İlişkin İfadeler

Alt Tema	İfadeler
Etkinliğe Özgü Ürünler- Yöresel Ürünler - Kebab	"bu festivali ipe çekiyorum yine, portakal çiçeği kokusu, kebab kokusu, akşam serinliği aman Allah'ım ...", "portakal falan değil her yerin kebab koktuğu karnaval"
Etkinliğe Özgü Ürünler- Yöresel Ürünler - Lezzet	"karnaval bahane adana kebab şahane dediğinizi biliyoruz"
Etkinliğe Özgü Ürünler- Hediyelik Eşya - Fiyat	"şehrin zaten kendine ait bir kalabalığı var. Bir de üzerine kaldırımlara satıcılar eklenmiş. Hepsi istisnasız bugünlerde Adana'daki kadınların %90'ının başında görebileceğiniz taç ve türevlerini benzer paralara satıyor", "kenarlarında taç satmak olan ve bir takım dans gösterileri... Zaten ne satmak istiyorsan kenarlara diziliyorlar farklı şeylerde satmıyorlar herkes aynı şeyleri satıyor ve tamamen pahalı ve ticarete dönmüş"
Etkinliğe Özgü Ürünler- Hediyelik Eşya - Çeşitlilik	"satılan taçların ve benzeri süslerin çoğunun ana temadan uzak olması. Erkekler için herhangi bir şey tasarlanmamış olması" "tüm stantlar aynı, sadece taç ve bileklik satılıyor."

Sosyal algı temasında ise yerel halkın kendi içinde ve katılımcılarla bir arada eğlenmesi ve hoşgörülü bir şekilde eğlendiği ön plana çıkmaktadır. Karnavaldaki satılan hediyelik eşyaların fiyatların pahalılığı ve çeşitliliğinin az olması ile yöresel yemeklerin lezzetli olduğu belirlenmiştir. Katılımcılar yerel halk ile karnavaldaki bir arada eğlendiklerini ve yerel halkın dışarıdan gelen katılımcılara oldukça hoşgörülü davrandıklarını belirtmişlerdir. Yerel halk ile ilgili ifadelerde Adana ile ilgili olumsuz imajın yerel halk ile yaşanan ilişkiler sonucunda olumlu bir tutuma doğru evrildiği görülmektedir. Büyük bir kalabalığa rağmen kimsenin birbirini rahatsız etmediği, herkesin kendi isteğine göre müdahale olmadan bir arada eğlendiği belirtilmiştir. Katılımcıların sosyalleşme ile ilgili algılarına ilişkin ifadeleri Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Sosyal Algıya İlişkin İfadeler

Alt Tema	İfadeler
Yerel Halk - Birlikte Eğlenme	"Mutlu insanlar, gülen yüzler, gülmek, başı sonu görünmeyen sokaklarda dans eden insanlar... Onları izleyerek kebabımı coşkuyla yiyenler, şık kafelerde kahve, eşliğinde sohbet eden neşeli insanlar, en fazla beş yaşında olup zurna çalan babasına davuluyla eşlik eden çocuğun etrafında halay çeken aileler, her türlü eğlenceye saygı, bir arada eğlenebilmenin verdiği haz, akşamları yollara taşan kalabalık mekânlar."
Yerel Halk - Hoşgörü	"evvela şunu söylemeliyim zira gerisi teferruat; ben hayatımda adana insanı kadar yakın temas kuran ve bir o kadar da sıcak kanlı bir insan topluluğuna rastlamadım. Basında gördüğümüz meşhur(!) meselelerin büyük çoğunluğunun yanlış anlaşılma meşhumundan ileri geldiği kanaatine getirdim."

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekinliklere katılanların algılarının incelenmesi etkinliklerle ilgili iyileştirmeler, etkinliklerde ilgili yenilikler ve etkinlik programlarındaki düzenlenmeler açısından organizatörlere katkı sağlayacak ve mevcut eksikliklerin giderilmesinde faydalı olacaktır. Katılımcılar tarafından etkinlikle ilgili düşünceler organizatörler ve diğer paydaşlar açısından önem arz etmektedir.

Araştırmada karnavala yönelik algı, etkinlik alanına yönelik algı, sosyal algı ve etkinliğe özgü ürünlere ilişkin algı olmak üzere 4 tema oluşturulmuştur. Katılımcıların en çok üzerinde durduğu husus etkinliklerin eğlendirici özelliklerinin olmasıdır. Etkinlik alanına dair yapılan ifadelerde ise kalabalık olgusu ön plana çıkmıştır. Ancak katılımcılar, etkinlik alanının kalabalık olmasıyla ilgili kalabalığa rağmen katılımcıların eğlendiğini ve katılımcıları rahatsız edici olayların meydana gelmediğini belirtmişlerdir.

Yerel halkın karnavala dahil olması ve sahiplenmesi dışarıdan gelen katılımcılar için olumlu bir şekilde algılanmıştır. Dalgın, Atak ve Çeken (2016) ile Çakıcı ve diğerleri (2017) tarafından yapılan araştırmalarda festivallerin yerel halk ile katılımcılar arasındaki iletişimi güçlendirici yönü ifade edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan yorumlarda da Adana'ya gelen ziyaretçilerin yerel halk ile iletişime geçtiğini ve Adana ile ilgili yaratılan olumsuz imajın ortadan kalkacağını ifade etmişlerdir.

Etkinlik alanının seçimi üzerine katılımcılar eleştirel ifadelerde kullanmışlardır. Özellikle etkinliklerin kent merkezinde, sokak aralarında olması, stant fazlalığının ve düzensizliğinin bulunması, trafiğin sıkışması gibi sebeplerle karnavalın başka bir alanda yapılması alternatif olarak belirtilmiştir. Etkinlik alanında yeterince dinlenme alanının olmadığı da ifade edilmiştir. Ayrıca konaklama tesislerinin de karnaval sürecindeki ihtiyaca cevap verme açısından yeterli olmadığı belirtilmiştir. Adana'daki konaklama tesislerinde fiyatlar karnaval tarihlerinde artış olduğundan konaklayacak yer bulamayan katılımcılar çevre illerdeki tesislerde konaklamak zorunda olduklarını ifade etmişlerdir. Yüksek, Cengiz ve Sümbül (2008) tarafından yapılan araştırmada vurgulanan festival alanındaki düzensizlik ve tesislerin yetersizliği ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcılar hediyeelik eşyalarla ilgili çeşitliliğinin az olması ve stantların fazlalığına rağmen aynı ürünlerin satıldığını belirtmişlerdir. Bu durum Sahilli Birdir ve diğerleri (2018) çalışması ile benzerlik göstermektedir. Portakal Çiçeği kokusunun tüm şehri etkilediği bir karnavaldaki, yöresel ürünlerden hediyeelik eşya, yiyecek ve içecek çeşitliliğinin arttırılarak satışa sunulması hem Adana'nın farklı ürünlerinin tanıtılması hem de gastronomik ürünlerin deneyimlenmesine imkân verebilir. Ayrıca her yıl artan katılımcı sayısı ile büyüyen bir etkinlik olan Uluslararası Adana Portakal Çiçeği Karnavalına ilişkin řu öneriler geliştirilmiştir:

- Karnaval alanının konumunun şehrin trafiğini engellemeyecek şekilde uygun bir alanda yapılması düşünülebilir. Bu alanda stantların ve etkinliklerin belirli yerlerde düzenli bir şekilde yapılması sağlanmaktadır. Bu düzenlemeler ve yönlendirmeler ile katılımcılar kalabalık bir ortamdan ziyade daha fazla hareket imkânı bulabilir.

- Konaklama tesislerinin yetersizliği ve fiyat artışları da katılımcılar tarafından sorun oluşturmaktadır. Kamu kurumlarının tesislerinin de misafir kabul etmesi bu duruma bir çözüm getirilebilir. Katılımcıların çevre illerde konaklaması sadece Adana'nın değil çevre illerine de ekonomik anlamda destek sağlamasına rağmen katılımcılara ulaşım konusunda zorluk yaşatabilmektedir. Gün içinde yalnızca karnaval için ulaşım alternatifleri geliştirilebilir.

- Stantlarda genel olarak katılımcılar benzer hediyeelik eşya satıldığını belirtmişlerdir. Halk eğitim merkezleri ve diğer sivil toplum kuruluşları tarafından hediyeelik eşyaların çeşitliliğin arttırmak için eğitime ve üretime yönelik çalışmaları yapılabilir.

Bu çalışmada sadece Ekşi Sözlük sosyal ađ platformunda bulunan ifadeler incelenmiştir. Sonraki çalışmalarda; başka sosyal ağlarda yer alan değerlendirmelerle karşılaştırma yapılabilir. Ayrıca organizatörler ve karnaval süresince hizmet veren işletmelerin de görüşleri alınarak yeni çalışmaları yapılabilir. Ayrıca belirli bir gruba farklı tarihlerde olmak üzere boylamsal çalışmaları yapılabilir. Ekşi Sözlük dışındaki sosyal ağlardaki yorumlarda incelenerek yeni boyutlar eklenebilir.

TEŐEKKÜR

Bu araştırma, hiçbir kamu, ticari veya kâr amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

MENFAAT UYUŐMAZLIđI

Yazarların, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi ya da katılımı (hibe; eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım; üyelik, istihdam, danışmanlıklar, hisse senedi sahipliği veya diğer öz özkaynak payları ve uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

YAZARLARIN KATKILARI

H.M.Y.: Kavramsallaştırma, Danışmanlık, Yazın taraması, Yazma- gözden geçirme ve düzenleme, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Nihai onayın verilmesi. A.Ü.: Yazın taraması, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma-orijinal taslak hazırlama.

ETİK BEYAN

Bu çalışma için Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi (ATA Dergisi) Etik İlkeler ve Yayın Politikası doğrultusunda Etik Kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Andersson, T. D., Getz, D. & Mykuletun, R. (2013). The “Festival Size Pyramid” in Three Norwegian Festival Populations. *Journal of Convention & Event Tourism*, 14(2), 81-103.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Çakıcı, C., Oya, Y. & Karaca, O. B. (2017). Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37), 222-239.
- Chung, C. W. (2014). Study On Relationship Between Visitor Value, Degree Of Satisfaction And Loyalty İn Musical Festival Activity. *Journal of Service Science and Management*, 7(6), 390-395.
- Dalgıç, A. (2018). *Festival Ziyaretçilerinin Sadakatlerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Adana Portakal Çiçeği Festivali Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dalgın, T., Atak, O. & Çeken, H. (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47), 1179-1184.
- Derrett, R. (2000). Can Festivals Brand Community Cultural Development And Cultural Tourism Simultaneously? In J. Allen, R. Harris, L. K. Jago, & A. J. Veal (Eds.), *Events Beyond 2000: Setting the Agenda* (pp. 120–129). Australian Centre for Event Management.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Falassi, A. (1987). *Time out of Time: Essay on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research, and Policy For Planned Events*. Oxford: Elsevier.
- İçellioglu Şarkaya, C. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 37-55.
- Nisandaadana (2021, Ağustos 22). www.nisandaadana.com.
- Oğuz, S. (2019). *Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Destinasyona Ekonomik Etkisi: Adana Portakal Çiçeği Festivali Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdemir, H. & Demir, D. (2020). Festivallerin Sosyal Etkileri ve Festival Memnuniyeti: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1402-1419.
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. & Kahraman, C. Ö. (2019). Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 178-190.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. & Bak, E. (2016). Karnavala Katılım Güdülleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 21-39.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. & Birdir, K. (2018). Katılımcıların Karnavalın Geliştirilmesine Yönelik Önerileri: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 443-458.
- Tetik, İ. S. (2020). *Katılımcıların Tekrar Ziyaret Etme Niyetlerine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Unur, K., Erdem, A. & Şeker, F. (2017). Examining The Photographs Shared By the Participants of the Adana Orange Blossom Carnival (Festival) with the Ta tag #portakalçiçeğifestivali in Instagram. The First International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability. *Proceeding Book* (s. 888-897). Mersin Üniversitesi Yayınları.
- Wilson, J. & Udall, L. (1982). *Folk festivals: A handbook for organization and management*. University of Tennessee Press.
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 7-17.
- Yıldırım, O., Karaca, B. & Çakıcı, C. (2016). Yerel Halkın “Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı”na Yönelik Algı Ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2), 50-66.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yolal, M. (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2), 35-51.

Yüksek, T., Cengiz, T. & Sümbül, H. (2008). Doğal Alanlarda Festival Etkinliklerinin Koruma-Kullanma Açısından Değerlendirilmesi: Kafkasör Kültür, Sanat ve Turizm Festivali Örneği. *Ekoloji*, 17, 37-45.

EXTENSIVE SUMMARY

Introduction

Within the scope of events, festivals are a type of activity that allows to get to know the local people in the destination. Since ancient times, festivals and festivities have been held where people will have a pleasant and enjoyable time. The International Adana Orange Blossom Carnival, which has been held since 2013, provides the participants to gain different experiences with the increase in the number of participants and the increase in the number of events every year.

Sahilli Birdir, Toksöz, and Bak (2016) investigated the participation motives of the participants in the international Adana Orange Blossom Carnival. Sahilli Birdir, Toksöz and Birdir (2018) conducted a study to determine the suggestions of the participants for the development of the carnival. Yıldırım, Karaca and Çakıcı (2016) conducted a study to determine the perception and satisfaction levels of the local people about the International Adana Orange Blossom Carnival. Çakıcı, Oya, and Karaca (2017) investigated the carnival perceptions and satisfaction of the tourists attending the carnival. Unur, Erdem, and Çakır (2017) worked to determine what caught the attention of the participants in the photos shared on social media. Özdemir and Demir (2020) tried to determine the social effects and participant satisfaction of the festivals. Hair, Ersöz, and Kahraman (2019) investigated the effect of destination image perceptions of tourists attending the carnival on their attitudes to revisit the carnival.

In addition, the factors affecting the loyalty of the participants (Dalgıç, 2018), the effect of the festivals on the destination (Oğuz, 2019) and the factors affecting the participants' intention to revisit (Tetik, 2020) were investigated in the example of Adana Orange Blossom Carnival. This research is important in terms of determining the perceptions of the participants of the Adana Orange Blossom Festival regarding the carnival in social networks, since there is no study that evaluates the perceptions of the participants of the Adana Orange Blossom Festival within the scope of social networks.

Method

Content analysis method, one of the qualitative research methods, was used in the research. Qualitative research is a type of research that aims to reveal the data, events and perceptions collected through qualitative information collection methods such as interview, observation, and document analysis in a realistic and holistic way in the natural environment. A systematic study is carried out by coding, analysing and interpreting the information collected in these ways. (Lightning, 1999). Codes are extracted from the events and facts that are frequently repeated and emphasized in the comments over the data collected in the content analysis (Baltacı, 2019: 377).

The data in the research was obtained from the entry made under the title of "orange blossom carnival" in the Ekşi Sözlük social network. There are 27 pages and 265 entries under the subject heading. Among these expressions, 255 expressions directly related to carnival were evaluated. Themes, sub-themes, and codes were created by analysing the expressions with the content analysis method.

The structural validity of the research was increased by making direct quotations and giving detailed information about each stage of the research. The collected data were presented directly to the reader's information with descriptive analysis. The reader is given the opportunity to evaluate the results of the research in line with these data. This situation is expected to increase the internal reliability of the research.

Finding

In the research, the entries in Ekşi Sözlük about the International Adana Orange Blossom Carnival are grouped under 4 themes as perception towards carnival, social perception, and perceptions of carnival-specific products. The theme of perception for the carnival consisted of 6 sub-themes, the perception of the event area consisted of 2 sub-themes, and the theme of social perception consisted of a sub-theme of relations with the local people. In the theme of perception towards carnival-specific products, it consists of the sub-themes of souvenirs and local products sold at the carnival.

When the entries about Adana Orange Blossom Carnival were examined, it was the most mentioned issue by the participants that the activities held in the carnival were entertaining. The activities held during the carnival provided fun, enthusiastic and enjoyable experiences to the participants. The perceptions towards the event area also come to the forefront of the traffic problem created by the carnival.

In the theme of social perception, it comes to the fore that the local people have fun in themselves and together with the participants and they have fun in a tolerant way. It has been determined that the local dishes are delicious due to the high prices of the souvenirs sold at the carnival and the low variety. In the theme of perception towards the carnival, the scent of orange blossom, which gives the carnival its name, was especially emphasized by the

participants. The participants made negative entries about the crowded event areas, the fact that the event was held in a location in the city centre, the lack of a large event area, and the deficiencies in the cortege arrangement.

Conclusion

In the research, 4 themes were created, namely the perception of the carnival, the perception of the event area, the social perception and the perception of the products specific to the event. The point that the participants emphasize the most is that the activities have entertaining features. The crowd phenomenon has come to the fore in the entries made about the event area. However, the participants stated that despite the crowd about the crowdedness of the event area, the participants had fun and nothing disturbing the participants occurred.

Participants used critical entries on the selection of the event area. It has been stated that the carnival should be held in another area, especially because the events are in the city centre, on the streets, there are excess and irregularity of stands, and traffic jams. It was also stated that there is not enough resting area in the event area. In addition, it was stated that the accommodation facilities were not sufficient to meet the needs during the carnival process. The participants, who could not find a place to stay because the prices in the accommodation facilities in Adana increased during the carnival dates, stated that they had to stay in the facilities in the surrounding provinces. The research conducted by Yüksek, Cengiz and Sümbül (2008) is like the irregularity in the festival area and the inadequacy of the facilities.

The participants stated that the same products were sold despite the low variety of souvenirs and the excess of stands. This situation is like the study of Sahilli Birdir et al. (2018). In a carnival, where the smell of Orange Blossom affects the whole city, offering souvenirs from local products, increasing the variety of food and beverage, can both promote different products of Adana and experience gastronomic products.

In this study, only the entries on the Ekşi Sözlük social networking platform were examined. In future studies, new studies can be carried out by taking the opinions of the organizers and the companies serving during the carnival. In addition, longitudinal studies can be conducted on a specific group on different dates. New dimensions can be added by examining the comments on social networks other than Ekşi Sözlük.