

**Festival Algısı, Festival Deneyimi ve Davranışsal Niyetler: III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali Örneği**

Gizem Çorman<sup>1\*\*</sup> 

<sup>1</sup> Nişantaşı Üniversitesi, , Sanat ve Tasarım Fakültesi, İstanbul, Türkiye, [gizem.corman@nisantasi.edu.tr](mailto:gizem.corman@nisantasi.edu.tr) , ORCID: 0000-0001-6834-2371

Öz

Festivaller, buldukları şehirlerin ekonomik, sosyal ve kültürel dokusuna değer katarken, destinasyonların marka kimliğini güçlendiren önemli turizm unsurları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda festival turizmi, sadece ziyaretçilerin eğlence ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyonların tanıtımını yaparak sürdürülebilir turizm hedeflerine katkı sağlamaktadır. Bu araştırma, festival algısı ve festival deneyiminin festival katılımcılarının davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Şanlıurfa'da düzenlenen III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali kapsamında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri anket tekniği ile 24-27 Ekim 2024 tarihleri arasında 263 festival katılımcısından yüz yüze ve çevrim içi formlar aracılığıyla toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 26 paket programında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular festival algısı ve deneyiminin katılımcıların davranışsal niyetleri üzerinde olumlu yönde anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bulgular, festival algısının pozitif bir festival deneyimi yarattığını ve bunun da destinasyonun uzun vadeli turistik çekiciliği için kritik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca yapılan aracılık testi sonucu, festival deneyiminin festival algısı ile davranışsal niyet arasındaki ilişkiye tam aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Festival Algısı, Festival Deneyimi, Davranışsal Niyetler, Festival Turizmi, Göbeklitepe Film Festivali

**Festival Perception, Festival Experience and Behavioral Intentions: The Case of the III. International Göbeklitepe Film Festival**

Abstract

Festivals are among the important tourism elements that strengthen the brand identity of destinations while adding value to the economic, social and cultural fabric of the cities they are located in. In this context, festival tourism not only meets the entertainment and cultural needs of visitors but also contributes to sustainable tourism goals by promoting destinations. This study aims to determine the effect of festival perception and festival experience on the behavioral intentions of festival participants. The study was carried out within the scope of the III International Göbeklitepe Film Festival held in Şanlıurfa. The data of the study were collected from 263 festival participants through face-to-face and online survey forms between October 24 and 27, 2024, using the questionnaire technique. The collected data were analyzed in the SPSS 26 package program. The findings revealed that festival perception and experience had a positive and significant effect on participants' behavioral intentions. Findings show that festival perception creates a positive festival experience, which is of critical importance for the long-term tourist attraction of the destination. Moreover, the mediation test result shows that festival experience plays a full mediating role in the relationship between festival perception and behavioral intention.

**Keywords:** Festival Perception, Festival Experience, Behavioral Intentions, Festival Tourism, Göbeklitepe Film Festival

önerilen atf/cite this article as

Çorman, G. (2025). Festival Algısı, Festival Deneyimi ve Davranışsal Niyetler: III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 508-534.

\*\*Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: [gizem.corman@nisantasi.edu.tr](mailto:gizem.corman@nisantasi.edu.tr)

Araştırma Makalesi

Cilt 9, Sayı 2, 2025  
ss. 508-534

Gönderim : 25.12.2025  
1. Düzeltme: 08.04.2025  
Kabul Tarihi: 21.05.2025

Research Article

Vol 9, No 2, 2025  
pp. 508-534

Received : 25.12.2025  
Revision1: 08.04.2025  
Accepted: 21.05.2025

## GİRİŞ

Tüm toplumların, uzun yıllardır devam eden kendilerine özgü, belirli dönem ve belirli yerlerde düzenlediği şenlik, karnaval ve festivaller gibi özel kutlama etkinlikleri vardır. Bu etkinlikler, ziyaretçilere sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik anlamda unutulmaz deneyimleri yaşama imkânı sağlamaktadır (Akoğlan Kozak & Bahçe, 2012). Etkinlikler kapsamında ele alınan festivaller ise topluluğa has kültür ve yaratıcılığın sergilendiği vitrin olarak kabul edilmekte (UNESCO, 2015) ve turist çekmek amacıyla ekonomik kalkınma stratejilerinin temel taşı niteliğinde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda yerel ve ulusal düzeyde düzenlenen festivaller turizm destinasyonlarında önemli bir gelir kaynağı olarak görülmektedir (Song, Xing & Chathoth, 2015). Destinasyon çekiciliğini ve farkındalığını artıran festivaller aracılığıyla, turizmin çeşitlendirilmesi sağlanabilmekte; böylece turizmin mevsimsellikten kaynaklanan sezon kısalığı sorunu azaltılmakta ve turistik talebin ülke genelinde daha dengeli dağılması mümkün olabilmektedir. Festivaller, destinasyonların turistik çekiciliğini artırarak bölgenin tanıtımına ve ekonomik gelişimine katkı sağlayan önemli etkinliklerdir. Bu organizasyonlar, destinasyonun altyapı ve üstyapısının iyileştirilmesine öncülük etmekte, medya aracılığıyla bölgenin tanınırlığını artırmakta ve destinasyon markalaşması süreçlerine destek olmaktadır. Ayrıca etkin bir pazarlama aracı olarak, belirlenen turizm hedeflerine ulaşılmasında stratejik bir rol üstlenmektedir (Karagöz, 2006; Özgürel, Alkan & Ok, 2018).

Turizm yönetimi perspektifinde festivaller, ziyaretçi deneyimlerini zenginleştiren ve destinasyonların otantik kültürel değerini artıran önemli turizm kaynaklarıdır. Festival yönetiminde turistler yörenin ekonomik kazanımlarına katkıda bulunmakta ve organizasyonun profesyonel hale gelmesini sağlamaktadır (Liu, Lin, Wang & Chen, 2019). Her bir festival, belirli bir temayı veya kültürel unsuru vurgulayarak o toplumun veya bölgenin kimliğini kutlamakta ve bu temalar etrafında çeşitli etkinlik, gösteri ve sergiler sunmaktadır.

Bu araştırmada tarihi ve kültürel değerlere sahip, yaklaşık 12.000 yıllık tarihi ile Göbeklitepe Arkeolojik Alanı 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine alınmış ve 2019 yılı Göbeklitepe Yılı olarak ilan edilmiş olması nedeniyle çalışma alanı olarak Şanlıurfa ili tercih edilmiştir. Peygamberler şehri olarak anılan Şanlıurfa sahip olduğu kültürel ve tarihi değerleri ile son yıllarda yerli ve yabancı turist hareketliliğini arttırmıştır. Düzenlenen etkinlik ve festivaller ile Şanlıurfa önemli ölçüde arz kapasitesine sahiptir. Bu etkinlik ve festivallere; Uluslararası Şanlıurfa Kültür ve Turizm Buluşmaları, Moda ve Alışveriş Festivali, Geleneksel Buğday Şenliği, Ovacık Bağ Bozumu ve Şire Festivali, Birecik Kelaynak ve Balcan Festivali, Geleneksel Takoran Doğa ve Kültür Festivali, Geleneksel Suruç Atı ve Narı Festivali ve Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali örnek olarak sayılabilir.

Bu araştırmada Şanlıurfa'da düzenlenen III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali'nde katılımcıların festival algısı ve festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Konuya ilişkin katılımcıların festival algı ve deneyimlerine yönelik çalışmaların sınırlı olması araştırmanın yapılmasında

etkili olmuştur. Dolayısıyla yapılan bu araştırma ile hem ilgili alanyazına teorik hem de Şanlıurfa ilinin festival turizmine uygulamada katkı sağlaması önem arz etmektedir.

### Kavramsal Çerçeve

Festival kelimesi şenlik ve halk eğlencesi anlamına gelen Latince “festum” kelimesinden türemektedir (Falassi, 1987). Festivallerin tarihi uygarlık tarihine kadar uzanmaktadır. İlkel kabileler bile önemli sosyal olayları (dini veya seküler) günümüz şenliklerinin ilk biçimleri olan oyunlar ve ziyafetler düzenleyerek kutlamışlardır (Durkheim, 1957). Buna örnek olarak Eski Yunanlılar, dini kutlamalar, bayramlar ve tiyatro gösterilerinden oluşan, tanrı Dionysos'a adanan bir bayram olan Dionysia'yı düzenlemiştir. Roma İmparatorluğunda Yunan Tanrısı Dionysos ile ilişkilendirilen Bacchanalia festivalleri, Tanrı Satürn'e adanan Saturnalia festivalleri ve Tanrı Lupercua'a adanan Luperciala festivalleri kutlanmıştır (Oğlakçıoğlu, 2023). 18. ve 19. yüzyıl yeni festival biçimlerinin ortaya çıktığı bir dönem olarak kabul edilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra özellikle 1950'li yıllarda Cannes Uluslararası Film Festivali, Berlin Uluslararası Film Festivali, Woodstock veya Edinburgh Festivali gibi pek çok yeni festival hayata geçirilmiştir (Cudny, 2014).

1990'ların ortalarından itibaren etkinlikler ve festivaller, buldukları topluluklara veya bölgelere sağladıkları ek ekonomik katkılar nedeniyle turist çekme potansiyelleri açısından önemli bir odak noktası haline gelmiştir. Ancak günümüzde insanların doğal karşıladığı pek çok etkinlik yüzlerce yıldır gerçekleşmektedir. Bunlara fuarlar, festivaller, spor etkinlikleri, sergiler ve diğer kamusal kutlama biçimleri dahildir (Gelder & Robinson, 2011). Festivaller ile sınırlı bir zaman dilimi içinde belirli bir tema etrafında bir dizi etkinliğe yoğunlaşarak turistlerin ilgisini çekebilecek önemli bir deneyim kitlesi yaratılmaktadır (Ma & Lew, 2012). Festivaller, geleneksel olarak bir topluluğun dini, tarihi, ulusal ve etnik konularda kutlamalar yapmak amacıyla düzenlediği, belirli aralıklarla gerçekleştirilen etkinliklerdir (Getz & Page, 2016). Laing & Mair'e göre (2015) festivaller, kaçış yaratma ve ritüelleri toplu olarak deneyimleme fırsatı sunan mevsimlik bir kültür ekonomisi olarak yorumlanmaktadır. Van Vliet (2012) festivalleri “*nispeten büyük bir kalabalığın belirli bir kamusal alanda belirli bir süre boyunca toplanması, bu süre zarfında ziyaretçilere dönüşüm ve oyun öğeleri de dahil olmak üzere benzersiz bir deneyimin sunulması, ziyaretçilerin günlük yaşamlarından farklı davranmalarına ve hissetmelerine olanak tanınması*” şeklinde tanımlamaktadır. Alanyazında yer alan tanımlardan hareketle festivalleri, topluluğun kültürel mirasını, değerlerini ve kimliğini yansıtan, bir destinasyona özgü imge ile yıllar içerisinde gelenekselleşen, belirli bir amaç ve isimle organize edilen kutlamalar şeklinde tanımlamak mümkündür.

Destinasyonlarda düzenlenen festivallere olan talebin artması ve festivallerin yoğunlaşması ile “festival turizmi” turizm çeşitlerine alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Quinn, 2006). Turizm sektörünün çeşitlenmesinde önemli rol oynayan festivaller, birçok kentte unutulmaya yüz tutmuş değerlerin yeniden hayat bulması ve gelecek nesillere aktarılmasına imkân sunmaktadır (Çakır, 2009). Farklı ilgi alanları ve kültürel

unsurları kutlamak için düzenlenen festivaller: sanat, el işi, etnik veya yerel kültür, alışveriş, dini ayinler, tarihsel açıdan önemli olaylar, müzik, film, yemek, şarap ya da tarım ürünleri gibi çeşitli temalara dayanabilmektedir (Ekin, 2011; Özdemir & Çulha, 2009; Yıldız & Polat, 2016; Zavalsız & Öztürk, 2020). Bu temalar ile düzenlenen ulusal veya uluslararası festivaller, destinasyon için önemli turizm tanıtım aracı olarak değerlendirilmektedir. Bunun nedeni ise festivallerin yerel turizme olan talebi arttırması, başarı ile düzenlenen festivallerin bir destinasyonun imajını yeniden yaratmaya yardımcı olabilmesi ve turizm sezonunun uzatılması şeklinde ifade edilmektedir (Felsenstein & Fleischer, 2003).

Bir destinasyonu ziyaret etmek veya bir festivale katılmak gibi turizm olguları doğası gereği deneyimseldir (Quan & Wang, 2004). Dolayısıyla festivallerin sosyo-kültürel anlamda yerli ve yabancı turistlere destinasyona özgü kültürel ortamı deneyimleme, yerel halkla tanışma ve otantik bir etkinliğe katılma fırsatı sağladığı düşünülmektedir (Getz, 1989). Buradan hareketle, festivali organize edenlerin her yıl festivale ziyaretçi çekebilmeleri için unutulmaz deneyimler tasarlayarak, festivalin hangi yönlerinin ziyaretçinin olumlu deneyimi, memnuniyet düzeyi ve geri dönme niyeti üzerinde en fazla etkiye sahip olduğunu anlaması gerekmektedir. Festivalden edinilen olumlu deneyim ile festival katılımcılarının tekrar eden ziyaretçiler haline gelebileceği, ağızdan ağıza reklam etkisi ile yeni ziyaretçileri doğurup turizm gelirlerinde artışa sebep olabileceği söylenebilir (Cole & Chancellor, 2009).

Cole & Chancellor'ın (2009) çalışması, şehir merkezinde düzenlenen bir festivalin belirli özelliklerinin (programlar, olanaklar ve eğlence kalitesi) ziyaretçilerin genel deneyimlerine, memnuniyet düzeylerine ve tekrar ziyaret etme niyetlerine olan etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, festival özellikleri, deneyim kalitesi, genel memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Sonuçlar, festivalin eğlence kalitesinin ziyaretçilerin genel deneyimi, memnuniyeti ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Araştırmaya konu olan üç festival özelliği kategorisinin tamamı, ziyaretçilerin genel deneyimlerini doğrudan etkilerken, yalnızca eğlence kalitesi faktörünün ziyaretçi memnuniyetine ve tekrar ziyaret niyetine doğrudan katkıda bulunduğu belirlenmiştir.

Özdemir & Çulha (2009) yaptıkları çalışmada, festival ziyaretçilerinin memnuniyet ve sadakat düzeylerini etkileyen unsurları incelemişlerdir. Araştırma, Türkiye'nin Efes kentinde düzenlenen Uluslararası Deve Güreşi Festivali sırasında yürütülmüş ve etkinlik performansına ilişkin çeşitli faktörlerin ziyaretçi memnuniyetiyle nasıl ilişkili olduğu çok değişkenli analizle değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, festival alanının doğrudan; hediyelik eşyalar, yiyecek hizmetleri, kolaylıklar ve personel özellikleri gibi unsurların ise dolaylı olarak ziyaretçi memnuniyeti ve sadakatine olumlu etkide bulunduğu belirlenmiştir. Etkinliklerin planlanmasında bu unsurların dikkate alınmasının önemi vurgulanmıştır.

Park, Oh & Lee (2010) yaptıkları çalışmada, film festivali ziyaretçilerinin deneyimleri, memnuniyetleri ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkileri incelemiş; özellikle kaçış

deneyiminin ve ziyaretçi memnuniyetinin, diğer deneyimsel boyutların davranışsal niyet üzerindeki etkilerinde nasıl aracılık rolü üstlendiğine odaklanmışlardır. Çalışma bulguları, önerilen teorik ilişkileri ve deneyim ekonomisine dayalı ölçeklerin festival yönetimi bağlamında uygulanabilirliğini desteklemekte; ayrıca ziyaretçilerin festival performansına ilişkin algıları ile gelecekteki film festivali katılımına yönelik davranışsal niyetleri arasında kaçış deneyiminin anlamlı bir aracılık rolü oynadığını ortaya koymaktadır.

Polat, Polat & Halis'in (2013) tarafından Safranbolu Altın Safran Belgesel Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen çalışmada, araştırmaya katılan yerel halkın festivalin özellikle turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel boyutlardaki olumlu etkilerini daha güçlü bir biçimde algıladığı ortaya konmuştur. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, festivalin bölgedeki yatırımları artırdığı, yeni iş olanakları yarattığı ve geleneksel ürünlerin üretimini teşvik ederek yerel ekonomiye katkı sağladığı belirlenmiştir. Ayrıca festivalin kültürel gelişimi desteklediği, yerel halkın turistik çekiciliklere erişimini kolaylaştırdığı ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunduğu ortaya konmuştur. Bunun yanı sıra, çevresel duyarlılığı artırdığı, çevre kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağladığı, doğal çevrenin korunması konusunda farkındalık oluşturduğu ve tarihi yapıların ile kültürel simgelerin korunmasını teşvik ettiği tespit edilmiştir.

Alan & Kızılcıoğlu'nun (2020) gerçekleştirdiği çalışmada, 24. Uluslararası Adana Film Festivali ile 54. Antalya Uluslararası Altın Portakal Film Festivali'ni ziyaret eden katılımcıların, festivallere ilişkin algıları ve bu deneyimlerinden duydukları memnuniyet düzeyleri incelenmiştir. Yapılan CHAID analizi, festival memnuniyeti üzerinde en etkili faktörlerin, katılımcıların bireysel ve kentsel yarar algıları olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmanın bir diğer bulgusu ise her iki festivalde de katılımcıların festival algısına bağlı memnuniyet düzeylerinin farklılık göstermesidir. Özellikle Adana Film Festivali'nde sosyal ve kültürel yararlar ile bireysel ve kentsel yararlar, katılımcıların memnuniyetini artıran önemli faktörler olarak öne çıkarken; Antalya Film Festivali'nde ise yalnızca bireysel ve kentsel yararların daha etkili olduğu gözlemlenmiştir.

Zavalsız & Öztürk (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Safranbolu'da her yıl düzenlenen Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyo-kültürel etkileri değerlendirilmiştir. Çalışma, festivalin turizme, Safranbolu'nun gelişimine ve tanınırlığına olan katkılarının yanı sıra, yaşam tarzı, gelenekler ve yerel değerler üzerindeki etkilerini de kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Araştırma bulguları, festivalin genel olarak yerel halk üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte katılımcıların görüşlerine göre festivalin etkinlik çeşitliliği bakımından yeterli olmadığı ve daha çok konser odaklı bir organizasyon olarak algılandığı belirtilmiştir.

## Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali

Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali, Şanlıurfa'da düzenlenen ilk uluslararası film festivali olma özelliğini taşımaktadır. Festival, ulusal ve uluslararası sinemacıları ve sinema tutkunlarını "tarihin sıfır noktası" olarak kabul edilen bu tarihi bölgede buluşturmayı hedeflemektedir. Bu organizasyon, kentin kültürel zenginliklerine ve gelişimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. I. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivalinin ilki 12-13 Kasım 2022 tarihinde Vali Kemalettin Gazezoğlu Kültür Merkezi-Reji Kilisesinde düzenlenmiştir. 23-26 Kasım 2023 tarihinde Necmettin Cevheri Kültür Merkezi'nde II. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali düzenlenmiştir. III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali ise 24-27 Ekim 2024 tarihinde Vali Kemalettin Gazezoğlu Kültür Merkezi-Reji Kilisesinde gerçekleşmiştir. Festivalin teması Kültürel Miras'tır. Tarih ve sanatın bir araya geldiği Göbeklitepe Uluslararası Film Festivali, her yıl Şanlıurfa'nın simgesel yapılarından birini afiş tasarımlarında tema olarak kullanmaktadır. III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivalinin simgesi Balıklıgöl Heykeli olarak da bilinen Urfa Adamıdır (Göbeklitepe Kültür Sanat Derneği, 2024). Festival ekibi, sosyal sorumluluk bilinci çerçevesinde, finale kalan ve ödül kazanan filmlerin Şanlıurfa'daki okullarda gösterimini gerçekleştirerek çocukları sinema sanatıyla tanıştırmayı amaçlamaktadır (Doğan, 2022).

## YÖNTEM

Bu araştırmada 2022 yılından itibaren her yıl düzenlenen III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali'ne katılan katılımcıların festival algı ve festival deneyimlerinin davranışsal niyetler üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmaktadır. Araştırmada, alanyazın taraması sonucunda geçerlik ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler kullanılarak nicel araştırmalarda sıklıkla kullanılan veri toplama tekniği olarak anket tekniği tercih edilmiştir (Ural & Kılıç, 2013). Araştırmada kullanılan anket formu katılımcıların demografik özellikleri ve değişkenlere ilişkin ölçek ifadeleri olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmada, festivale katılan katılımcıların festival algılarını ölçmek amacıyla, Yıldırım, Karaca & Çakıcı (2016) tarafından geliştirilen 22 maddelik ölçek ile bu ölçeği film festivali bağlamına uyarlayan Alan & Kızılcıoğlu'nun (2020) geliştirdiği ölçek temel alınmıştır. Katılımcıların festival deneyimlerini ölçmek amacıyla Park vd., (2010) tarafından kullanılan ölçekten faydalanılmıştır. Katılımcıların davranışsal niyetlerini ölçmek amacıyla Sthapit, Del Chiappa, Coudounaris & Björk (2020) tarafından kullanılan ölçek ifadelerinden yararlanılmıştır. Araştırmada, katılımcıların festival algısı, festival deneyimi ve davranışsal niyetlerine ilişkin algıları ölçebilmek için Likert tipi bir derecelendirme ölçeği kullanılmıştır.

Araştırmanın belirli bir zaman diliminde ve tek bir festival kapsamında gerçekleştirilmiş olması, çalışmanın önemli sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Veriler yalnızca 24-27 Ekim 2024 tarihleri arasında düzenlenen bir film festivali süresince toplanmıştır. Bu nedenle katılımcıların algı, deneyim ve davranışsal niyetleri, söz konusu festivalin koşulları ile sınırlıdır. Ayrıca araştırma, tek bir

mekânda gerçekleştirilen bir festivalle sınırlı tutulduğundan, farklı bölgelerde ya da farklı temalarda düzenlenen film festivallerinde katılımcıların gösterebileceği tutum ve davranışlar bu çalışma kapsamında değerlendirilememiştir.

Festival alanı Şanlıurfa il merkezinde yer alan Reji Kilisesi olarak bilinen Vali Kemalettin Gazezoğlu Kültür Merkezi'nde düzenlenmiştir. Reji Kilisesi 220 kişilik bir kapasiteye sahiptir (Doğan, 2022). Festival ücretsiz olduğundan ve istatistiği tutulmadığından dolayı katılımcı sayısı bilinmemektedir. Bu nedenle araştırmada evrenden seçilecek örneklem sayısı için alanın taşıyabileceği kapasite sayısı baz alınmıştır. Araştırma 24-27 Ekim 2024 tarihinde Şanlıurfa'da düzenlenen III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali'ne katılım sağlayan bireyler ile yürütülmüştür. Katılımcılar, kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup, anket formunu doldurmaya gönüllü olan bireylerle yüz yüze ve çevrim içi olmak üzere iki farklı yöntemle veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. Toplam 298 adet veri elde edilmiştir. Eksik ve hatalı doldurulan 35 anket formu veri setinden çıkarılmış ve 263 veri analiz edilmiştir.

Verilerin analiz sürecinde, katılımcılardan elde edilen anket formları, nicel veri analizine olanak sağlayan SPSS 26 paket programı aracılığıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada hipotezlerin test edilmesi doğrultusunda, verilerin betimsel analizleri yapılmış ve ölçeklerin geçerlik ve güvenilirliğini test etmek amacıyla güvenilirlik testi ile normallik testleri uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliğini değerlendirebilmek amacıyla açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri ve etki düzeylerini inceleyebilmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir.

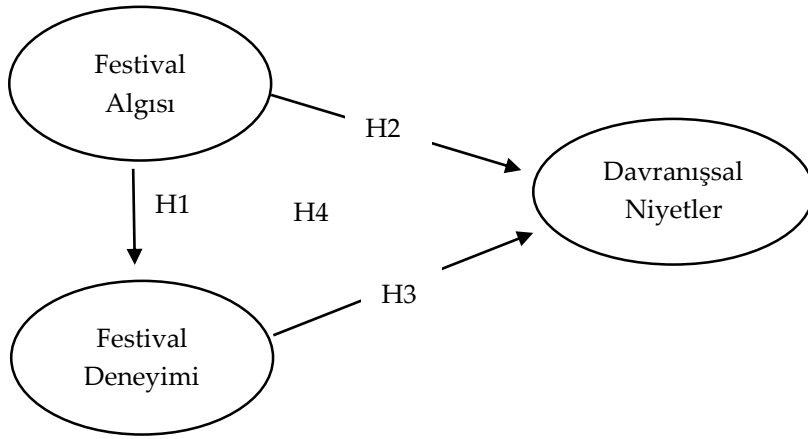
### **Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri**

Bu araştırmada değişkenler arasındaki ilişki ve etkiyi belirlemek amaçlandığından araştırma modellerinden olan ilişkiisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu modelde, değişkenlerin birbiriyle bağlantılı olarak değişip değişmediği ve eğer değişim mevcutsa bunun hangi yönde gerçekleştiği analiz edilmektedir (Karasar, 2011).

Festivallerin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri üzerine yapılan çalışmalar, katılımcıların algılarının, deneyimleriyle paralel olarak şekillendiğini göstermektedir. Festivaller, bireylerin sosyal bağlarını güçlendiren, kültürel farkındalıklarını artıran ve bireysel memnuniyetlerini etkileyen etkinliklerdir (Getz, 2008). Eşitlik teorisine göre, festival katılımcıları etkinlikleri deneyimledikten sonra elde ettikleri faydalar ile yaptıkları fedakarlıkları karşılaştırmaktadır. Katılımcı memnuniyeti, bu faydalar ile maliyetler arasındaki dengenin sağlanmasına bağlıdır (Oliver & Swan, 1989). Schmitt (1999) festivaller sırasında yaşanan duygusal ve duygusal deneyimlerin, algının şekillenmesinde önemli bir role sahip olduğunu, özellikle festival atmosferi, mekan düzenlemeleri ve etkinlik programlarının kalitesinin, katılımcıların genel deneyimini ve algısını olumlu yönde etkilediğini ifade etmiştir. Benzer şekilde Pine & Gilmore (1999) olumlu deneyimlerin bireylerin algılarını olumlu yönde etkilediğini ve bu durumda festivale katılımın bağlılığını arttırdığını vurgulamıştır. Özellikle eğlence, eğitici içerik ve sosyal etkileşim fırsatları sunan festivallerin, bu pozitif ilişkiyi

güçlendirdiğini ileri sürmüştür. Lee, Lee & Choi (2011) katılımcıların festivali olumlu algıladıklarında ve tatmin edici bir deneyim yaşadıklarında, festivale tekrar katılma olasılıklarını artırdığını ifade etmiştir. Bu ilişkinin, festival algısı ve deneyiminin karşılıklı olarak birbirini güçlendirdiğini vurgulamıştır. Bu araştırmalardan hareketle oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır.

- H<sub>1</sub>: Katılımcıların festival algısının festival deneyimleri üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>2</sub>: Katılımcıların festival algısının davranışsal niyetler üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>3</sub>: Katılımcıların festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>4</sub>: Festival algısının davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde festival deneyiminin aracılık etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Kuramsal Modeli

## BULGULAR

Araştırmada elde edilen verilerden öncelikle katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımları analiz edilmiştir. Tablo 1’de festival katılımcılarının demografik özelliklerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Tablo 1’de yer alan verilere göre, III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali’ne katılanların demografik özelliklerine bakıldığında, katılımcıların %52,5’inin erkek, %47,5’inin ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük bir kısmı %77,6 oranında bekâr olup, yaş dağılımında en geniş grup %40,7 ile 26-35 yaş arası katılımcılardan oluşmaktadır. Bunu, %30,4 ile 18-25 yaş arasındaki katılımcılar takip etmektedir. Eğitim seviyesine bakıldığında, katılımcıların %61,6’sının lisans, %20,5’inin ise lisansüstü eğitim aldığı, dolayısıyla festivalin daha çok yükseköğretim mezunu kişiler tarafından tercih edildiği söylenebilir. Meslek dağılımına göre ise katılımcıların %36,1’i özel sektörde çalışırken, %27,8’i kamu sektöründe görevli, %20,5’i öğrenci ve %4,2’si emekli durumundadır. Bu sonuçlar, festivalin daha çok genç, eğitilmiş ve sosyal-kültürel etkinliklere ilgi duyan bir katılımcı kitlesi tarafından tercih edildiğini, aynı zamanda katılımcıların çeşitli meslek gruplarından geldiğini göstermektedir.

**Tablo 1.** Festival Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişken	Grup	N	%
Cinsiyet	Kadın	125	47,5
	Erkek	138	52,5
Medeni Durum	Evli	59	22,4
	Bekâr	204	77,6
Yaş	18-25	80	30,4
	26-35	107	40,7
	36-45	63	24,0
	46-55	5	1,8
	56-65	6	2,3
	66 ve üstü	2	0,8
	Eğitim	İlköğretim	1
Lise		14	5,3
Önlisans		32	12,2
Lisans		162	61,6
Lisansüstü		54	20,5
Meslek		Memur	73
	İşçi	27	10,3
	Özel Sektör Çalışanı	95	36,1
	Ev Hanımı	3	1,1
	Emekli	11	4,2
	Öğrenci	54	20,5
	Diğer	-	-

### Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Basıklık-Çarpıklık Analizi

Festival algısı, festival deneyimi ve davranışsal niyetler ölçeğine ilişkin ifadelerin aritmetik ortalamaları, standart sapmaları ve basıklık-çarpıklık değerlerine ilişkin bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. Tablo 2'ye bakıldığında, festival algısı ölçeğinin toplam aritmetik ortalaması 3,782, festival deneyimi ölçeğinin ortalaması 3,825 ve davranışsal niyetler ölçeğinin ortalaması ise 4,063 olarak belirlenmiştir. Festival katılımcılarının festival algısına ilişkin en yüksek katılım ortalamaları, "Festival yörenin imajını olumlu etkilemektedir." ifadesinde 4,148 ve "Festival yerel halkın sosyo-kültürel

*gelişimine katkı sağlamaktadır.”* ifadesinde 4,034 ile tespit edilmiştir. Festival deneyimi ile ilgili olarak ise *“Bu festivalde film yapımına dair birçok yeni şey öğrendim.”* ifadesine katılım ortalamasının 3,954 ile en yüksek olduğu görülmektedir. Tablo 2’de, her bir ifadenin yanı sıra bu ifadelerle ait basıklık ve çarpıklık değerleri de sunulmuştur. Yapılan analizde, bu değerlerin (+2/-2) aralığında yer aldığı ve dolayısıyla verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır (Vazsonyi, Pickering, Junger & Hessing, 2001).

Tablo 2. Festival Algısı, Festival Deneyimi ve Davranışsal Niyetler Ölçek İfadelerinin Aritmetik Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Basıklık-Çarpıklık Değerlerine İlişkin Bulgular

İfade	A.O	S.D	Basıklık	Çarpıklık
Festival Algısı	3,782	,660	1,541 ,299	-971 ,150
FA1 Festival yerel halk ile katılımcıların iletişim kurmasını sağlamaktadır.	4,015	0,992	1,173 ,299	-1,212 ,150
FA2 Festival ilin kültürünü yansıtmaktadır.	3,996	1,064	1,023 ,299	-1,197 ,150
FA3 Festival yörenin yaşam standartlarını yükseltmesine yardımcı olmaktadır.	3,958	1,092	,394 ,299	-,997 ,150
FA4 Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	3,847	1,066	,297 ,299	-,873 ,150
FA5 Festival yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır.	4,034	1,031	,546 ,299	-1,036 ,150
FA6 Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	3,771	1,162	,293 ,299	-1,013 ,150
FA7 Festival yerel halka sosyal etkileşim fırsatları sağlamaktadır.	3,988	,914	1,090 ,299	-1,004 ,150
FA8 Festivalde düzenlenen etkinlikler yeterli düzeydedir.	3,673	1,003	-,412 ,299	-,426 ,150
FA9 Festivalle ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir.	3,676	1,002	-,339 ,299	-,391 ,150
FA10 Festival kente gelen yerli turist sayısını arttırmaktadır.	3,722	1,186	-,194 ,299	-,747 ,150
FA11 Festival kente gelen yabancı turist sayısını arttırmaktadır.	3,631	1,089	-,198 ,299	-,723 ,150
FA12 Festival yörenin imajını olumlu etkilemektedir.	4,148	1,006	1,536 ,299	-1,321 ,150
FA13 Festival yörenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	3,920	,991	,503 ,299	-,882 ,150
FA14 Festival yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlar.	3,832	,970	,499 ,299	-,821 ,150
FA15 Festival şehir projelerine (altyapı, üstyapı vb.) ekonomik kaynak sağlamaktadır.	3,680	1,127	,258 ,299	-,810 ,150
FA16 Festival yerel işletmelerin iş hacmini arttırmaktadır.	3,520	1,083	,503 ,299	-1,025 ,150
FA17 Festival süresince daha çeşitli mal ve hizmetler kentte satışa sunulmaktadır.	3,581	1,011	-,753 ,299	-,270 ,150

FA18	Festival işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmektedir.	3,802	1,022	-,196	,299	-,611	,150
	Festival Deneyimi	3,825	,744	,518	,299	-,921	,150
FD1	Bu festival film yapımına dair bilgimi geliştirdi.	3,801	,963	-,462	,299	-,480	,150
FD2	Bu festivalde film yapımına dair birçok yeni şey öğrendim.	3,954	,832	-,309	,299	-,475	,150
FD3	Bu festival bende sinema hakkında daha fazla bilgi edinme isteği uyandırdı.	3,901	1,047	,862	,299	-1,086	,150
FD4	Bu festival iyi bir öğrenme deneyimi yaşattı.	3,828	1,065	,846	,299	-1,028	,150
FD5	Diğer ziyaretçilerin festivalden keyif almasını izlemekten keyif aldım.	3,878	1,037	,391	,299	-,849	,150
FD6	Bu festivalde birçok sunum ve etkinlikten keyif aldım.	3,726	1,139	-,216	,299	-,788	,150
FD7	Bu festivalin ziyaretçileri arasında olmaktan keyif aldım.	3,779	1,196	,463	,299	-1,102	,150
FD8	Festivalde başkalarıyla birlikte etkinliklere katılmaktan keyif aldım.	3,714	1,213	,301	,299	-1,040	,150
FD9	Festival ortamı uyum içinde iyi bir şekilde bir araya getirilmişti.	3,798	1,041	,249	,299	-,874	,150
FD10	Festivalin sahneleri ve ortamı güzel bir deneyim yaşattı.	3,847	,924	,783	,299	-,774	,150
FD11	Festival ortamı ayrıntılı ve titizdi.	3,874	1,024	1,446	,299	-1,271	,150
FD12	Festivalin yeri birçok açıdan ilgi çekiciydi.	3,939	1,130	,815	,299	-1,188	,150
FD13	Kendimi tamamen bu festivale kaptırılmışım.	3,912	1,009	,151	,299	-,743	,150
FD14	Bu festivalde kendimi bambaşka bir yerde ve zamanda hissettim.	3,714	1,025	-,165	,299	-,624	,150
FD15	Bu festivalde farklı bir insan olduğumu hayal edebiliyordum.	3,695	1,010	-,024	,299	-,724	,150
FD16	Bu festival bana farklı bir dünyada olduğumu hissettirdi.	3,832	,993	,363	,299	-,835	,150
	Davranışsal Niyetler	4,063	,886	,084	,299	-,861	,150
DN1	Gelecekte bu festivale tekrar katılacağım.	4,045	1,029	-,345	,299	-,812	,150
DN2	Çevremdekilere bu festival hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim.	4,167	,930	,199	,299	-,970	,150
DN3	Çevremdekileri bu festivale katılmaları için teşvik edeceğim.	3,988	,951	-,106	,299	-,728	,150
DN4	Bu festivali diğer kişilere önereceğim.	4,053	,906	-,183	,299	-,694	,150

### Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Katılımcıların festival algılarını yorumlayabilmek adına faktör analizi yapılmıştır. Festival algısı ölçeği 18 ifadeden oluşmaktadır. Yapılan faktör analizinde "Festival ilin kültürünü yansıtmaktadır (FA2), Festival yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine katkı sağlamaktadır (FA5), Festivalde düzenlenen etkinlikler yeterli düzeydedir (FA8), ve Festivalle

ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir (FA9)” ifadeleri binişik maddeler olduğundan veri setinden çıkarılmıştır. “Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır(FA4) Festival yörenin imajını olumlu etkilemektedir (FA12), Festival yörenin tanıtımına katkı sağlamaktadır (FA13) ve Festival şehir projelerine (altyapı, üstyapı vb.) ekonomik kaynak sağlamaktadır (FA15)” maddelerinin faktör yükleri 0,30’dan düşük çıktığından dolayı veri setinden çıkarılmıştır. Tablo 3’te festival algısı ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi bulguları yer almaktadır.

Tablo 3. Festival Algısı Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

İfadeler	Faktör			Ortak Faktör Değeri
	Sosyo-Kültürel Yararlar	Turistik Yararlar	Ekonomik Yararlar	
	$\alpha$ : ,818	$\alpha$ : ,766	$\alpha$ : ,723	
FA3 Festival yörenin yaşam standartlarını yükseltmesine yardımcı olmaktadır.	,849			,786
FA1 Festival yerel halk ile katılımcıların iletişim kurmasını sağlamaktadır.	,839			,766
FA14 Festival yerel halka becerilerini sergileme ve kazanç sağlama fırsatı sağlar.	,703			,580
FA6 Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	,665			,610
FA10 Festival kente gelen yerli turist sayısını arttırmaktadır.		,874		,711
FA11 Festival kente gelen yabancı turist sayısını arttırmaktadır.		,806		,730
FA7 Festival yerel halka sosyal etkileşim fırsatları sağlamaktadır		,666		,569
FA16 Festival yerel işletmelerin iş hacmini arttırmaktadır			,838	,786
FA18 Festival işletmeleri yeni aktiviteler oluşturma konusunda cesaretlendirmektedir.			,794	,676
FA17 Festival süresince daha çeşitli mal ve hizmetler kentte satışa sunulmaktadır.			,675	,498
Öz Değerler	2,611	2,140	2,020	
Açıklanan Varyanslar	%26,108	%21,400	%20,200	
Toplam Varyans		%67,708		
Toplam Cronbach’s Alfa		,827		
KMO		,754		
Bartlett Küresellik		$\chi^2=1030,231$ $df=45$ , $p<0,001$		

Tablo 3’te festival algısı (FA) ölçeğinin açımlayıcı faktör analizi ve güvenilirlik değerlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,754 olarak hesaplanmış, bu da verilerin faktör analizi için yeterince uygun olduğunu

göstermektedir.  $\chi^2=1030,231$  ve  $p<0,001$  faktör analizinin yapılabilir olduğunu ve değişkenler arasında anlamlılık olduğunu doğrulamaktadır. Faktörler toplamda ölçeğin %67,708'ini açıklamaktadır. Toplam ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,827 ile ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Alan & Kızılcaoğlu'nun (2020) çalışmalarında festival algısı ölçek ifadelerinin açımlayıcı faktör analizi sonucunda "sosyo-kültürel yararlar, turistik yararlar, bireysel yararlar, kentsel yararlar ve ekonomik yararlar" olmak üzere 20 ifade ile 5 boyutta toplanmıştır. Bu araştırmada ise Tablo 3'e göre festival algısı ölçeğine ait 10 ifadenin "sosyo-kültürel yararlar, turistik yararlar ve ekonomik yararlar" olmak üzere 3 boyut altında toplandığı görülmektedir.

Faktör analizi sonucunda 4 ifadeden oluşan sosyo-kültürel yararlar birinci boyutunun açıklanan varyansı %26,108, öz değeri 2,611 ve güvenilirlik katsayısı 0,818'dir. 3 ifadeden oluşan "turistik yararlar" ikinci boyutunun açıklanan varyansı %21,140, öz değeri 2,140 ve güvenilirlik katsayısı ise 0,766'dır. Son olarak 3 ifadeden oluşan "ekonomik yararlar" üçüncü boyutunun açıklanan varyansı %20,200, öz değeri 2,020 ve güvenilirlik katsayısı ise 0,723'tür. Dolayısıyla her bir faktör, ilişkili olduğu boyutla ilgili maddeleri güçlü bir şekilde temsil etmektedir. Ölçeğin hem genel hem de alt boyutlar bazında güvenilir olduğu ve faktör analiziyle elde edilen yapının geçerli olduğu sonucuna varılabilir.

Katılımcıların festival deneyimlerini yorumlayabilmek adına yapılan açımlayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Festival Deneyimi Ölçeğinin Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

İfadeler	Faktör				Ortak Faktör Değeri
	Keyif $\alpha$ :,907	Kaçış $\alpha$ :,880	Öğrenme $\alpha$ :,857	Estetik $\alpha$ :,830	
FD7 Bu festivalin ziyaretçileri arasında olmaktan keyif aldım.	,892				,875
FD8 Festivalde başkalarıyla birlikte etkinliklere katılmaktan keyif aldım.	,862				,851
FD6 Bu festivalde birçok sunum ve etkinlikten keyif aldım.	,772				,741
FD5 Diğer ziyaretçilerin festivalden keyif almasını izlemekten keyif aldım.	,693				,727
FD15 Bu festivalde farklı bir insan olduğumu hayal edebiliyordum.		,799			,824
FD14 Bu festivalde kendimi bambaşka bir yerde ve zamanda hissettim.		,786			,842
FD16 Bu festival bana farklı bir dünyada olduğumu hissettirdi.		,753			,809

FD13	Kendimi tamamen bu festivale kaptırmıştım.	,671	,	,690	
FD2	Bu festivalde film yapımına dair birçok yeni şey öğrendim.		,869	,788	
FD1	Bu festival film yapımına dair bilgimi geliştirdi.		,813	,755	
FD3	Bu festival bende sinema hakkında daha fazla bilgi edinme isteği uyandırdı.		,709	,761	
FD4	Bu festival iyi bir öğrenme deneyimi yaşattı.		,610	,686	
FD11	Festival ortamı ayrıntılı ve titizdi.		,743	,764	
FD10	Festivalin sahneleri ve ortamı güzel bir deneyim yaşattı.		,613	,707	
FD9	Festival ortamı uyum içinde iyi bir şekilde bir araya getirilmişti.		,606	,792	
FD12	Festivalin yeri birçok açıdan ilgi çekiciydi.		,590	,759	
Öz Değerler		3,838	3,289	3,023	2,223
Açıklanan Varyanslar		%23,985	%20,556	%18,892	%13,895
Toplam Varyans				%77,328	
Toplam Cronbach's Alfa				,935	
KMO				,886	
Bartlett Küresellik				$\chi^2=3380,532$	$df=120, p<0,001$

Katılımcıların festival deneyimlerini yorumlayabilmek adına yapılan açımlayıcı faktör analizine ilişkin bulgular Tablo 4'te yer almaktadır. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,886 olarak hesaplanmış, bu da verilerin faktör analizi için iyi olduğunu göstermektedir.  $\chi^2=3380,532$  ve  $p<0,001$  faktör analizinin yapılabilir olduğunu ve değişkenler arasında anlamlılık olduğunu doğrulamaktadır. Faktörler toplamda ölçeğin %77,328'ini açıklamaktadır. Toplam ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,935 ile ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Festival deneyimi ölçek ifadeleri orijinal ölçekteki gibi "keyif, kaçış, öğrenme ve estetik" olmak üzere 4 boyut altında toplanmıştır.

Her bir boyut 4 ifadeden oluşmaktadır. Faktör analizi sonucunda "keyif" birinci boyutunun açıklanan varyansı %23,985, öz değeri 3,838 ve güvenilirlik katsayısı 0,907; "kaçış" ikinci boyutunun açıklanan varyansı %20,556, öz değeri 3,289 ve güvenilirlik katsayısı ise 0,880'dir. Üçüncü boyut olan "ekonomik yararlar" açıklanan varyansı %18,892, öz değeri 3,023 ve güvenilirlik katsayısı ise 0,857 ve son olarak "estetik" boyutunun açıklanan varyansı %13,895, öz değeri 2,223 ve güvenilirlik katsayısı ise 0,830'dur. Her bir boyut, güçlü faktör yükleriyle temsil edilmiştir. Ölçeğin genel ve alt boyut güvenilirlikleri yüksek seviyededir. Buna ek olarak toplam varyansın

%77,328'ini açıklaması, bu dört faktör yapısının ölçüm için geçerli olduğunu desteklemektedir.

Tablo 5. Davranışsal Niyetler Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları

İfadeler	Faktör	Ortak Değeri	Faktör
DN2 Çevremdekilere bu festival hakkında olumlu şeyler söyleyeceğim.	,932	,869	
DN3 Çevremdekileri bu festivale katılmaları için teşvik edeceğim.	,931	,867	
DN4 Bu festivali diğer kişilere önereceğim.	,928	,860	
DN1 Gelecekte bu festivale tekrar katılacağım.	,927	,859	
Öz Değer	3,456		
Açıklanan Varyans	%86,393		
Toplam Cronbach's Alfa	,947		
KMO	,772		
Bartlett Küresellik	$\chi^2=1136,557$ , $df=6$ , $p<0,001$		

Tablo 5'te davranışsal niyetler ölçeğinin açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular yer almaktadır. Ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,947'dir. KMO örneklem yeterliliğinin 0,772 ile iyi düzeyde olduğu,  $\chi^2=1136,557$  ve  $p<0,001$  anlamlılık gösterdiği tespit edilmiştir. Davranışsal niyetler ölçeği, tek faktörlü bir yapıdan oluşmaktadır ve bu yapıdaki dört ifadeden elde edilen analiz sonuçlarına göre, varyansın %86,393'ü açıklanmaktadır. Tek faktörlü ölçeğin faktör öz değeri ise 3,456 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu söylenebilmektedir.

### Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmanın hipotezi kapsamında değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetinin belirlenmesine yönelik bu analizde, verilerin normal dağılım gösterdiği durumlarda Pearson korelasyon analizi tercih edilmiştir. Festival algısı ve boyutlarının korelasyon analizi bulgularına Tablo 6'da, festival deneyimi ve boyutlarının korelasyon analizi bulgularına Tablo 7'de, festival algısı ölçeğinin boyutları ve festival deneyimi ölçeğinin boyutları arasındaki korelasyon analizi bulgularına Tablo 8'de yer verilmektedir.

Tablo 6. Festival Algısı Ölçeği ve Boyutlarının Korelasyon Analizi Bulguları

	Festival Algısı	Sosyo-Kültürel Yararlar	Turistik Yararlar	Ekonomik Yararlar
Festival Algısı	1			
Sosyo-Kültürel Yararlar	0,838**	1		
Turistik Yararlar	0,764**	0,466**	1	
Ekonomik Yararlar	0,694**	0,360**	0,325**	1

\*\* $p<0,001$

Tablo 6’da yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre festival algısı ve alt boyutları arasındaki ilişkinin anlamlı ve olumlu yönde olduğu görülmektedir. Toplam festival algısı ve sosyo-kültürel yararlar ( $r=0,838^{**}$ ;  $p<0,001$ ), turistik yararlar ( $r=0,764^{**}$ ;  $p<0,001$ ) ve ekonomik yararlar ( $r=0,694^{**}$ ;  $p<0,001$ ) arasında istatistiksel açıdan yüksek düzeyde olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. İlâveten festival algısının tüm boyutları arasında istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. Festival Deneyimi Ölçeği ve Boyutlarının Korelasyon Analizi Bulguları

	Festival Deneyimi	Keyif	Kaçış	Öğrenme	Estetik
Festival Deneyimi	1				
Keyif	0,842**	1			
Kaçış	0,854**	0,617**	1		
Öğrenme	0,798**	0,511**	0,596**	1	
Estetik	0,864**	0,638**	0,666**	0,619**	1

\*\* $p<0,001$

Tablo 7’de yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre festival deneyimi ve alt boyutları arasındaki ilişkinin anlamlı ve olumlu yönde olduğu görülmektedir. Toplam festival deneyimi ve keyif ( $r=0,842^{**}$ ;  $p<0,001$ ), kaçış ( $r=0,854^{**}$ ;  $p<0,001$ ), öğrenme ( $r=0,798^{**}$ ;  $p<0,001$ ) ve estetik ( $r=0,864^{**}$ ;  $p<0,001$ ) arasında istatistiksel açıdan yüksek düzeyde olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. İlâveten festival deneyiminin tüm boyutları arasında istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8. Festival Algısı Ölçeğinin Boyutları ve Festival Deneyimi Ölçeğinin Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

	Festival Algısı	Sosyo-Kültürel Yararlar	Turistik Yararlar	Ekonomik Yararlar
Festival Deneyimi	0,587**	0,430**	0,484**	0,407**
Keyif	0,498**	0,319**	0,281**	0,585**
Kaçış	0,407**	0,325**	0,286**	0,329**
Öğrenme	0,494**	0,490**	0,520**	0,154**
Estetik	0,575**	0,372**	0,571**	0,408**

Tablo 8 incelendiğinde festival algısı ve festival deneyimi arasında olumlu yönde iyi düzeyde ve istatistiksel açıdan anlamlı ( $r=0,587^{**}$ ,  $p<0,001$ ) bir ilişki tespit edilmiştir. Festival algısı ve festival deneyimi boyutlarının birbirleri ile olan ilişkisi değerlendirildiğinde, boyutlar arasında olumlu yönde anlamlı bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Festival algısının festival deneyimi boyutlarından estetik ile ( $r=0,575^{**}$ ,  $p<0,001$ ) ile iyi düzeyde olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. Festival algısının ekonomik yararlar boyutu ile festival

deneyiminin boyutlarından olan öğrenme boyutu arasında düşük düzeyde olumlu yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir.

### Regresyon Analizi Sonuçları ve Hipotez Testleri

Regresyon analizi, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi ve bu değişkenler arasındaki etkileşimin istatistiksel olarak açıklanması amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2017). Araştırma hipotezlerinin test edilebilmesi adına gerçekleştirilecek olan regresyon analiz türünün belirlenebilmesi için doğrusal dağılım grafiği çıkarılmıştır. Bu doğrultuda saçılım grafiğindeki verilerin doğrusal (lineer) yönde olduğu gözlemlendiğinden dolayı değişkenler arasındaki etkinin belirlenebilmesi için basit regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 9. Festival Algısı ve Festival Deneyimi Arasındaki Regresyon Analizi

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Standart Hata
1	0,587 <sup>a</sup>	0,344	0,342	0,60399

Bağımsız Değişken: Festival Algısı

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik (df)	Derecesi Ortalama Kare	F-Değeri (F)	Anlamlılık (Sig.)
Regresyon	49,939	1	49,939	136,896	,000
Hata	95,213	261	,345		
Toplam	145,152	262			

Bağımlı Değişken: Festival Deneyimi

Bağımsız Değişken: Festival Algısı

Model 1	Standardize Edilmemiş Katsayı	Std. Hata	Standardize Edilmiş Katsayı	t	Sig.
	$\beta$		Beta		
Sabit	1,326	,217		6,114	,000
Festival Algısı	,661	,056	,587	11,700	,000

Bağımlı Değişken: Festival Deneyimi

Tablo 9'daki R<sup>2</sup> değerine göre festival algısının festival deneyimi üzerindeki değişimin %34,4'ünü açıklamaktadır. ANOVA testi analiz bulguları ise kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı ve güvenilir olduğunu belirtmektedir (F=136,896;p<0,001). Regresyon katsayıları dikkate alındığında, katılımcıların festival algısı yaklaşımları üzerindeki bir birimlik artışın festival deneyimini 0,587 düzeyinde artırdığı ortaya çıkmaktadır ( $\beta=0,587$ ). Bu bulgulardan hareketle "Katılımcıların festival algısının festival deneyimleri üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır." H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Festival Algısı ve Davranışsal Niyetler Arasındaki Regresyon Analizi

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Standart Hata
1	0,425 <sup>a</sup>	0,181	0,178	0,80430

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik (df)	Derecesi Ortalama Kare	F-Değeri (F)	Anlamlılık (Sig.)
Regresyon	37,279	1	37,2799	57,626	,000
Hata	168,842	261	,647		
Toplam	206,121	262			

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

Bağımsız Değişken: Festival Algısı

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı	Std. Hata	Standardize Edilmiş Katsayı	t	Sig.
	β		Beta		
1 Sabit	1,904	,289		6,594	,000
Festival Algısı	,571	,075	,425	7,591	,000

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

Tablo 10'daki R<sup>2</sup> değerine göre festival algısının davranışsal niyetler üzerindeki değişimin %18,1'ini açıklamaktadır. ANOVA testi analiz bulguları ise kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı ve güvenilir olduğunu belirtmektedir (F=57,626;p<0,001). Regresyon katsayıları dikkate alındığında, katılımcıların festival algısı yaklaşımları üzerindeki bir birimlik artışın davranışsal niyetler üzerinde 0,425 düzeyinde artırdığı ortaya çıkmaktadır (β=0,425). Bu bulgulardan hareketle "Katılımcıların festival algısının davranışsal niyetler üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır." H<sub>2</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11 incelendiğinde R<sup>2</sup> değerine göre festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki değişimin %45'ini açıkladığı görülmektedir. ANOVA testi analiz bulguları ise kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı ve güvenilir olduğunu belirtmektedir (F=213,774;p<0,001). Regresyon katsayıları dikkate alındığında, katılımcıların festival algısı yaklaşımları üzerindeki bir birimlik artışın davranışsal niyetler üzerinde 0,671 düzeyinde artırdığı ortaya çıkmaktadır (β=0,671). Bu bulgulardan hareketle "Katılımcıların festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır." H<sub>3</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. Festival Deneyimi ve Davranışsal Niyetler Arasındaki Regresyon Analizi

Model	R	R <sup>2</sup>	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	Standart Hata
1	0,671 <sup>a</sup>	0,450	0,448	0,65890

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik (df)	Derecesi Ortalama Kare	F-Değeri (F)	Anlamlılık (Sig.)
Regresyon	92,809	1	92,809	213,774	,000
Hata	113,312	261	,434		
Toplam	206,121	262			

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

Bağımsız Değişken: Festival Deneyimi

Model	Standardize Edilmemiş Katsayı		Standardize Edilmiş Katsayı	t	Sig.
	β	Std. Hata	Beta		
1 Sabit	1,005	,213		4,715	,000
Festival Deneyimi	,800	,055	,671	14,671	,000

Bağımlı Değişken: Davranışsal Niyetler

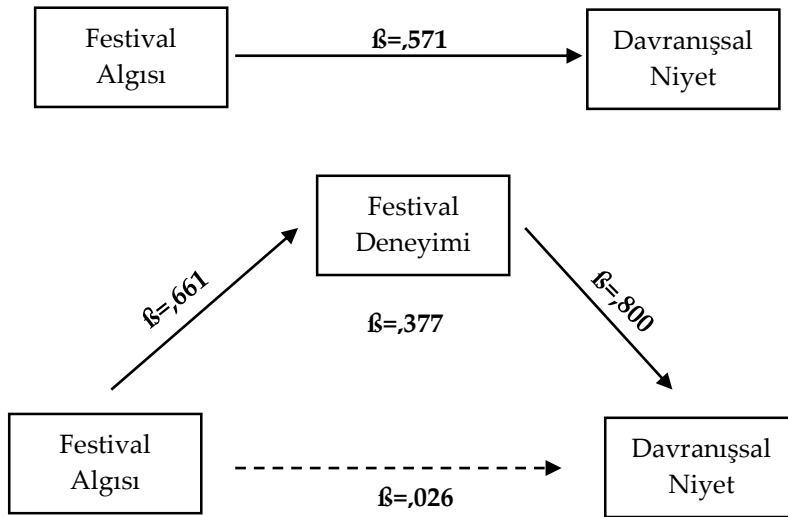
Festival algısının davranışsal niyet üzerindeki etkisinde, festival deneyiminin aracılık rolünü incelemek amacıyla, Andrew Hayes'in SPSS Process v4.2 eklentisi kullanılmıştır. Regresyon analizinde Hayes'in (2022) Model 4 çerçevesinde oluşturulan model temel alınmıştır. Bu modelde festival algısı bağımsız değişken, festival deneyimi aracı değişken ve davranışsal niyet bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır.

Tablo 12. Aracılık Etki Analiz Sonuçları

	Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etki (X-Y) (Andrew Hayes)						
	Etki	sh	t	p	LLCI	ULCI	c_cs
Toplam Etki	,228	,030	7,591	,000	,169	,288	,425
Doğrudan Etki	,026	,030	,852	,395	,288	,086	,048
Dolaylı Etki	Etki	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Festival Deneyimi	,202	,021	,163	,244			
Standardize Edilmiş Etki	Etki	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Festival Deneyimi	,377	,043	,296	,463			

x (Bağımlı Değişken): Festival Algısı, y (Bağımsız Değişken): Davranışsal Niyet

Tablo 12’de yapılan aracı değişken analizinde, festival algısının (x) davranışsal niyet (y) üzerindeki toplam, doğrudan ve dolaylı etkileri incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, festival algısı değişkeninin davranışsal niyet üzerindeki toplam etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $\beta = ,228$ ,  $p < ,001$ ) ve %95 güven aralığı sıfır değerini içermemektedir [LLCI = ,169, ULCI = ,288]. Ancak festival deneyimi aracı değişken olarak modele dâhil edildiğinde, festival algısının davranışsal niyet üzerindeki anlamlı olan doğrudan etkisinin anlamsızlaştığı görülmektedir ( $\beta = ,026$ ,  $p = ,395$ ). Bu sonuç da söz konusu ilişkinin büyük ölçüde dolaylı yollarla gerçekleştiğini göstermektedir. Bulgulara göre festival deneyimi aracılığıyla oluşan dolaylı etki anlamlı bulunmuş (Etki = ,202, BootLLCI = ,163, BootULCI = ,244) ve bu etkinin standardize edilmiş değeri de oldukça yüksek çıkmıştır ( $B = ,377$ , BootLLCI = ,296, BootULCI = ,463). Bu sonuçlar, festival deneyiminin festival algısı ve davranışsal niyet arasındaki ilişkide tam aracılık olduğunu ve festival algısının büyük ölçüde festival deneyimi üzerinden ortaya çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla “Festival algısının davranışsal niyet üzerindeki etkisinde festival deneyiminin aracılık etkisi vardır.”  $H_4$  hipotezi kabul edilmiştir.



\*\* Kesikli çizgi anlamsızlığı göstermektedir.

Şekil 2. Araştırmanın Nihai Sonucu

## SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Festivaller, turizmin önemli bir unsuru olarak, bir destinasyonun çekiciliğini artırmada ve yerel kültürün tanıtılmasında kilit bir rol oynamaktadır (Esu & Arrey, 2009; İlban & Kömür, 2019; Saatçı & Türkmen, 2020). Belirli bir temaya sahip festivaller, bir bölgenin kültürel kimliğini, tarihini ve değerlerini vurgularken (Atay & Altınışık, 2017; Kaçar & Uluç, 2024), aynı zamanda destinasyon markalaşmasına katkıda bulunmaktadır (Chen, King & Lee, 2018). Bu tür etkinlikler turistlerin destinasyonu ziyaret etmeleri için güçlü bir motivasyon kaynağı oluştururken, yerel halk için ekonomik, sosyal ve kültürel faydalar sağlamaktadır (Berberoğlu, 2012). Dolayısıyla festivallerin düzenlenmesi, destinasyonun tanınırlığını artırarak turistik ürün çeşitliliği yaratmakta ve sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemektedir.

Bu araştırmada festival algısı ve festival deneyiminin katılımcıların davranışsal niyetleri üzerindeki etkileri, III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali örneği üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılanların yarısından fazlasını erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu bekar ve genç olup, yüksek öğretim kurumlarından mezundur. Bu bulgulardan hareketle III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivalinin daha çok genç ve eğitilmiş bireyler tarafından tercih edildiğini, katılımcıların büyük bir kısmının sosyal ve kültürel etkinliklere ilgi duyan, çeşitli meslek gruplarından gelen kişilerden oluştuğunu göstermektedir.

Araştırmada yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre festival algısı ve festival deneyimi arasındaki ilişkiler istatistiksel açıdan anlamlı ve olumlu yönde bulunmuştur. Bu sonuçlar, festivallerin algılanan yararlarının ve katılımcıların festival deneyimlerini şekillendiren faktörlerin birbirleriyle güçlü bir etkileşim içinde olduğunu göstermektedir. Özellikle estetik ve sosyo-kültürel yararlar gibi boyutların festival deneyimi açısından belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Ekonomik yararların öğrenme boyutuyla daha düşük bir ilişkiye sahip olması, bu iki boyutun farklı algısal dinamiklere sahip olabileceğini düşündürmektedir. Bu sonuç Getz & Page (2016) tarafından da vurgulanan, ekonomik algıların festival deneyiminden ziyade bireylerin daha geniş toplumsal beklentilerine hizmet ettiği görüşüyle örtüşmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan regresyon analizi sonuçları, festival algısının festival deneyimi üzerindeki etkisinin istatistiksel açıdan anlamlı ve olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuçlar, festivallerin algılanış biçiminin katılımcı deneyimlerini doğrudan etkilediğini vurgulayan mevcut alanyazınla tutarlılık göstermektedir (Pine & Gilmore, 1999; Soylu & Şahin, 2024). Lee vd., (2011), festivallere katılan bireylerin algıladığı sosyo-kültürel ve estetik faydaların genel festival deneyimlerini olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir. Benzer şekilde Crompton & McKay (1997), festivallerin algılanan yararlarının katılımcıların duygusal ve öğrenme deneyimlerini şekillendirdiğini vurgulamıştır. Bu araştırma özellikle estetik boyutun festival deneyimleri üzerindeki güçlü etkisini ortaya koyarak bu bulguları destekler niteliktedir.

Alanyazında festival algısı, memnuniyet ve sadakat ile ilişkilendirilmiştir (Alan & Kızılcıoğlu, 2020; Dalgıç & Birdir, 2019; Demirci, Yılmazdoğan & Düşmezkalender, 2020; Erdem, 2024; Jani & Mwakyusa, 2021; Tanford & Jung, 2017). Yapılan regresyon analizinden elde edilen sonuçlar, festival algısının katılımcıların davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini anlamlı ve olumlu yönde ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların festival algısının davranışsal niyetler üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucu festivallerin ziyaretçiler üzerinde olumlu etkiler bırakarak, ziyaretçilerin olumlu davranışsal niyet potansiyeline sahip olduğunu öne süren mevcut alanyazınla uyum göstermektedir. Öztürk & Yumuk (2016) çalışmalarında festival algısının festival ziyaretçilerinin davranışsal niyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Demirci vd. (2020) çalışmalarında festival algısının ziyaretçilerin memnuniyetleri üzerinde olumlu bir etki gösterdiğini vurgulamışlardır.

Dolayısıyla memnuniyet bireylerin tekrar ziyaret ve tavsiye etme niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.

Araştırmada sonucunda festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerinde olumlu yönde iyi düzeyde anlamlı bir etki sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazın ile karşılaştırıldığında, bu sonuçlar festival deneyiminin ziyaretçi davranışlarını olumlu yönde etkilediğini belirten araştırmalarla tutarlılık göstermektedir (Avcı, 2021; Baby, 2022; Cole & Chancellor 2009; Darvishmotevali, Tajeddini & Altinay, 2023; Kim & Jamal, 2007; Lee vd., 2011; Park vd., 2010; Shen, 2014). Özellikle festival deneyimi, ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini ve katılım niyetlerini artırmada önemli bir rol oynadığına işaret eden çalışmaları desteklemektedir. Cole & Chancellor (2009), Darvishmotevali vd., (2023), Lee (2014), Park vd., (2010) ve Smith, Costello & Muenchen (2010) çalışmalarında, festival deneyiminin ziyaretçilerin davranışsal niyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu vurgulamışlardır. Bu bağlamda araştırma sonuçlarının, katılımcıların festival deneyimi ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkinin güçlendirilmesi gerektiğine dair literatürdeki genel kanıyı desteklediği söylenebilir.

Araştırmanın nihai sonucuna ilişkin yapılan aracılık testine göre, festival algısının davranışsal niyetler üzerindeki doğrudan etkisi anlamlı bulunmuş, ancak aracı değişken olan festival deneyimi modele dâhil edildiğinde bu doğrudan etkinin anlamlılığını yitirdiği ve zayıfladığı görülmektedir. Bu durum, festival deneyiminin festival algısı ile davranışsal niyet arasındaki ilişkide tam aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Nitekim festival algısının festival deneyimi üzerindeki etkisi ve festival deneyiminin davranışsal niyetler üzerindeki etkisi yüksek ve anlamlıdır. Sonuçlar, katılımcıların festivale ilişkin algılarının, davranışsal niyetleri üzerinde doğrudan etkiden ziyade festival deneyimleri aracılığıyla dolaylı olarak etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu, festival organizasyonlarının katılımcı deneyimini zenginleştirici stratejilere odaklanmasının önemini vurgulamaktadır.

Bu araştırma, festivallere yönelik algılar ve deneyimler bağlamında davranışsal niyetlerin oluşumuna yönelik bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır. Önceki çalışmalarda genellikle algı ve niyet arasındaki doğrudan ilişki incelenmişken, bu araştırma festival deneyimini aracı bir değişken olarak modele dâhil ederek literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmuştur. Ayrıca modelin ortaya koyduğu tam aracılık etkisi, deneyim temelli yaklaşımların festivaller bağlamında nasıl işlediğine dair daha derinlemesine kuramsal görüşler sunmaktadır.

Sonuç olarak, festivallerin bir destinasyonun marka kimliğini güçlendirme ve turizm potansiyelini artırmadaki rolü, bu tür etkinliklerin yerel ve küresel düzeyde daha fazla desteklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Göbeklitepe Film Festivali gibi organizasyonlar, kültürel mirası turizmle buluştururken, bölgenin uluslararası arenada tanınmasına ve sürdürülebilir bir turizm anlayışının yaygınlaşmasına olanak sağlamaktadır.

Göbeklitepe Film Festivali'ni ele alan araştırma sonuçlarından yola çıkarak, destinasyonun turizm potansiyelini artırmak ve sürdürülebilir bir turizm anlayışını yaygınlaştırmak amacıyla aşağıda yer alan birtakım öneriler geliştirilmiştir.

- Festival programına geleneksel yemek atölyeleri, halk oyunları gösterileri gibi yerel halkın kültürel ve sanatsal etkinlikleri dahil edilerek katılımcıların kültürel deneyimleri artırılabilir.
- Festival alanında yerel üreticilere stant alanları tahsis edilerek, hem ekonomik katkı sağlanabilir hem de bölgenin yerel ürünleri tanıtılabilir.
- Festival için özel tur paketleri oluşturularak bölgeye daha fazla turist çekilebilir.
- Yerel üreticiler, esnaf ve sanatçılarla iş birliği yapılarak yerel ekonominin desteklenmesi sağlanabilir.
- Festivalin belirli bölümleri (örneğin açılış/ kapanış filmi, belgesel gösterimi gibi) Göbeklitepe çevresine kurulacak geçici ve doğaya zarar vermeyen açık hava sinemalarında yapılabilir. Geceleri taşların gölgesinde film izleme deneyimi, ziyaretçide unutulmaz bir etki bırakabilir.
- Festival organizasyonlarında katılımcıların duyuşsal, duygusal ve sosyal deneyimlerini zenginleştirecek unsurlara yer verilebilir.
- Film gösterimlerinin yanı sıra atölye çalışmaları, yönetmen-konuk buluşmaları, interaktif etkinlikler ve sosyal alanların zenginleştirilmesi gibi deneyim odaklı unsurlar, katılımcıların festivalden aldığı doyumunu artırabilir.

Bu araştırma III. Uluslararası Göbeklitepe Film Festivali'ne katılım sağlayanların festival algısı, festival deneyimi ve davranışsal niyetlerini ölçmek amacıyla nicel bir araştırma ile yürütülmüştür. Gelecek araştırmacılar için katılımcıların algılarının derinlemesine anlaşılabilmesi, algıların arkasındaki nedenleri ve festival deneyimini etkileyen unsurları daha iyi anlamaya yardımcı olabilmesi adına mülakatlar ve odak grup çalışmaları yapılabilir. Karşılaştırmalı araştırmalardan yararlanarak Göbeklitepe Film Festivali'nin, benzer temalara sahip diğer destinasyonlardaki festivallerle karşılaştırılması, bölgenin rekabet avantajlarını belirlemek adına fayda sağlayabilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Teşekkür:** Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları

Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

**Etik Kurul Onayı:** İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Etik Kurulundan 22.08.2024 tarih ve 2024/08 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

**Veri Kullanılabilirlik Beyanı:** Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

## KAYNAKÇA

- Akoğlan Kozak, M., & Bahçe, O. (2012). *Özel ilgi turizmi* (2. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Alan, A. A., & Kızılcıoğlu, G. (2020). Festival algısı ve memnuniyet üzerine bir araştırma: Adana ve Antalya Film Festivali Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3855-3872.
- Atay, L., & Altınışık, Ö. (2017). Etkinliklerin destinasyon markalaşmasına etkisi: Çanakkale Savaşlarının 100. Yılı Anma Etkinlikleri örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(40), 110-128.
- Baby, J. (2022). Influence of festival attractiveness, novelty, and experience on attendees' satisfaction: Moderating role of risk awareness in a cultural festival. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 15(2), 123-132.
- Berberoğlu, T. (2012). Etkinliklerin destinasyona etkileri: 2011 Erzurum Universiade Kış Oyunları. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı (24. Baskı). Pegem Yayınları.
- Chen, Y. C., King, B., & Lee, H. W. (2018). Experiencing the destination brand: Behavioral intentions of arts festival tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 61-67.
- Cole, S. T., & Chancellor, H. C. (2009). Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visits intention, *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 323-333.
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Cudny, W. (2014). The phenomenon of festivals: Their origins, evolution, and classifications. *Anthropos*, (H. 2), 640-656.
- Çakır, M. (2009). Festival Turizmi. [https://m-cakir.blogspot.com/2009/02/festival-turizmi\\_04.html](https://m-cakir.blogspot.com/2009/02/festival-turizmi_04.html) adresinden 18.02.2024 tarihinde alınmıştır.
- Dalgıç, A., & Birdir, K. (2019). Festival anahtar başarı faktörlerinin festival sadakati üzerine etkisi: Portakal çiçeği festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2718-2738.
- Darvishmotevali, M., Tajeddini, K., & Altınay, L. (2023). Experiential festival attributes, perceived value, cultural exploration, and behavioral intentions to visit a food festival. *Journal of Convention & Event Tourism* 24(1), 57-86.
- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C., & Düşmezkalender, E. (2020). Festival algısı, festival memnuniyeti, festival değeri ve aidiyet ilişkisi: Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 1096-1112.
- Doğan, M. D. (2022). Göbeklitepe Film Festivali Tanıtım Dergisi. <https://gobeklitepekultursanat.org.tr/> adresinden 15.11.2024 tarihinde alınmıştır.
- Durkheim, E. (1957). The elementary forms of religious life. (J. W. Swain, Trans.). George Allen & Unwin Ltd (Original work published 1915).

- Ekin, Y. (2011). Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma [Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi].  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>.
- Erdem, A. (2024). Şanlıurfa kültür yolu festivaline yönelik yerel halkın algı, memnuniyet ve turizm desteğinin değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 12(3), 521-534.
- Esu, B. B., & Arrey, V. (2009). Branding cultural festival as a destination attraction: a case study of Calabar Carnival Festival. *International Business Research*, 2(3), 182-192.
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and morphology. In Falassi, A. (Ed.), *Time out of time: Essays on the festival*. Albuquerque, NM, University of New Mexico Press.
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.
- Gelder, G., & Robinson, P. (2011). *Events, festivals and the arts*. In *research themes for tourism* (pp. 128-145) (1st Edition). Wallingford UK: CABI.
- Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. *Tourism Management*, 10 (2), 125-137.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (3rd ed.). Routledge.
- Göbeklitepe Kültür Sanat Derneği. (2024). Festival hakkında. <https://gobeklitepekultursanat.org.tr/index.php/2024/09/04/3-gobeklitepe-uluslararası-film-festivali-afisi-belirlendi/> adresinden 15.11.2024 tarihinde alınmıştır.
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: The Guilford Press.
- İlban, M. O., & Kömür, T. (2019). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Aylık uluslararası zeytin hasat günleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 274-295.
- Jani, D., & Mwakyusa, J. R. P. (2021). Residents' perception of festival impacts and satisfaction: a focus on Zanzibar international film festival (ZIFF). *International Journal of Event and Festival Management*, 12(4), 365-379.
- Kaçar, F., & Uluç, M. (2024). Cannes film festivali bağlamında politik sinema ve film festivallerinin post-politik yapısı. B. Yetkiner (Ed.), *Sanat ve siyaset bağlamında film festivalleri* (s.1-35) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık.
- 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].  
<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Nobel Yayınları, Ankara.
- Laing, J., & Mair, J. (2015). Music festivals and social inclusion the festival organizers' perspective. *Leisure Sciences*, 37(3), 252-268.

- Lee, J. (2014). Visitors' emotional responses to the festival environment. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1), 114-131.
- Lee, J. S., Lee, C. K., & Choi, Y. (2011). Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research*, 50(6), 685-696.
- Liu, C. R., Lin, W. R., Wang, Y. C., & Chen, S. P. (2019). Sustainability indicators for festival tourism: A multi-stakeholder perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(3), 296-316.
- Ma, L., & Lew, A. A. (2012). Historical and geographical context in festival tourism development. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 3-31.
- Oğlakçioğlu, K. (2023). Yasaklanan ve kontrol altına alınan roma festivalleri. [https://www.okuryazarkitaplar.com/yasaklanan-ve-kontrol-altina-alinan-roma-festivalleri/\\_adresinden.12.02.2023](https://www.okuryazarkitaplar.com/yasaklanan-ve-kontrol-altina-alinan-roma-festivalleri/_adresinden.12.02.2023) tarihinde alınmıştır.
- Oliver, R., & Swan, J. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transaction: A field survey approach. *Journal of Marketing*, 53(2), 21-35.
- Özdemir, G., & Çulha, O. (2009). Satisfaction and loyalty of festival visitors. *Anatolia*, 20(2), 359-373.
- Özgürel, G., Alkan, Ö., & Ok, S. (2018). Datça Badem Çiçeği Festivali'nin yöre turizmine olası etkileri: Yerel esnaf üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 8(2), 10-19.
- Öztürk, A., & Yumuk, Y. (2016). Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivaline yönelik algının başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerine etkisi. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 123-139.
- Park, M., Oh, H., & Park, J. (2010). Measuring the experience economy of film festival participants. *International Journal of Tourism Sciences*, 10(2), 35-54.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Review Press.
- Polat, S., Polat, S. A., & Halis, M. (2013). Kent kimliği kapsamında festivallerin değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(1), 69-85.
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25, 297-305.
- Quinn, B. (2006). Problematizing 'festival tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288-306.
- Saatcı, G., & Türkmen, S. (2020). Festivallerin algılanan etkileri, festival memnuniyeti ve festival gelişim desteği arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Kösedere Üzüm Festivali örneği. *International Social Sciences Studies Journal*, (e-ISSN:2587-1587) 6(54), 76-84
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Shen, S. (2014). Intention to revisit traditional folk events: a case study of Qinhuai Lantern Festival. China. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 513-520.

- Smith, S., Costello, C., & Muenchen, R. A. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 11*(1), 17-35.
- Song, Z., Xing, L., & Chathoth, P. (2015). The effects of festival impacts on support intentions based on residents' ratings of festival performance and satisfaction: A new integrative approach. *Journal of Sustainable Tourism, 23*(2), 316-337.
- Soylu, B. Ç., & Şahin, B. (2024). Miras turizmi kapsamında turist motivasyonunun ve unutulmaz turizm deneyiminin değerlendirilmesi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences, 7*(1), 280-300.
- Sthapit, E., Del Chiappa, G., Coudounaris, D. N., & Björk, P. (2019). Tourism experiences, memorability and behavioural intentions: a study of tourists in Sardinia, Italy. *Tourism Review, 75*(3), 533-558.
- Tanford, S., & Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: A meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management, 61*, 209-220.
- UNESCO. (2015). *Festival statistics: key concepts and current practices*. (Handbook No 3). UNESCO Institute for Statistics: Kanada.
- Van Vliet, H. (2012). *Festivalbeleving. De waarde van publieks evenement*. (1. Auflage). Utrecht: Hogeschool Utrecht.
- Vazsonyi, A. T., Pickering, L. E., Junger, M., & Hessing, D. (2001). An empirical test of a general theory of crime: A four-nation comparative study of self-control and the prediction of deviance. *Journal of Research in Crime and Delinquency, 38*(2), 91-131.
- Yıldırım, O., Karaca, O. B., & Çakıcı, A. C. (2016). Yerel halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı'na yönelik algı ve memnuniyetleri üzerine bir araştırma". *SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, Mayıs-Ağustos, 13*(2), 50-68.
- Yıldız, S. B., & Polat, E. (2016). Yerel halkın Eskişehir'de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4*(2), 40-62.
- Zavalsız, Y. S., & Öztürk, Y. E. (2020). Festivallerin yerel halk üzerindeki sosyo-kültürel etkileri: Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research, 10*(2), 456-474.