



## Boş Zamanı Yaşam Tarzına Dönüştür ve Memnuniyetin Tadını Çıkar: Eskişehir MilyonFest Katılımcı Deneyimlerinin Memnuniyet Üzerine Etkisinin İncelenmesi

Günnur HASTÜRK<sup>1</sup>, Ecenur KORKMAZ<sup>1</sup>, Müge AKYILDIZ MUNUSTURLAR<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Eskişehir Teknik Üniversitesi/Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0002-2971-3798>

<sup>1</sup>Eskişehir Teknik Üniversitesi/Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0003-2368-9157>

<sup>1</sup>Eskişehir Teknik Üniversitesi/Spor Bilimleri Fakültesi. <https://orcid.org/0000-0002-1386-4014>

### To cite this article/ Atf için:

Hastürk, G., Korkmaz, E. ve Akyıldız Munusturlar, M. (2024). Boş zamanı yaşam tarzına dönüştür ve memnuniyetin tadını çıkar: Eskişehir Milyonfest katılımcı deneyimlerinin memnuniyet üzerine etkisinin incelenmesi. *Uluslararası Bozok Spor Bilimleri Dergisi*, 5(1), 177-190.

### Özet

Bu çalışma, Eskişehir ilinde düzenlenmiş olan MilyonFest'e katılan bireylerin, boş zaman deneyimlerini ve boş zaman deneyimlerinin etkinlik özelinde memnuniyet düzeyine etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini, Eskişehir'de gerçekleştirilen MilyonFest etkinliğine katılan müzik festivali katılımcıları oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 101 (%47.2)'i kadın, 113 (%52.8)'ü erkek olmak üzere toplam 214 katılımcıdan oluşmaktadır. Veriler nicel veri toplama yöntemlerinden olan anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışmanın amaçları doğrultusunda oluşturulan veri toplama aracı üç bölümden oluşmaktadır. Veri toplama aracının birinci bölümü Boş Zaman Deneyim Ölçeği, ikinci bölümü Festival Deneyim Ölçeği ve son bölümü ise demografik özellikler hakkında bilgi almaya yönelik sorulardan oluşmuştur. Araştırmadan elde edilen verilerin analizi için SPSS paket programından yararlanılmıştır. Festival katılımcılarının boş zaman deneyim boyutlarında demografik değişkenlere göre farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. Katılımcıların festivale yönelik boş zaman deneyim boyutlarının memnuniyet düzeyine olan etkisini incelemek amacıyla Çoklu Doğrusal Regresyon analizi yapılmıştır. Sonuç olarak, boş zaman deneyiminin duyumsama, duygulanım, sosyo-ilişki ve yaşam tarzı alt boyutlarında eğitim, meslek ve gelir durumuna göre farklılıklar olduğu tespit edilmiş ve duyumsama ve yaşam tarzı alt boyutlarının memnuniyet düzeyini etkilediği ortaya çıkmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Boş zaman deneyimi, Memnuniyet, Festival

## Transform Leisure into a Lifestyle and Savor the Satisfaction: An Examination of the Impact of Eskişehir MilyonFest Participant Experiences on Satisfaction

### Abstract

The aim of this study is to examine the leisure experiences of individuals who participated in the MilyonFest event in Eskişehir and the impact of leisure experiences on satisfaction with the event. The population of the study consists of music festival who participated in the MilyonFest in Eskişehir. The sample of the study consists of 214 participants, 101 (47.2%) females and 113 (52.8%) males, who were selected by convenience sampling method. The data was collected using the questionnaire technique, which is one of the quantitative data

collection methods. The data collection instrument, designed in accordance with the aim of the study, consisted of three parts. The first part of the data collection instrument consists of the Leisure Experiences Scale, the second part consists of the Festival Experiences Scale and the last part consists of questions to obtain information on demographic characteristics. The SPSS package was used to analyze the data obtained from the research. One-way analysis of variance (ANOVA) was used to determine if there was a difference between the dimensions of festival-goers' leisure experience dimensions according to demographic variables. A multiple linear regression analysis was used to examine how the dimensions of the participants' leisure experience impact their satisfaction with the festival. The results showed that there were differences in the sensation affect, social relationship and lifestyle sub-dimensions of the leisure experience depending on education, occupation and income status and that the sensation affect and lifestyle sub-dimensions impact satisfaction.

**Keywords:** Leisure experience, Satisfaction, Festival

## GİRİŞ

Tüketicilerin ihtiyaç ve istekleri çeşitlilik gösterse de satın aldıkları hizmetleri tüketmek genellikle olumlu ya da olumsuz deneyimlere yol açabilmektedir (Yuan ve Wu, 2008). Holbrook ve Hirschman (1982) tarafından yapılan tanıma göre, deneyim kavramı subjektif ve kişisel bir perspektifle ele alınmakta olup, bu kavram “sembolik anlam taşıyan duygu durumu” olarak nitelendirilmiştir (Morgan, 2007). Bu tanım, tüketicilerin hizmet satın alırken sadece somut faydalara odaklanmadığını aynı zamanda deneyimlerin kişisel ve duygusal boyutlarının önemli olduğunu vurgulamaktadır. Geleneksel anlayışa göre bireylerin hizmet satın alırken kendilerine en fazla fayda sağlayacak seçimi yaptıkları ileri sürülmektedir, ancak insanın duyguları ve hisleri ile hareket eden bir canlı olması rasyonellikten uzaklaşarak tüketim kararlarını almasında etkili olmaktadır (Komşu ve Akboz, 2019).

Yuan ve Wu (2008), deneyim ekonomisi bağlamında, müşterilerin sadece somut fayda ile ilgili sonuçlara odaklanmadıklarını, aksine deneyimlere daha fazla önem verdiklerini vurgulamıştır. Benzer şekilde Lasalle ve Britton’ın (2003) ifade ettiği gibi tüketilen şey tüketicinin duygu ve düşüncelerinde ne kadar yer edebiliyorsa, deneyimin değeri de bir o kadar artmaktadır. Bu, tüketicilerin hizmet satın alırken sadece işlevsel, somut faydalara değil, aynı zamanda duygu ve düşüncelerinde de olumlu bir izlenim bırakılması gerektiğini doğrulamaktadır. Dolayısıyla, işletmelerin deneyim ekonomisinde başarılı olabilmeleri için değerli deneyimler yaratmaya odaklanan pazarlama stratejileri geliştirmeleri kritik bir öneme sahiptir (Yuan ve Wu, 2008). Bu bağlamda, festivaller tüketicilere eşsiz ve duygusal deneyimler sunan önemli etkinliklerdir (Hudson ve Hudson, 2013).

Festivaller, katılımcılarına sadece somut ürün veya hizmetler sunmanın ötesinde, özel anılar, duygusal bağlar ve sembolik anlamlar da sunmaktadır (Bossey, 2018; Zyl ve Queiros, 2009). Festival deneyimi, müşterinin duygu ve düşüncelerinde güçlü bir iz bırakabilmekte (Moss, Whalley ve Elsmore, 2020) ve bu da deneyimin değerini artırabilmektedir. Berselli, Añaña ve Zucco (2021) tarafından yapılan çalışmada, festivallerin sosyal değişim, boş zaman aktiviteleri ve eğlence için fırsatlar sunarak topluluk duygusu oluşturduğu ve bu şekilde yaşam kalitesine anlam kattığı belirtilmiştir. Katılımcılar, festivaller aracılığıyla psikolojik, kültürel ve sosyal değerlere sahip olmakta ve bu festivaller, katılımcıların boş zaman değerini ve psikolojik refahını olumlu yönde etkilemektedir (Yin ve Yang, 2022). Özetle festivaller, katılımcılara özel, anlamlı ve değerli deneyimler yaşatma potansiyeline sahip boş zaman etkinlikleri olarak ifade edilebilir.

Literatür incelendiğinde, boş zaman deneyimini değerlendirmeye ve anlamaya yönelik nitel ve nicel yöntemlerin kullanıldığı çeşitli araştırmalara rastlanmaktadır (Ateca-Amestoy ve ark., 2008; Unger ve Kernan, 1983; Unger, 1984; Yin ve Yang, 2022). Boş zaman deneyimi, bireylerin çeşitli aktivite ve etkinliklere katılımında algıladıkları önemi temsil etmektedir (Codina ve Pestana, 2019). Bu kavram, bireylerin boş zamanlarını etkili bir şekilde değerlendirmeleriyle ilişkilidir (Stebbins, 2005) ve çeşitli etkinlik, deneyim ve duygu durumu içermektedir (Stebbins, 2017). Boş zaman deneyimi, kişisel tercihler, sosyal etkileşimler, estetik tatmin ve duygusal zenginleşme gibi faktörlere dayanarak bireylerin yaşamlarına olumlu katkılar sağlamaktadır (Iwasaki, 2007; Kleiber, 2020). Bu bağlamda, boş zaman

deneyimi, bireylerin aktif katılımı, duyuşsal algıları ve sosyal ilişkileri aracılığıyla zenginleşen bir süreç olarak değeriendirilebilir.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde, festival katılımcılarının boş zaman deneyimlerinin demografik özelliklere göre farklılaştığını gösteren araştırmalar bulunmakta (Ateca-Amestoy, ve ark., 2008; Boyle ve ark., 2016; Brown ve Sharpley, 2019; Codina ve Pestana, 2019) ancak bazı çalışmalarda demografik özellikler değışse de benzer bulguların ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin, Akyıldız (2010) boş zaman deneyimi boyutlarından yaşam tarzı boyutunun cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiğini, kadınların yaşam tarzı boyutunda erkeklerden daha fazla deneyim elde ettiklerini belirtirken; sosyo-ilişki, duyumsama ve duygulanım boyutlarının cinsiyete göre anlamlı bir fark göstermediğini belirtmektedir. Boş zaman deneyimini zaman bağlamında ele alan Codina ve Pestana (2019), yapmış olduğu araştırmasında, kadınların ve erkeklerin boş zaman deneyimlerinde farklılık olduğunu ve kadınların boş zamanlarının daha az olmasına rağmen erkeklerden daha olumlu bir boş zaman deneyimine sahip olduklarını belirtmektedirler. Ateca-Amestoy ve ark. (2008) bireylerin boş zaman deneyimini etkileyen faktörler arasında hane gelirinin önemli olduğunu ve yüksek gelirin bireylere daha fazla harcama imkanı sağlayarak boş zaman memnuniyetini de olumlu yönde etkileyebileceğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Akyıldız (2010) festival katılımcılarının boş zaman deneyimi ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymuştur. Bu doğrultuda ilgili hipotez şu şekilde oluşturulmuştur;

H<sub>1</sub>: Festivalden elde edilen deneyimsel boyutlar, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

Boş zaman memnuniyeti üzerindeki etkileri inceleyen çalışmalarda, deneyim kavramı önemli bir değışken olarak vurgulanmaktadır (Manthiou ve ark., 2014). Iso-Ahola, Allen ve Buttmer'in (1982) yaptığı bir araştırmada, boş zaman deneyimiyle ilgili faktörlerin, boş zaman memnuniyetini güçlü bir şekilde belirleyen etkenler olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda, boş zaman deneyimiyle ilgili faktörlerin, bireylerin genel boş zaman memnuniyet düzeyini etkilemede önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Festival katılımı bağlamına odaklanıldığında, Akhoondnejad'ın (2016) çalışmasında belirttiği gibi festivalden duyulan memnuniyet, katılımcıların festival deneyimlerine ilişkin genel değeriendirmelerine dayanmaktadır. Benzer şekilde, Çulha (2020), festival katılımcılarının olumlu deneyimlerinin, festivalden memnuniyet düzeylerini etkileyen belirleyici faktörler olduğunu belirtmiştir. Bu durum, festival deneyimlerinin katılımcı memnuniyetini şekillendirmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Bu çalışmalarda ortaya konan bulgular, boş zaman memnuniyetinin değeriendirilmesinde deneyim faktörünün kilit bir rol oynadığını ve özellikle festival katılımı bağlamında bireylerin deneyimlerin memnuniyet düzeylerini etkileyebileceğini göstermektedir. Ancak yapılan araştırmaların festival katılımcılarının elde ettiği deneyimsel sonuçlara ve bunların memnuniyet düzeyine etkisine odaklanılırken, boş zaman deneyimine odaklanan ve festival katılımı sonucunda boş zamanlarda elde edilen memnuniyet düzeyine odaklanan çalışmalarda yetersiz olduğu, kısaca boş zaman özelinde festival deneyimini ve memnuniyet düzeyine etkisini inceleyen araştırma bulgularının yeterli olmadığı görülmektedir.

Bu doğrultuda ilgili hipotez şu şekilde oluşturulmuştur;

H<sub>2</sub>: Festivalden elde edilen boş zaman deneyimi boyutlarının boş zaman memnuniyet düzeyi üzerinde etkisi vardır.

Bu çerçevede, festivaller gibi özel boş zaman etkinlikleri, bireylerin deneyimlerini zenginleştiren ve bu deneyimler aracılığıyla memnuniyet düzeylerini belirleyen önemli bir ortam sunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, 2018 yılında Eskişehir ilinde düzenlenen MilyonFest etkinliğine katılan bireylerin festivalden elde ettikleri boş zaman deneyimlerinin demografik özelliklere göre incelenmesi ve deneyim alt boyutlarının festivale yönelik memnuniyet düzeyi üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Çalışmadan elde edilecek sonuçların festival organizatörlerine, etkinlik planlayıcılarına ve ilgili paydaşlara, katılımcı memnuniyetini artırmak ve benzer etkinlikleri daha etkili bir şekilde tasarlamak için kullanışlı bilgiler sunması öngörülmektedir. Ayrıca, boş zaman etkinlikleri ve katılımcı memnuniyeti üzerine mevcut literatüre yeni bulgular ve perspektifler ekleyerek konuyla ilgili daha fazla araştırmaya ilham kaynağı olacağı düşünülmektedir.

## YÖNTEM

Çalışmanın amacı doğrultusunda bu araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmış ve tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden bireylerle yüz yüze anket uygulanarak veriler 214 festival katılımcısından festival alanında toplanmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcılara ilişkin demografik veriler

		n	%			n	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	101	47.2	<b>Medeni Durum</b>	Evli	13	6.1
	Erkek	113	52.8		Bekar	201	93.9
<b>Yaş</b>	18 yaş ve altı	19	8.9	<b>Meslek</b>	Öğrenci (a)	147	68.7
	19-25 yaş	135	63.1		İşçi (b)	6	2.8
	26-30 yaş	48	22.4		Memur (c)	17	7.9
	31-35 yaş	12	5.6		Yönetici (d)	19	8.9
	Gelirim yok (a)	96	44.9		Esnaf (e)	6	2.8
	1000TL ve altı (b)	11	5.1		Diğer (f)	19	8.9
<b>Gelir</b>	1001-2000 TL (c)	44	20.6	<b>Eğitim Durumu</b>	Lise ve daha düşük (a)	27	12.6
	2001-3000 TL (d)	36	16.8		Önlisans/Lisans (b)	152	71.0
	3001-4000 TL (e)	19	8.9		Lisansüstü (c)	35	16.4
	4001TL ve üstü (f)	8	3.7				

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, 101’inin (%47.2) kadın, 113’ünün (52.8) erkek olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında ulaşılan bireylerin %63.1’i (135) 19-25 yaş aralığındadır. Katılımcıların meslek gruplarına bakıldığında en fazla katılımın %68.7 (147) ile öğrencilerden oluştuğu görülürken, en az katılım gösterenlerin işçiler (%2.8) ve esnaf (%2.8) olduğu görülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların eğitim

durumları incelendiğinde %71'inin(152) önlisans/lisans düzeyinde eğitim gördüğü, medeni durumları incelendiğinde ise %93.9'unun (201) bekarlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %44.9'luk (96) diliminin gelir durumlarını “gelirim yok” şeklinde belirttiği ortaya çıkmıştır.

Veri toplama aracı Akyıldız (2010) tarafından geliştirilen Boş Zaman Deneyimi Ölçeği ve Boş Zaman Memnuniyeti Ölçeği kullanılmıştır. Boş Zaman Deneyim Ölçeği; 4 faktör (duyumsama, duygulanım, sosyo-ilişki ve yaşam tarzı), 19 ifadeden oluşmakla birlikte, 5'li likert tipindedir (1=Kesinlikle katılmıyorum 5=Kesinlikle katılıyorum. Bu boyutların içeriğine bakıldığında duyumsama alt boyutu, bireyin etkinlik sırasındaki algısal deneyimlerini içerirken, duygulanım alt boyutu, etkinlikler sırasında deneyimlediği duygusal durumları içermektedir. Sosyo-ilişki alt boyutunda ise katılımcının sosyal etkileşim ve ilişkilerle ilgili deneyimlerini kapsamaktadır. Son olarak yaşam tarzı alt boyutunda festivale katılımın bireyi düşünmeye yönlendirme ve yeni bakış açıları kazandırarak yaşam tarzını şekillendirmesi ile ilişkili ifadeleri kapsamaktadır (Akyıldız, 2010). Araştırmanın sonuçlarına göre boş zaman deneyimine ilişkin güvenilirlik değeri (Cronbach's Alpha:  $\alpha$ ) 0.93 olarak bulunduğu ifade edilmekle birlikte; duyumsama faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri 0.89, duygulanım faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri 0.88, sosyo-ilişki faktörünün  $\alpha$  değeri 0.80, son olarak yaşam tarzı faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri ise 0.76 olarak ortaya konmuştur.

Boş Zaman Memnuniyeti Ölçeği ise 4 faktörlü (sahne ve sanatçı performansı, tamamlayıcı hizmetler, sağlık-temizlik-güvenlik ve danışma-bilgilendirme) bir yapıdan ve 15 ifadeden oluşmakla birlikte, 5'li likert tipindedir (1=Çok kötü, 5=Çok iyi). Araştırmanın sonuçlarına göre Sahne ve Sanatçı Performansı faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri 0.90, Tamamlayıcı Hizmetler faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri 0.88, Sağlık, Temizlik ve Güvenlik faktörünün  $\alpha$  değeri 0.83, son olarak Danışma ve Bilgilendirme faktörüne ilişkin  $\alpha$  değeri ise 0.84 olmak üzere boş zaman memnuniyeti toplam  $\alpha$  değeri 0.90 olarak ortaya konmuştur. Bu çalışma kapsamında boş zaman deneyim ve boş zaman memnuniyetine ilişkin güvenilirlik değerleri (Cronbach Alpha:  $\alpha$ ) hesaplanarak Tablo 2'de özetlenmiştir.

**Tablo 2.** Boş zaman deneyimi ve boş zaman memnuniyetine ilişkin güvenilirlik değerleri

Değişkenler	Faktörler	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )
<b>Boş Zaman Deneyimi</b>	Duyumsama	.750
	Duygulanım	.788
	Sosyo-İlişki	.879
	Yaşam Tarzı	.880
<b>Boş Zaman Memnuniyeti</b>	SAHSAN	.899
	TAMHİZ	.868
	SATEGÜ	.825
	DANBİL	.788

SAHSAN (Sahne ve Sanatçı Performansı), TAMHİZ (Tamamlayıcı Hizmetler), SATEGÜ (Sağlık, Temizlik ve Güvenlik), DANBİL (Danışma ve Bilgilendirme)

Araştırma verilerinin analizi için SPSS paket programından faydalanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistikler kullanılmış, aynı zamanda verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Dağılımın normal olup olmadığına göre parametrik ya da non-parametrik testler tercih edilmektedir (Hair ve ark., 2010). Normal dağılımın tespiti üzerine ( $p>.05$ ), parametrik

testlerden t-testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve basit doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır.

T-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), boş zaman deneyiminin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla kullanılmıştır. Bu analiz, farklı demografik gruplar arasında boş zaman deneyiminde anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek için tercih edilmiştir. Boş zaman deneyimi ile demografik değişkenler arasında anlamlı fark ortaya çıkması durumunda farkın kaynağını belirlemek adına post-hoc testinden faydalanılmıştır. Ayrıca, boş zaman deneyiminin memnuniyet düzeyine olan etkisini değerlendirmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

## BULGULAR

### Boş Zaman Deneyim Boyutlarının Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Boş zaman deneyiminin cinsiyet ve medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan t-testi analizi sonucu anlamlı bir fark bulunmamıştır. Boş zaman deneyim boyutlarının diğer demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan ANOVA sonucunda, yaş değişkenine göre anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır, eğitim, meslek ve gelir durumuna göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiş olup farkın kaynağını belirleyebilmek amacıyla gerçekleştirilen Post-hoc test sonuçları aşağıdaki tablolarda (Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5) özetlenmiştir.

**Tablo 3.** Boş zaman deneyim boyutlarının eğitim durumuna göre farklılaşması

	Grup	N	Ort.	SS	F	p	Post-hoc
<b>Duyumsama</b>	Lise ve daha düşük(a)	27	4.50	.517			
	Önlisans/Lisans(b)	152	4.20	.622	3.210	.042*	a>b
	Lisansüstü(c)	35	4.31	.504			
<b>Duygulanım</b>	Lise ve daha düşük(a)	27	2.98	.532			
	Önlisans/Lisans(b)	152	2.85	.342	1.509	.223	
	Lisansüstü(c)	35	2.85	.221			
<b>Sosyo-ilişki</b>	Lise ve daha düşük(a)	27	4.26	.601			
	Önlisans/Lisans(b)	152	3.99	.699	3.606	.029*	a>b c>b
	Lisansüstü(c)	35	4.26	.623			
<b>Yaşam tarzı</b>	Lise ve daha düşük(a)	27	3.27	1.205			
	Önlisans/Lisans(b)	152	2.94	.963	2.536	.082	
	Lisansüstü(c)	35	3.29	1.00			

\* $p < 0.05$

Araştırmaya katılan festival katılımcılarının boş zaman deneyim boyutları ile eğitim durumu arasında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin bulgular (Tablo 3) incelendiğinde, duyumsama ( $F=3.210$ ;  $p=.042$ ) ve sosyo-ilişki ( $F=3.606$ ;  $p=.029$ ) boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p < .05$ ) olduğu tespit edilmiştir.

Boş zaman deneyim boyutlarında eğitim durumuna göre gruplar arası farklılıkları belirlemek amacıyla yapılan Post-hoc testlerinden (Levene Test;  $p > .05$ ) Tukey HSD'ye göre, lise ve daha

düşük eğitim düzeyine sahip bireylerin festivalden elde ettikleri duyumsama deneyiminin, önlisans/lisans eğitim düzeyine sahip bireylerden daha yüksek olduğu; “lise ve daha düşük” ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip bireylerin festivalden elde ettikleri sosyo-ilişki deneyiminin önlisans/lisans eğitim düzeyine sahip bireylerden daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.** Boş zaman deneyim boyutlarının meslek durumuna göre farklılaşması

	Grup	N	Ort.	SS	F	p	Post-Hoc
<b>Duyumsama</b>	Öğrenci	147	4.28	.593	1.659	.146	
	İşçi	6	4.33	.557			
	Memur	17	4.43	.598			
	Yönetici	19	4.03	.627			
	Esnaf	6	4.44	.860			
	Diğer	19	4.01	.464			
<b>Duygulanım</b>	Öğrenci	147	2.86	.363	.595	.704	
	İşçi	6	3.04	.102			
	Memur	17	2.77	.174			
	Yönetici	19	2.92	.486			
	Esnaf	6	2.91	.584			
	Diğer	19	2.86	.226			
<b>Sosyo-ilişki</b>	Öğrenci	147	4.12	.619	5.066	.000**	Memur>Diğer
	İşçi	6	3.91	.595			
	Memur	17	4.46	.725			
	Yönetici	19	3.76	.793			
	Esnaf	6	4.41	.557			
	Diğer	19	3.55	.736			
<b>Yaşam tarzı</b>	Öğrenci	147	3.14	.948	3.127	.010**	Memur>Diğer
	İşçi	6	2.95	.678			
	Memur	17	3.42	.921			
	Yönetici	19	2.63	1.253			
	Esnaf	6	3.00	1.508			
	Diğer	19	2.39	.932			

\*\*p<0.01

Boş zaman deneyim boyutlarının meslek gruplarına göre farklılaşmasına ilişkin ANOVA sonuçları değerlendirildiğinde, sosyo-ilişki (F=5.066; p=.000) ve yaşam tarzı (F=3.127; p=.010) boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır. Bu farkın kaynağını tespit etmek amacıyla yapılan post-hoc testlerinden (Levene Test; p>.05) Tukey HSD test sonuçları incelendiğinde, memurların sosyal ilişki ve yaşam tarzı deneyim boyutlarında diğer meslek grubundan olan bireylere göre daha yüksek puana sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 5.** Boş zaman deneyim boyutlarının gelir durumuna göre farklılaşması

	Grup	N	Ort.	SS	F	p	Post-Hoc
<b>Duyumsama</b>	Gelirim yok (a)	96	4.40	.578	2.410	.038*	a>c
	1000TL ve altı(b)	11	4.21	.582			
	1001-2000 TL(c)	44	4.09	.490			
	2001-3000 TL(d)	36	4.12	.672			
	3001-4000 TL(e)	19	4.24	.752			
	4001TL ve üstü(f)	8	4.08	.295			



<b>Duygulanım</b>	Gelirim yok (a)	96	2.82	.285	2.779	.019*	b>a b>c
	1000TL ve altı(b)	11	3.20	.568			
	1001-2000 TL(c)	44	2.84	.424			
	2001-3000 TL(d)	36	2.86	.335			
	3001-4000 TL(e)	19	2.97	.352			
	4001TL ve üstü(f)	8	2.90	.265			
<b>Sosyo-ilişki</b>	Gelirim yok (a)	96	4.25	.623	3.858	.002**	a>c a>f
	1000TL ve altı(b)	11	4.25	.515			
	1001-2000 TL(c)	44	3.89	.559			
	2001-3000 TL(d)	36	3.94	.735			
	3001-4000 TL(e)	19	3.94	.963			
	4001TL ve üstü(f)	8	3.48	.613			
<b>Yaşam tarzı</b>	Gelirim yok (a)	96	3.11	.788	3.447	.005**	a>f b>f c>f
	1000TL ve altı(b)	11	3.38	1.039			
	1001-2000 TL(c)	44	3.26	1.251			
	2001-3000 TL(d)	36	2.86	1.073			
	3001-4000 TL(e)	19	2.78	1.038			
	4001TL ve üstü(f)	8	1.90	.778			

\*p<0.05; \*\*p<0.01

Boş zaman deneyim boyutlarının gelir durumuna göre farklılaşmasına ilişkin yapılan ANOVA sonuçlarına bakıldığında, duyumsama boyutunda gelir durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ( $F=2.410$ ;  $p=.038$ ), bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Post-hoc testlerinden (Levene Test;  $p>.05$ ) Tukey HSD'ye göre duyumsama boyutunda geliri olmayanlar ile geliri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar arasında anlamlı fark olduğu ortaya çıkmıştır.

Duygulanım boyutunda gelir durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ( $F=2.779$ ;  $p=.019$ ), bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Post-hoc testlerinden (Levene Test;  $p>.05$ ) Tukey HSD'ye göre, Tablo 5'te görüldüğü gibi geliri 1000 TL ve altında olanlar ile geliri olmayanlar ve geliri 1001-2000 TL olanlar ile geliri olmayanlar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Sosyo-ilişki boyutunda gelir durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ( $F=3.858$ ;  $p=.002$ ) ve bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla yapılan Post-hoc testlerinden (Levene Test;  $p>.05$ ) Tukey HSD'ye göre geliri olmayanlar ile geliri 1001-2000 TL arasında olanlar ve geliri olmayanlar ile geliri 4001 TL ve üstünde gelire sahip olan katılımcılar arasında anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmıştır.

Son olarak yaşam tarzı boyutunda gelir durumuna göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ( $F=3.447$ ;  $p=.005$ ) ve bu farkın geliri olmayanlar ile geliri 4001 TL ve üstünde olanlar ve geliri 1000 TL ve altında olanlar ile geliri 4001 TL ve üstünde olan katılımcılar ve geliri 1001-2000 TL olanlar ile geliri 4001 TL ve üstünde olan katılımcılar arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

### Boş Zaman Deneyiminin Memnuniyet Düzeyine Etkisinin İncelenmesi

**Tablo 6.** Boş zaman deneyiminin memnuniyet düzeyine etkisine ilişkin bulgular

Boş Zaman Deneyimi	Bağımlı Değişken Memnuniyet			R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	F
	Std. $\beta$	t	p			
Duyumsama	0.192	3.142	.002**			
Duygulanım	-0.019	-0.378	.706			
Sosyo-ilişki	0.093	1.452	.148	.495	.486	51.290
Yaşam Tarzı	0.516	6.932	.000**			
Sabit		5.460	.000**			

\*\* $p < .01$

Festivale katılan katılımcıların elde ettikleri deneyimlere yönelik boyutların memnuniyet düzeyi üzerine etkisinin incelenmesi amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucuna göre ( $F= 51.290$ ;  $p<0.01$ ), festivalden elde edilen boş zaman deneyimlerine yönelik boyutların memnuniyet üzerindeki açıklayıcılığının %49 olduğu ortaya konmuştur. Regresyon analizine ilişkin standardize edilmiş beta ( $\beta$ ) değerleri bakımından incelendiğinde; “duyumsama” ( $\beta= 0.192$ ;  $p<.01$ ) ve “yaşam tarzı” boyutlarının ( $\beta= 0.516$ ;  $p<.01$ ) katılımcıların memnuniyet düzeylerini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla, duyumsama ve yaşam tarzı deneyimlerinin katılımcıların memnuniyet düzeyinin açıklanmasında önemli bir rol oynadığı ortaya konmuş olup, yaşam tarzı boyutunun memnuniyet düzeyi üzerine etkisinin duyumsama boyutundan daha yüksek düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır.

### TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, festival katılımcılarının elde ettikleri boş zaman deneyimlerinin bireylerin demografik özelliklerine göre incelenmesi ve bu bağlamda deneyim alt boyutlarının festivale yönelik memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre boş zaman katılımcılarının festivale katılım sonrasında elde ettiği deneyimlerin eğitim, meslek ve gelir değişkenlerine göre farklılaştığı ve boş zaman deneyim boyutlarından “duyumsama” ve “yaşam tarzı”nın katılımcıların memnuniyet düzeylerine yönelik pozitif yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, deneyim ekonomisi teorisine dayanarak, festival katılımcılarının memnuniyetini arttıran duyuşsal deneyimler ve yaşam tarzı uyumu gibi faktörlerin önemini ortaya koymaktadır. Bulgular, katılımcıların festivalden aldıkları keyif ve kişisel gelişim gibi hedonik ve eudaimonik unsurların memnuniyet düzeyini nasıl etkilediğini göstermektedir.

Araştırma bulgularından biri olarak duyumsama ve sosyo-ilişki alt boyutlarına göre önlisans/lisans eğitim düzeyine sahip bireylerin, deneyim puanlarının diğer eğitim düzeyindeki bireylerden daha düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Hizmet sektöründe, bilhassa festival gibi organizasyonlarda, kâr amacı güden hizmet üreticilerinin amacı,

mümkün olan maksimum katılımcıya ulaşmaktır (Lee, Yang & Lo, 2008; Hsu, Agyeiwaah, Lynn & Chen, 2021). Bu noktada festivallerde katılım sayısının artırılmasında sosyal etkilerin rolü dikkate değerdir (Sangmu, 2016; Wang, 2015). Bu bağlamda önlisans/lisans eğitim düzeyine sahip bireylerin sosyo-ilişkiler noktasında beklentilerinin karşılanmadığı söylenebilir. Bununla birlikte Akyıldız'ın (2010) Rock'n Coke Festivali katılımcılarına yönelik yaptığı çalışmada da duyumsama, sosyo-ilişki ve yaşam tarzı alt boyutlarında eğitim düzeyi önlisans/lisans olan bireylerin ortalamalarının diğer eğitim düzeylerine sahip bireylerin ortalamalarından düşük olması bulgusu bu çalışmadaki bulgularla paralellik göstermektedir.

Pissoort ve Saayman (2007)'ın yaptığı çalışmada üç farklı festivalde katılımcıların festival deneyimleri incelenmiş olup, meslek değişkeninin bu üç farklı festivalde de etkili olduğu ancak her festivalde farklı meslek gruplarına yönelik sonuçlara ulaşıldığını raporlamışlardır. Bunun incelen festivallerin farklılık göstermesinden kaynaklandığını ve bu farklılıktan dolayı herhangi bir meslek grubunun işaret edilemediğini ifade etmişlerdir.

Bu çalışmanın bulgularına göre ise sosyo-ilişki ve yaşam tarzı boyutlarında mesleğin etkili olduğu ve her iki alt boyut için memurların diğer meslek gruplarına ait katılımcılardan daha yüksek ortalama puana sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla meslek değişkeninin festival katılımcılarının boş zaman deneyimlerine etkisinin olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte Pissoort ve Saayman (2007)'ın meslek gruplarına yönelik sonuçların farklı festivallerde değişkenlik göstermesi ve bu çalışmada da başka bir meslek grubuna yönelik sonuçlara ulaşılmasının sebebi, festivallerin gerçekleştirildiği bölgelerin özelliklerinin değişkenlik göstermesi şeklinde yorumlanabilir.

Diğer bir araştırma bulgusu olarak, festival katılımcılarının gelir düzeyinin artmasıyla boş zaman deneyim boyutlarından “duyumsama”, “sosyo-ilişki” ve “yaşam tarzı” boyutlarına ilişkin puan ortalamalarında düşüş ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda festival katılımcılarının boş zaman deneyimlerinin, gelir durumları ile ters orantılı olduğunu söylemek mümkündür. Calvo-Soraluze ve Blanco (2014)'nın yaptığı çalışmada bireylerin eğitim ve gelir seviyelerinin artmasının festival vb. etkinliklerde boş zaman deneyimi üzerinde önemli rol oynadığını ve bu sonucun etkinliklere yönelik talebi artırdığını rapor etmiştir. Bu bağlamda boş zaman deneyiminde festival katılımcılarının gelir düzeylerinin etkisinin olabileceğini söylemek mümkündür.

Çalışmanın bir diğer sonucu ise boş zaman deneyiminde duygulanım ve sosyal ilişki boyutlarının memnuniyet düzeyi üzerinde etkisinin olmadığı, buna karşın duyumsama ve yaşam tarzı boyutlarının katılımcıların memnuniyet düzeyleri üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Literatür incelendiğinde de boş zaman deneyimlerinin memnuniyet üzerinde olumlu yönde etki sağladığına yönelik bazı çalışmaların (Agyar, 2013; Lapa, 2013; Tokatlı, 2020; Yürük, 2015) yer aldığı ve bu çalışma ile paralel sonuçlara ulaşıldığı ifade edilebilir.

Festival katılımcıları farklı özellikleri olan bireylerden oluşmaktadır. Bu bağlamda ilgili sektör yöneticileri organizasyon ve planlamada festival katılımcılarına yönelik boş zaman deneyimleri konusunda katılımcıların farklılıklarını gözetererek beklentilerine yönelik hizmet sunmalıdır. Aynı zamanda, festival organizatörlerinin duyumsama ve yaşam tarzı ile ilgili

deneyimsel boyutlara önem vermesi katılımcı memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayabilir. Bu sayede daha geniş bir kitleyi çekme ve katılımcı bağlılığını artırma potansiyeli olabilir.

Bu çalışmanın her araştırmada olduğu gibi kendine özgü sınırlılıkları bulunmaktadır. Özellikle örneklem büyüklüğünün ve kapsamının gelecek çalışmalarda genişletilmesi önemli görülmektedir. Ayrıca, sosyal ilişkiler ve duygusal deneyimlerden farklı olarak katılımcı memnuniyetini etkileyen duyumsama ve yaşam tarzı ile ilgili boş zaman deneyimlerine ilişkin katılımcı puanlarının artırılmasına yönelik yapılabilecek müdahaleler ve uygulamaların incelenmesi önerilmektedir. Bu boyutların detaylı incelenmesi, festival deneyimlerinin ve katılımcı memnuniyetinin daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyarak bu alandaki teorik çerçeveleri zenginleştirebilir.

## KAYNAKLAR

- Agyar, E. (2013). Life Satisfaction, Perceived Freedom in Leisure and Self-Esteem: The Case of Physical Education and Sport Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 2186-2193.
- Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: The case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management*, 52, 468-477.
- Akyıldız, M. (2010). *Boş zaman pazarlamasında deneyimsel boyutlar: 2009 Rock'n Coke Festivali katılımcılarına yönelik bir araştırma* (Yayınlanmış Yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi I, Spor Bilimleri Fakültesi.
- Ateca-Amestoy, V., Serrano-del-Rosal, R., ve Vera Toscano, E. (2008). The leisure experience. *Journal of Socio-Economics*, 37, 64-78.
- Berselli, C., Añaña, E. D. S., ve Zucco, F. D. (2021). A festival to call mine: Analysis of the impacts of the SESC International Music Festival, and its relationship with community pride and the quality of life of residents. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 15.
- Bossey, A. (2018). Industry perceptions of potential digital futures for live performance in the staging and consumption of music festivals. In *The Routledge Handbook of Festivals*.
- Boyle, S., Reaiche, C., Abdullah, A., ve Murad, W. (2016). Predicting International Visitors' Interest in Hong Kong Arts Festival. *Event Management*, 20, 593-605.
- Brown, A., ve Sharpley, R. (2019). Understanding festival-goers and their experience at UK Music Festivals. *Event Management*, 23, 699-720.
- Calvo-Soraluze, J., ve Blanco, A. V. (2014). Stimulating attendees' leisure experience at music festivals: Innovative strategies and managerial processes. *Global Journal of Management and Business Research*, 14(2), 2-17.
- Codina, N., ve Pestana, J. V. (2019). Time matters differently in leisure experience for men and women: Leisure dedication and time perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(14), 2513.
- Culha, O. (2020). The effect of food festival quality on place attachment and destination recommendation intention through festival experience and festival satisfaction: The case of the Didim International Olive Festival. In *Journal of Convention ve Event Tourism*, 21(5), 387-416. Routledge.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education, Upper Saddle River, New Jersey.

- Holbrook, M. B., ve Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Hsu, F. C., Agyeiwaah, E., Lynn, I., ve Chen, L. (2021). Examining food festival attendees' existential authenticity and experiential value on affective factors and loyalty: An application of stimulus-organism-response paradigm. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 264-274.
- Hudson, S., ve Hudson, R. (2013). Engaging with consumers using social media: a case study of music festivals. *International Journal of Event and Festival Management*, 4(3), 206-223.
- Iso-Ahola, S. E., Allen, J. R., ve Buttimer, K. J. (1982). Experience-related factors as determinants of leisure satisfaction. *Scandinavian Journal of Psychology*, 23(1), 141-146.
- Iwasaki, Y. (2007). Leisure and quality of life in an international and multicultural context: What are major pathways linking leisure to quality of life? *Social Indicators Research*, 82, 233-264.
- Kleiber, D. (2020). Toward an applied social psychology of leisure. *Journal of Leisure Research*, 51, 618-625.
- Komşu, M. S., ve Akboz, A. (2019). İnternet alışverişlerinde tüketici davranışları: Rasyonel ve irrasyonel davranış. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 15-30.
- Lapa, T.Y. (2013). Life satisfaction, leisure satisfaction and perceived freedom of park recreation participants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 93, 1985-1993.
- LaSalle, D., ve Britton, T. A. (2003). *Priceless: Turning ordinary products into extraordinary experiences*.
- Lee, C. T., Yang, S. C., ve Lo, H. Y. (2008). Customer satisfaction and customer characteristic in festival activity: A case of 2006 Kenting Wind Chime Festival. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(3), 234-249.
- Manthiou, A., Lee, S., Tang, L., ve Chiang, L. (2014). The experience economy approach to festival marketing: Vivid memory and attendee loyalty. *Journal of Services Marketing*, 28(1), 22-35.
- Morgan, M. (2007). 'We're not the Barmy Army!': Reflections on the sports tourist experience. *International Journal of Tourism Research*, 9(5), 361-372.
- Moss, J., Whalley, P., ve Elsmore, I. (2020). Phenomenological psychology ve descriptive experience sampling: A new approach to exploring music festival experience. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12, 382-400.
- Pissoort, V., ve Saayman, M. (2007). Market segmentation of visitors at three selected arts festivals in South Africa. *Acta commercii*, 7(1), 255-268.
- Sangmu, L. (2016). *The Shoton festival in Tibet: local perceptions of impacts* (Doctoral dissertation, Auckland University of Technology).
- Stebbins, R. (2005). Choice and experiential definitions of leisure. *Leisure Sciences*, 27, 349-352.

- Stebbins, R. (2017). Leisure and the positive psychological states. *The Journal of Positive Psychology*, 13, 17-8.
- Tokatlı, C., Başarangil, İ., ve Metin, T. C. (2020). Yerel Halkın Festival Etkilerine Yönelik Algılarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*.
- Unger, L. (1984). The effect of situational variables on the subjective leisure experience. *Leisure Sciences*, 6, 291-312.
- Unger, L. S., ve Kernan, J. B. (1983). On the meaning of leisure: An investigation of some determinants of the subjective experience. *Journal of Consumer Research*, 9(4), 381-392.
- Wang, Y. (2015). *Assessing the sociocultural impact of special events in the context of Germanfest in Nebraska, USA* (Master dissertation). Campus Repository. (Publication No. 60)
- Yin, Z., ve Yang, D. (2022). Study on the Relationship between Leisure Participation, Value, and Mood Regulation of Festival Participation. *International Journal of Neuropsychopharmacology*, 25, A107-A107.
- Yuan, Y. H. E., ve Wu, C. K. (2008). Relationships among experiential marketing, experiential value, and customer satisfaction. *Journal of Hospitality ve Tourism Research*, 32(3), 387-410.
- Yürük, P. (2015). *Etkinlik pazarlamasında sosyal etki algılamasının etkinliğe katılım, tatmin ve sadakat üzerine etkisi: Kırkpınar festivali örneği* (Yayınlanmış Doktora Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.
- Zyl, C., ve Queiros, D. (2009). Situational inhibitors preventing attendance at three selected arts festivals in South Africa. *South African Theatre Journal*, 23, 23-52.