



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(2): 1402-1419.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.403](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.403)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Festivallerin Sosyal Etkileri ve Festival Memnuniyeti: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği

Deniz DEMİR, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Ilgaz, e-posta: demirdeniz4701@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4795-339X>

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖZDEMİR, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Ilgaz, e-posta: huseyinozdemir@karatekin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9598-6938>

Öz

Bu araştırmada festivallerin sosyal etkileri, katılımcı memnuniyeti ve festivallerin sosyal etkileri ile katılımcı memnuniyeti arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmanın evreni Adana ilinde 3-7 Nisan 2019 tarihleri arasında düzenlenen Nisan'da Adana'da 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcıdır. Araştırmanın örneklemini araştırmaya katılmayı kabul eden 454 katılımcıdır. Araştırmada betimsel tarama modelinde ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan 454 katılımcı tarafından cevaplandırılan anketin istatistikî analizi IBM SPSS 22 istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde frekans dağılımı, betimsel istatistikler, t-testi, tek yönlü varyans analizi testleri ve korelasyon analizi testleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda festival katılımcıların festivalin sosyal fayda boyutuna ilişkin algılamalarının sosyal maliyet boyutundan daha yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal fayda, sosyal maliyet ve festival yönelik memnuniyet açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı kadın ve erkek katılımcıların bu faktörleri aynı biçimde algıladığı görülmüştür. Festivalden gelir elde edenlerin festivalden gelir elde etmeyenlere göre festivalin sosyal fayda boyutunu daha yüksek, sosyal maliyet boyutunu daha düşük olarak algıladıkları görülmüştür. Festivale geliş sayısı arttıkça festivale yönelik genel memnuniyetin daha da arttığı, festival en fazla gelenlerin genel memnuniyetlerinin en yüksek olduğu görülmüştür. Kadınların erkeklerden, bekarların evlilerden ve yerel halkın festivale dışardan gelenlere göre memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca festival katılımcıların sosyal fayda boyutu algıları ve sosyal maliyet boyutu algıları ile memnuniyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Adana, Portakal Çiçeği Karnavalı, Sosyal Fayda, Sosyal Maliyet, Memnuniyet.

Makale Gönderme Tarihi: 31.01.2020

Makale Kabul Tarihi: 14.04.2020

Önerilen Atf:

Demir, D. ve Özdemir, H. (2020). Festivallerin Sosyal Etkileri ve Festival Memnuniyeti: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 1402-1419.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(2): 1402-1419.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.403](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.403)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

Social Impacts of Festivals and Festival Satisfaction: The Case of 7th International Orange Flower Carnival

Deniz DEMİR, Çankırı Karatekin University, Ilgaz School of Tourism and Hotel Management, Ilgaz, e-mail: demirdeniz4701@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4795-339X>

Assistant Prof. Dr. Hüseyin ÖZDEMİR, Çankırı Karatekin University, Ilgaz School of Tourism and Hotel Management, Ilgaz, e-mail: huseyinozdemir@karatekin.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9598-6938>

Abstract

In this research, the social effects of the festivals, the satisfaction of the participants and the relationship between the social effects of the festivals and the satisfaction of the participants were investigated. The population of the research is the participants of the 7th International Orange Flower Carnival in Adana in April held between 3-7 April 2019. The sample of the research was 454 participants who agreed to participate in the research. In the research, was used relational scanning method in the descriptive scanning model. In the research, the questionnaire technique was used as the data collection technique. The statistical analysis of the questionnaire, which was answered by 454 participants, was carried out with IBM SPSS 22 statistical package program. Frequency distribution, descriptive statistics, t-test one-way ANOVA and correlation analysis tests were used in the analysis of the data. As a result of the research, it was observed that the perceptions of the festival participants were higher than the social cost dimension. There was no statistically significant difference in terms of social benefit, social cost and festival satisfaction according to the gender of the participants, and it was seen that male and female participants perceive these factors in the same way. It was observed that those who earn income from the festival perceive the social benefit dimension of the festival higher and lower the social cost dimension compared to those who do not generate income from the festival. It was observed that as the number of arrivals in the festival increased, the general satisfaction towards the festival increased further, and the general satisfaction of the festivals was highest. It has been observed that women are more satisfied than men, singles, married people and local people who come to the festival from outside. In addition, a statistically significant relationship was found between the perceptions of social benefit dimensions, perceptions of social cost, and satisfaction of the festival participants.

Keywords: Adana, Orange Flower Carnival, Social Benefit, Social Cost, Satisfaction.

Received: 31.01.2020

Accepted: 14.04.2020

Suggested Citation:

Demir, D. and Özdemir, H. (2020). Social Impacts of Festivals and Festival Satisfaction: The Case of 7th International Orange Flower Carnival, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2): 1402-1419.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Turizm sektörünün yeterince gelişmediği yöreler; turizm sektörünün gelişmesi, turizm sezonunun uzatılması, topluma yeni gelir kaynağı yaratılması, ekonomik faaliyetlerin canlandırılması, yerel veya bölgesel bir tema veya imajın yaratılması ve bölgenin turizm etkinlikleri paketine bir katkıda bulunulması gibi amaçlarla, yerel etkinliklere ve bunların düzenlenmesine ilişkin çalışmalara önem vermeye başlamışlardır (Kızılırmak, 2006: 184). Etkinliklere katılan ziyaretçilerin diğer turist tiplerine oranla daha fazla harcama eğiliminde olmaları, turizmden daha fazla gelir elde etmek isteyen destinasyonlarda, etkinlik turizmine olan yönelimi artırmıştır (Karagöz, 2006:1). Etkinlik turizmi kapsamında değerlendirilen festivaller; dans, drama, komedi, film, müzik, çeşitli sanatlar, el işleri, etnik veya yerel kültür birikimi, dinsel gelenekler, tarihsel açıdan önemli olaylar, yemek ve şarap, dini törenler ve tarım ürünlerini tema olarak kullanan kutlamalardır (Ekin, 2011:20). Türkiye’de yıllık olarak düzenlenen 1400 civarında etkinliklerin büyük bir çoğunluğu, iyi organize edilememiş olmaları, duyuru ve tanıtımlarının tam yapılmamış olması, finansal sorunlar gibi nedenlerle uzun soluklu olamamakta, yerel yöneticilerin, yerel halkın ve düzenleyici kurum ve kuruluşların kısa ve uzun soluklu beklentilerinin karşılanamaması ile sonuçlanmaktadır (Yolal, 2017: 37). Festivaller yapıldığı bölgenin turistik çekiciliğini canlandırmakta, geliştirmekte, bölgenin bilinirliğini arttırmaktadır. Ayrıca, festivaller, yörede üretilen ürünlerin, festival katılımcıları aracılığı ile ekonomik olarak değerlendirilmesine olanak sağlamakta, bölgenin ekonomik ve ticari açıdan gelişimini desteklemektedir (Taştan vd., 2018:337). Adana, Uluslararası Adana Film Festivali, Portakal Çiçeği Karnavalı, Adana Lezzet Festivali, Adana Havacılık Yamaç ve Paraşütü Festivali, Devlet Tiyatroları Sabancı Uluslararası Adana Tiyatro Festivali, 13 Kare Sanat Festivali gibi farklı temalarda festivaller organize ederek etkinlik turizmini geliştirmeye çalışan bir kenttir (Karaca vd., 2017:223). Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, Türkiye’nin ilk karnavalı olup yerel yönetimlerin sahiplendiği ilk etkinlik projesi olma özelliğini taşımaktadır (Sahilli Birdir vd.,2016:22). Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı, her yıl nisan ayı içerisinde Adana’da halkın katılımları ile gerçekleştirilen bir sokak karnavalı olup, 2013 yılından günümüze düzenli olarak her yıl yapılmaktadır. Karnaval sürecinde katılımcıların renkli kostümler giydiği ve karnavalın en önemli etkinliği olarak görülen kortej yürüyüşü yanında konser, dans ve spor etkinlikleri düzenlenmektedir (Tümbek Tekeoğlu ve Gökseven, 2019:353). Karnavalın ana amacı “marka şehir yaratmak”, yemekleri, tarihi, geleneksel ve kültürel değerleriyle tanınan Adana’ya dikkatleri çekerek farkındalığı arttırmak, şehrin ekonomisine ve sosyal yaşantısına turizm ile katkıda bulunmak olarak ifade edilmektedir (Yıldırım vd., 2016:53). Yapılan literatür taramasında Adana ilinde düzenlenen festivaller ile ilgili çalışmalar (Sahilli Birdir vd., 2016; Yıldırım vd., 2016; Karaca vd., 2017; Taştan vd., 2018; Sahilli Birdir vd., 2018; Tümbek Tekeoğlu ve Gökseven, 2019; Saçlı vd., 2019) olduğu görülmektedir. Turizm yazınında sosyal etkiler genellikle olumlu veya olumsuz olarak tanımlanmakta ve sınıflandırılmaktadır (Ekin, 2011:46). Festivallerin doğru biçimde planlanmaması ve doğru biçimde yönetilemesi sonucu ortaya çıkan ve sosyal maliyeti oluşturan; yerel işletmeler ve tesislerdeki aşırı kalabalık, trafik sıkışıklığı, otopark sorunu, gürültü kirliliği, çöp yığınları, kaba davranışlar, suç işleme ve vandalizm, günlük yaşamın ve sıradan işlerin kesintiye uğraması, geleneksel ahlâka ve değerlere karşı çıkma ve kimlik kaybı olası olumsuz sosyal etkilerdendir (Ekin,2011:46). Sosyal ilişkileri geliştirme, yaşam kalitesini yükseltme, sosyal uyum ve güven inşa etme, toplum bireylerini birbirine yaklaştırma, insanların bir araya gelmesi, eğlenmesi ve iyi vakit geçirmesi için uygun atmosfer oluşturma gibi sosyal etkileri ise olumlu sosyal etkilerdendir (Sert, 2017b:191). Yapılan literatür taramasında festivallerin sosyal etkileri ile ilgili çalışmalar (Jackson, 2008; Slabbert ve Viviers, 2013; Slabbert vd., 2013; Yıldız ve Polat, 2016; Bağiran ve Kurgun, 2016; Sert, 2017a; Sert, 2017b; Binbaşıoğlu ve Gültekin, 2017; Pavlukovic vd., 2017; Yürük vd., 2017; Woosnam ve Aleshinloye, 2018; Saatçı ve Yalçınkaya, 2018; Mısırlı ve Özdemir, 2018; Scholtz vd., 2019; Işıldar ve Yıldız,

2019, Süslü vd., 2019; Özdemir ve Kara, 2019; Özdemir, 2019; Düşmezkalender vd., 2019; Aplanı ve Henama, 2020) olduğu görülmektedir.

Bu araştırmada 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının sosyal etkilerinin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı ve festival katılımcılarının sosyal fayda boyutu algıları ve sosyal maliyet boyutu algıları ile memnuniyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Adana'da düzenlenen festivallerin sosyal etkilerinin katılımcılar ve özellikle yerel halk tarafından nasıl algılandığına yönelik herhangi bir çalışmanın bulunmaması çalışmanın önemini ve gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda, çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı, gelecek festivallerle ilgili planlama yapanlara fikir vereceği ve bölge turizminin gelişimi için önem arz edeceği düşünülmektedir.

YÖNTEM

Festival katılımcıların sosyal fayda boyutu algıları, sosyal maliyet boyutu algıları ve festival yönelik genel memnuniyetleri arasındaki ilişki düzeyinin varlığının ve derecesinin var olan şekli ile belirlenmesinin amaçlandığı araştırmada betimsel tarama modelinde ilişki tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın verilerini elde etmek amacıyla anket tekniğine başvurulmuştur. Anket formunun hazırlanmasında Sert (2017) Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Örneği adlı çalışmasında kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmuştur, ilk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili sorular sorulmuştur, ikinci bölümde ise festivallerin sosyal etkilerinin belirlenmesine yönelik 2 boyut (Sosyal fayda ve sosyal maliyet) 25 ifadeden oluşan sosyal etki ölçeği ile katılımcıların genel memnuniyetini belirlemeye yönelik bir ifadenin yer aldığı ölçek kullanılmıştır. Sosyal etki ölçeğinde, 1-17. ifadeler sosyal fayda boyutunu, 18-25. ifadeler sosyal maliyet boyutunu ölçmeye yönelik ifadelerdir. Ölçekte yer alan maddeler beşli Likert türünde 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler IBM SPSS 22 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma 3-7 Nisan 2019 tarihinde düzenlenen 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcıları ile sınırlıdır. Festivallerin sosyal etkileri nelerdir? Problem cümlesinden hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Hipotez 1: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının sosyal etkilerinin algılanması katılımcılar sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, yaşadığı şehir ve karnavaldan gelir elde etme) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1a: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının sosyal faydalarının algılanması katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, yaşadığı şehir ve karnavaldan gelir elde etme) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1b: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının sosyal maliyetlerinin algılanması katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, yaşadığı şehir ve karnavaldan gelir elde etme) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 2: 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının yönelik genel memnuniyet algısı katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, meslek, yaşadığı şehir ve karnavaldan gelir elde etme) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 3: Katılımcıların 7. Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının yönelik genel memnuniyet algısı ile sosyal fayda ve sosyal maliyet algılamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizleri tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’e göre sosyal etki ölçeğinin yüksek derecede güvenilir bir ölçek ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2013: 280; Can, 2013: 343).

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Ölçek / Boyut	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma	KMO
Sosyal Etki	25	,924	3,7496	,61605	
Sosyal Fayda Boyutu	17	,930	3,7734	,67879	,867
Sosyal Maliyet Boyutu	8	,761	3,6991	,69146	
Genel Memnuniyet	1		3,9207	,90026	

BULGULAR

Tablo 2’ye göre araştırmaya katılımcılarının %45,4’ü erkek, %54,6’sı ise kadındır. Bekâr olan katılımcıların oranı %50,2 iken evlilerin oranı %49,8 dir. Araştırmaya katılımcılarının yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında 24-27 yaş arası grubun %32,4 ile ilk sırada yer aldıkları görülmektedir. Bu grubu büyüklüklerine göre sırası ile 18-23 yaş arası grup %23,8, 37 yaş ve üzeri grup %22,2 ile 28-36 yaş arası grubun %21,6 izlemektedir. Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımlara bakıldığında ön lisans mezunu grubun %34,1 ile en büyük grubu oluşturduğu görülmektedir. Bu grubu büyüklüklerine göre sırası ile lisans ve üzeri mezun grup %28,4, lise mezunu grup %24,9 ile ilköğretim mezunu grup %12,6 izlediği görülmektedir. Katılımcıların meslek gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında kamu çalışanlarının %27,1 ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu meslek grubunu büyüklüklerine göre sırası ile öğrenciler %21,8, özel sektör çalışanları %17,8, esnaf ve işveren grubu %17,2 ile ev hanımları %16,1 izlemektedir. Katılımcıların Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına kaçınıcı kez geliş dağılımlarına bakıldığında festivale ikinci kez gelenlerin %41,9 en büyük grup olarak ilk sırada yer aldıkları görülmektedir. Bu grubu büyüklüklerine göre sırası ile festivale ilk kez gelenler %26,0, dördüncü ve yukarı kez gelenler %17,2 ile üçüncü kez gelenler %15,0 izlemektedir. Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre dağılımlarına bakıldığında katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Adana’da yaşayanlar %82,4 olduğu görülmektedir. Diğer grubu (Mersin, Osmaniye, Hatay, Batman vb.) içerisinde yer alanların ise %17,6 oldukları görülmektedir. Katılımcıların stand açma, standlarda çalışma ya da el emeklerini değerlendirme şeklinde festival süresinde gelir elde etme durumlarına bakıldığında %61,7’lik bir oran ile gelir elde etmeyenlerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Festivalden gelir elde edenlerin oranı ise %38,3’ür.

Tablo 2. Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Demografik Özellikler	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	206	45,4
	Kadın	248	54,6
Medeni Durum	Bekâr	228	50,2
	Evli	226	49,8
Yaş	18 – 23 Yaş Arası	108	23,8
	24 – 27 Yaş Arası	147	32,4
	28 - 36 Yaş Arası	98	21,6
	37 Yaş ve Üzeri	101	22,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	57	12,6
	Lise	113	24,9
	Ön Lisans	155	34,1
	Lisans ve Üzeri	129	28,4
Meslek	Kamu Çalışanı	123	27,1
	Özel Sektör Çalışanı	81	17,8
	Ev Hanımı	73	16,1
	Öğrenci	99	21,8
	Esnaf / İşveren	78	17,2
	İlk Kez Geliyorum	118	26,0
Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Kaçınıcı Kez Gelişi	İkinci Gelişim	190	41,9
	Üçüncü Gelişim	68	15,0
	Dördüncü ve Yukarı Kez	79	17,2
Yaşadığı Şehir	Adana	374	82,4
	Diğer	80	17,6
Gelir Elde Etme Durumu	Evet	174	38,3
	Hayır	280	61,7

Tablo 3'te katılımcıların festivalin sosyal etkilerine yönelik verilen ifadelerle katılımı sonucu elde edilen ortalama puanlar verilmiştir. Katılımcıların sosyal fayda boyutuna ilişkin en olumlu olarak algıladığı ilk üç ifadenin "Karnaval bölgenin turistik çekiciliğini artırmaktadır", "Karnaval ebeveynlere çocuklarıyla birlikte eğlenme fırsatı sağlamaktadır" ve "Karnaval bölge halkına yöresel ürünlerini ve el emeklerini ekonomik olarak değerlendirme fırsatı sağlamaktadır" olduğu görülmektedir. Sosyal maliyet boyutuna ilişkin ise ilk üç ifadenin "Karnaval sırasında taşıt trafiği artmaktadır", "Karnaval sırasında gürültü seviyesi artmaktadır" ve "Karnaval sırasında bölge çok kalabalıklaşmaktadır" olduğu görülmektedir. Katılımcıların festivalin sosyal fayda

boyutunu sosyal maliyet boyutuna göre daha yüksek olarak olumlu algıladıkları görülmüştür. Jackson (2008), yerel halkın etkinliklerin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerine yönelik olumlu algılamalarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 3. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerdeki İfadelerin Ortalama ve Standart Sapmaları

	İfade	Ort.	S.S.	
	Karnaval bölgenin turistik çekiciliğini artırmaktadır.	4,13	1,09	
	Karnaval ebeveynlere çocuklarıyla birlikte eğlenme fırsatı sağlamaktadır.	4,02	,986	
	Karnaval bölge halkına yöresel ürünlerini ve el emeklerini ekonomik olarak değerlendirme fırsatı sağlamaktadır.	3,93	,933	
	Karnaval ilimizin imajını olumlu yönde etkilemektedir.	3,91	,950	
	Karnaval toplumsal birlikteliğimizi ve dayanışmamızı güçlendirir.	3,86	,953	
	Karnaval bölge halkına ekonomik olarak katkıda bulunmaktadır.	3,82	1,14	
	Karnaval bölgenin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	3,81	,875	
Sosyal Fayda Boyutu	Karnaval yöresel ürünlerin tanıtımına katkı sağlamaktadır.	3,80	,972	
	Karnaval sayesinde yeni kültürel beceriler geliştirme fırsatı bulabiliyorum.	3,75	,980	
	Karnaval yöresel ürünlere erişimi kolaylaştırmaktadır.	3,75	,967	
	Karnaval bölge halkının kültür yaşamına olumlu katkılar sağlamaktadır.	3,74	1,01	
	Karnaval bölge halkının yaşam kalitesini yükseltmektedir.	3,72	,936	
	Karnaval farklı kültürlerle karşılaşmamı sağlamaktadır.	3,64	1,03	
	Karnaval yeni faaliyetlerle karşılaşmamı sağlamaktadır.	3,63	1,01	
	Karnaval yeni bilgiler öğrenme fırsatı sağlamaktadır.	3,58	1,06	
	Karnaval katılan sanatçılarla karşılaşmak beni mutlu etmektedir.	3,57	,937	
	Karnaval ilimiz için çok eğlenceli bir kutlamadır.	3,51	,962	
		Karnaval sırasında taşıt trafiği artmaktadır.	4,00	1,04
		Karnaval sırasında gürültü seviyesi artmaktadır.	3,96	1,09
	Karnaval sırasında bölge çok kalabalıklaşmaktadır.	3,92	1,12	
Sosyal Maliyet Boyutu	Karnaval sırasında oluşan çöp atıkları rahatsızlık vermektedir.	3,75	1,14	
	Karnaval sırasında turizm çalışanları yıpranmaktadır.	3,66	1,07	
	Karnaval sırasında ilimizin tarihi dokusu, mesire yerleri ve dinlenme tesisleri yıpranmaktadır.	3,52	1,13	
	Karnaval telaşı bölge halkının günlük yaşamını bozmaktadır	3,43	1,21	
	Karnaval ziyaretçilerinin akını bölgedeki özel yaşamı kısıtlamaktadır.	3,35	1,24	

Yıldız ve Polat, (2016), yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında yerel halkın kentsel gurur, sosyo-ekonomik ve kültürel etkiler boyutlarını olumlu düzeyde algıladıkları, olumsuz etkiler boyutunu ise orta düzeyde algıladıkları, Bağiran ve Kurgun (2016), Delamere vd., (2001) tarafından geliştirilen (FSIAS) Festival Sosyal Etki Tutum Ölçeğinin geçerliliğinin incelenmesi ve Foça Rock Festivalinin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerinin belirlenmesinin amaçlandığı çalışmalarında festivallerin sosyal fayda boyutunun yerel halk tarafından olumlu olarak algılandığı, festivalin sosyal maliyetlerinin ise trafik sıkışıklığındaki artışlar, yaya trafiği, ekolojik hasar, çöp ve aşırı kalabalık olduğu, Sert (2017), kırsal bölgelerde yapılan festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkilerini ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında yerel halk festivallerin sosyal faydalarının sosyal maliyetinden daha fazla olduğuna inandığında festivalleri destekledikleri, Özdemir (2019), Gerede ilçesinde yılda iki kez düzenlenen Gerede Geleneksel Hayvan ve Emtia Panayırının sosyal etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığının belirlenmesinin amaçlandığı çalışmasında katılımcıların festivalin olumlu etkilerini daha yüksek olarak algıladıkları, Düşmezkalender vd., (2019), yerel halkın Kafkasör Kültür Turizm ve Sanat Festivalinin sosyo-ekonomik faydalarını nasıl algıladıkları ve festival yönelik karar alma süreçlerinin incelenmesinin amaçlandığı çalışmalarında festivallerin sosyo-ekonomik faydalarının olumlu olarak algılanmasının festivali tekrar ziyaret etme niyetini de olumlu olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Aplanı ve Henama (2020), Günel Afrika Port St Johns’da düzenlenen etkinliklerin sosyal etkilerinin araştırılmasının amaçlandığı çalışmalarında yerel halkın etkinliklerin sosyal faydalarının daha yüksek olarak algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4’e göre katılımcıların cinsiyetlerine göre festivallerin sosyal fayda boyutu algılarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Katılımcıların medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, meslekleri, karnavala geliş sayıları, yaşadıkları şehir ve festivalden ekonomik olarak gelir elde etme durumlarına göre ise sosyal fayda boyutu algılarında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Anlamlı farklılığın görüldüğü medeni durum değişkeninde bekar katılımcıların festivallerin sosyal faydasını evli katılımcılara göre daha olumlu olarak algıladıkları görülmektedir. Yaş durumu değişkeninde anlamlı farklılığın 37 yaş ve üzeri grup ile diğer yaş grupları arasında olduğu görülmektedir. 37 yaş ve üzeri grubun diğer yaş gruplarına göre festivalin sosyal faydalarını daha olumlu olarak algıladıkları görülmektedir. Eğitim durumu değişkeninde ise anlamlı farklılığın lisans ve üzeri mezunu grup ile diğer eğitim mezunu grupları arasında olduğu görülmektedir. Lisans ve üzeri mezunu grubun sosyal fayda algısı en yüksektir. Anlamlı farklılığın bulunduğu meslek değişkeninde anlamlı farklılığın diğer meslek grupları ile ev hanımları arasında olduğu görülmektedir. Bu grupta sosyal fayda algısı en yüksek grup esnaf/işveren grup olurken festivalin sosyal faydasına yönelik en düşük algı puanına sahip grubun ev hanımları olduğu görülmektedir. Katılımcıların karnavala geliş sayılarına göre ise anlamlı farklılığın karnavala ikinci kez gelenler ile diğer gruplar arasında olduğu görülmektedir. Bu gruplar arasında sosyal fayda boyutuna ilişkin algı puanı en yüksek grubun karnavala üçüncü kez gelenler olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre Adana’da yaşayanların diğer şehirlerde yaşayanlara göre festivalin sosyal faydasını daha yüksek puanla olumlu olarak algıladıkları görülmektedir. Katılımcıların festivalden ekonomik olarak gelir elde etme durumlarına bakıldığında gelir elde edenlerin gelir elde etmeyenlere göre festivallerin sosyal faydalarını daha olumlu olarak algıladıkları görülmektedir. Hipotez 1a kısmen kabul edilmiştir. Yıldız ve Polat, (2016), yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında, Mısırlı ve Özdemir (2018), Ilgaz ilçesinde düzenlenen Ilgaz Dağı Kültür ve Sanat Festivalinin sosyal etkilerinin araştırıldığı çalışmalarında, Özdemir (2019), Gerede ilçesinde yılda iki kez düzenlenen Gerede Geleneksel Hayvan ve Emtia Panayırının sosyal etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığının

belirlenmesinin amaçlandığı çalışmada katılımcıların cinsiyetleri açısından festivallerin etkilerine yönelik algılarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Sosyal Fayda Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin t-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalma	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Sosyal Fayda Boyutu	Cinsiyet	Erkek	206	3,7973	,66069	,686	,483	-
		Kadın	248	3,7536	,69418			
	Medeni Durum	Bekâr	228	3,8963	,59751	3,933	,000	-
		Evli	226	3,6494	,73262			
	Yaş	18 – 23 Yaş Arası ^a	108	3,5485	,78253	9,522	,000	d ile a d ile b d ile c
		24 – 27 Yaş Arası ^b	147	3,7611	,70337			
		28 - 36 Yaş Arası ^c	98	3,7689	,68005			
		37 Yaş ve Üzeri ^d	101	4,0361	,36951			
	Eğitim Durumu	İlköğretim ^a	57	3,5986	,83212	14,84	,000	d ile a d ile b d ile c
		Lise ^b	113	3,6039	,73336			
		Ön Lisans ^c	155	3,6979	,66750			
		Lisans ve Üzeri ^d	129	4,0898	,41744			
	Meslek	Kamu Çalışanı ^a	123	3,9053	,59560	11,44	,000	a ile c b ile c d ile c e ile c
		Özel Sektör Çalışanı ^b	81	3,8119	,64836			
		Ev Hanımı ^c	73	3,3344	,80803			
		Öğrenci ^d	99	3,7493	,69141			
		Esnaf / İşveren ^e	78	3,9668	,49221			
	Karnaval Geliş Sayısı	İlk Kez Geliyorum ^a	118	3,8235	,64341	10,54	,000	a ile b c ile b d ile b
		İkinci Gelişim ^b	190	3,5814	,77117			
		Üçüncü Gelişim ^c	68	3,9922	,39778			
Dördüncü ve Yukarı Kez Gelişim ^d		78	3,9744	,55341				
Yaşadığı Şehir	Adana	374	3,8902	,58949	7,043	,000		
	Diğer	80	3,2272	,79664				
Gelir Elde Etme	Evet	174	3,9178	,56449	3,939	,000		
	Hayır	280	3,6836	,72761				

Yıldız ve Polat (2016), yerel halkın Eskişehir’de düzenlenen festivallerin etkilerine yönelik algılarını tespit etmeyi amaçladıkları çalışmalarında yerel halkın yaş, turizmle ilişkisi değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Öztürk ve Yumuk (2016), 8.Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali’ne katılan ziyaretçilerin festivale yönelik algılarını ve söz konusu algının festivali tekrar ziyaret etme ve diğerlerine tavsiye etme üzerindeki etkilerini ölçmek amaçlandığı çalışmalarında festivale ilk kez katılanların festivale birden fazla kez katılanlara göre festivali daha olumlu buldukları sonucuna ulaşmışlardır. Binbaşoğlu ve Gültekin (2017), fuar ve festivallerin Malatya ilinde yaşayan vatandaşlar üzerindeki sosyal etkisini araştırılmasının amaçlandığı çalışmalarında, 30 yaş ve altı vatandaşlar, 31 yaş ve üstündekilerine göre fuar ve festivallerin daha yüksek toplumsal ve kültürel fayda sağladığını düşündükleri ve ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyindeki vatandaşların, kültürel fayda faktörüne algısı ilk ve ortaokul düzeyindeki vatandaşlara göre daha yüksek olduğu, Saatcı ve Yalçınkaya (2018), Alaçatı’da düzenlenen Alaçatı Ot Festivali’nin yerel halk üzerindeki etkilerinin belirlenmesinin amaçlandığı çalışmalarında yerel halkın, Alaçatı Ot Festivali’nin yöreye olan sosyal ve ekonomik katkılarının farkında olduğu ve gelecek nesillere güzel bir örnek teşkil ettiği sonuçlarına ulaşmışlardır. Ayrıca Özdemir ve Kara (2019), Kargı ilçesinde düzenlenen Geleneksel Asırlık Kargı Panayırı sosyal etkilerinin araştırıldığı çalışmalarında katılımcıların medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, meslekleri ve festivale geliş sayıları ile sosyal fayda boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 5’e göre katılımcıların cinsiyetlerine ve festivalden ekonomik olarak gelir elde etme durumlarına göre festivallerin sosyal maliyet boyutu algılarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Katılımcıların medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, meslekleri, karnavala geliş sayıları ve yaşadıkları şehirlere göre ise sosyal maliyet boyutu algılarında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Anlamlı farklılığın görüldüğü medeni durum değişkeninde bekar katılımcıların festivallerin sosyal maliyetini evli katılımcılara göre daha olumsuz olarak algıladıkları görülmektedir. Yaş durumu değişkeninde anlamlı farklılığın 37 yaş ve üzeri grup ile 18-23 yaş grubu arasında olduğu görülmektedir. 37 yaş ve üzeri grubun diğer yaş gruplarına göre festivalin sosyal maliyetlerini daha olumsuz olarak algıladıkları görülmektedir. Eğitim durumu değişkeninde ise anlamlı farklılığın lisans ve üzeri mezunu grup ile diğer eğitim mezunu grupları arasında olduğu görülmektedir. Lisans ve üzeri mezunu grubun sosyal maliyet algısı en yüksektir. Anlamlı farklılığın bulunduğu meslek değişkeninde anlamlı farklılığın diğer meslek grupları ile ev hanımları arasında olduğu görülmektedir. Bu grupta sosyal maliyet algısı en yüksek grup özel sektör çalışanları olurken festivalin sosyal maliyetine yönelik en düşük algı puanına sahip grubun ev hanımları olduğu görülmektedir. Katılımcıların karnavala geliş sayılarına göre ise anlamlı farklılığın karnavala üçüncü kez gelenler ile karnavala ikinci kez gelenler arasında olduğu görülmektedir. Bu gruplar arasında sosyal maliyet boyutuna ilişkin algı puanı en yüksek grubun karnavala üçüncü kez gelenler olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre Adana’da yaşayanların diğer şehirlerde yaşayanlara göre festivalin sosyal maliyetini daha yüksek puanla olumsuz olarak algıladıkları görülmektedir. Hipotez 1b kısmen kabul edilmiştir. Özdemir ve Kara (2019), Kargı ilçesinde düzenlenen Geleneksel Asırlık Kargı Panayırı sosyal etkilerinin araştırıldığı çalışmalarında katılımcıların cinsiyetleri, meslekleri ve festivalden gelir elde etme durumları ile sosyal maliyet boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Sosyal Maliyet Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalma	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD																																																																																																																									
Sosyal Maliyet Boyutu	Cinsiyet	Erkek	206	3,7445	,70042	1,275	,203	-																																																																																																																									
		Kadın	248	3,6613	,68304				Medeni Durum	Bekâr	228	3,7971	,63291	3,062	,002	-	Evli	226	3,6001	,73409	Yaş	18 – 23 Yaş Arası ^a	108	3,5590	,75687	2,901	,035	d ile a	24 – 27 Yaş Arası ^b	147	3,7415	,69484	28 - 36 Yaş Arası ^c	98	3,6607	,71255	37 Yaş ve Üzeri ^d	101	3,8243	,56074	Eğitim Durumu	İlköğretim ^a	57	3,5088	,71724	6,896	,000	d ile a d ile b d ile c	Lise ^b	113	3,5686	,73648	Ön Lisans ^c	155	3,6919	,70355	Lisans ve Üzeri ^d	129	3,9060	,56791	Meslek	Kamu Çalışanı ^a	123	3,7470	,68511	5,741	,000	a ile c b ile c d ile c e ile c	Özel Sektör Çalışanı ^b	81	3,8318	,69038	Ev Hanımı ^c	73	3,3596	,72377	Öğrenci ^d	99	3,7588	,68843	Esnaf / İşverene ^e	78	3,7276	,58656	Karnaval Geliş Sayısı	İlk Kez Geliyorum ^a	118	3,7479	,71555	2,837	,038	c ile b	İkinci Gelişim ^b	190	3,5908	,76613	Üçüncü Gelişim ^c	68	3,8088	,48938	Yaşadığı Şehir	Dördüncü v Yukarı Kez Gelişim ^d	78	3,7933	,57752	6,080	,000		Adana	374	3,7924	,64916	Gelir Elde Etme	Diğer	80	3,2625	,71947	-,469	,640		Evet	174	3,6803	,63801			Hayır	280	3,7107
	Medeni Durum	Bekâr	228	3,7971	,63291	3,062	,002	-																																																																																																																									
		Evli	226	3,6001	,73409				Yaş	18 – 23 Yaş Arası ^a	108	3,5590	,75687	2,901	,035	d ile a	24 – 27 Yaş Arası ^b	147	3,7415	,69484		28 - 36 Yaş Arası ^c	98	3,6607	,71255				37 Yaş ve Üzeri ^d	101	3,8243	,56074	Eğitim Durumu	İlköğretim ^a	57	3,5088	,71724	6,896	,000	d ile a d ile b d ile c		Lise ^b	113	3,5686	,73648				Ön Lisans ^c	155	3,6919	,70355	Lisans ve Üzeri ^d	129	3,9060	,56791	Meslek	Kamu Çalışanı ^a	123	3,7470		,68511	5,741	,000	a ile c b ile c d ile c e ile c				Özel Sektör Çalışanı ^b	81	3,8318	,69038	Ev Hanımı ^c	73	3,3596	,72377	Öğrenci ^d	99	3,7588	,68843	Esnaf / İşverene ^e	78	3,7276	,58656		Karnaval Geliş Sayısı	İlk Kez Geliyorum ^a	118	3,7479				,71555	2,837	,038	c ile b	İkinci Gelişim ^b	190	3,5908	,76613	Üçüncü Gelişim ^c	68	3,8088	,48938	Yaşadığı Şehir	Dördüncü v Yukarı Kez Gelişim ^d	78	3,7933	,57752	6,080	,000		Adana	374	3,7924	,64916	Gelir Elde Etme	Diğer	80	3,2625	,71947	-,469	,640		Evet	174	3,6803	,63801	
	Yaş	18 – 23 Yaş Arası ^a	108	3,5590	,75687	2,901	,035	d ile a																																																																																																																									
		24 – 27 Yaş Arası ^b	147	3,7415	,69484																																																																																																																												
		28 - 36 Yaş Arası ^c	98	3,6607	,71255																																																																																																																												
		37 Yaş ve Üzeri ^d	101	3,8243	,56074																																																																																																																												
	Eğitim Durumu	İlköğretim ^a	57	3,5088	,71724	6,896	,000	d ile a d ile b d ile c																																																																																																																									
		Lise ^b	113	3,5686	,73648																																																																																																																												
		Ön Lisans ^c	155	3,6919	,70355																																																																																																																												
		Lisans ve Üzeri ^d	129	3,9060	,56791																																																																																																																												
	Meslek	Kamu Çalışanı ^a	123	3,7470	,68511	5,741	,000	a ile c b ile c d ile c e ile c																																																																																																																									
		Özel Sektör Çalışanı ^b	81	3,8318	,69038																																																																																																																												
		Ev Hanımı ^c	73	3,3596	,72377																																																																																																																												
		Öğrenci ^d	99	3,7588	,68843																																																																																																																												
		Esnaf / İşverene ^e	78	3,7276	,58656																																																																																																																												
	Karnaval Geliş Sayısı	İlk Kez Geliyorum ^a	118	3,7479	,71555	2,837	,038	c ile b																																																																																																																									
		İkinci Gelişim ^b	190	3,5908	,76613																																																																																																																												
		Üçüncü Gelişim ^c	68	3,8088	,48938																																																																																																																												
	Yaşadığı Şehir	Dördüncü v Yukarı Kez Gelişim ^d	78	3,7933	,57752	6,080	,000																																																																																																																										
		Adana	374	3,7924	,64916																																																																																																																												
	Gelir Elde Etme	Diğer	80	3,2625	,71947	-,469	,640																																																																																																																										
		Evet	174	3,6803	,63801																																																																																																																												
		Hayır	280	3,7107	,72356																																																																																																																												

Scholtz vd., (2019), Güney Afrika'nın Bloemfontein şehrinde her yıl düzenlenen ve Afrika'nın en büyük kültürel festivallerinden biri olan Macufe festivalinin sosyal etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığının belirlenmesinin amaçlandığı çalışmalarında festivalin sosyal etkileri; topluluk geliştirme, topluluk bozulması, turizmde büyüme ve artan kamu harcamaları ve etkileşimi olmak üzere dört boyutta incelenmiş ve festivalin sosyal maliyetlerine ilişkin toplumsal bozulma boyutunun diğer boyutlardan daha yüksek olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Slabbert ve Viviers (2013), Güney Afrika sanat festivalinin toplum üzerindeki etkilerinin belirlenmesinin amaçlandığı çalışmalarında festivalin sosyal etkileri; olumlu ekonomik etkiler, olumsuz halk etkileri, olumlu halk etkileri, halk fırsatları ve turizmin etkileri olmak üzere dört boyutta incelenmiş ve festivalin olumsuz halk etkileri boyutunun diğer boyutlardan daha yüksek olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Slabbert vd., (2013), ikamet süresinin sanat festivallerinin sosyal etkileri üzerindeki etkisini belirlenmesinin amaçlandığı çalışmalarında ikamet süresi fazla olanların festivallerin olumsuz etkilerini ikamet süresi daha kısa olanlara göre daha yüksek olarak algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Aplani ve Henama (2020), yerel yönetim ve polis teşkilatının etkinliklerin olumsuz etkilerini (suç, vandalizm, fuhuş, kirlilik vb.) en aza indirme yönünde etkin rol almaları etkinliğin başarılı olmasını sağlamada büyük rol oynayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Woosnam ve Aleshinloye (2018), yerel halk ve etkinlik ziyaretçileri arasındaki duygusal etkileşimin etkinliklerin sosyal maliyetlerindeki olumsuzlukların algılanmasını düşürdüğü sonucuna ulaşmışlardır. Martinho vd. 2018, araştırmalarında sıfır atık prensibinin uygulanmasına yönelik olarak katılımcıların atık önleme tedbirleri konusundaki farkındalığını artırmak, rehberler geliştirmek, önleme tedbirlerini ölçmek ve arttırmaya yönelik politikalar oluşturulmasını önermişlerdir.

Tablo 6'ya göre katılımcıların cinsiyetlerine göre festivalden memnuniyetlerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Katılımcıların medeni durumları, yaşları, eğitim durumları, meslekleri, karnavala geliş sayıları, yaşadıkları şehir ve festivalden ekonomik olarak gelir elde etme durumlarına göre ise festivalden memnuniyetlerinde anlamlı bir farklılık görülmüştür. Anlamlı farklılığın görüldüğü değişkenlerden bekar katılımcıların evli katılımcılara göre festival yönelik genel memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yaş değişkeninde anlamlı farklılığın 37 yaş ve üzeri grup ile 18-23 yaş arası grup ve 24-27 yaş arası grup arasında olduğu görülmektedir. 37 yaş ve üzeri grubun bu gruplara göre memnuniyet düzeyinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim değişkeninde anlamlı farklılığın lisans ve üzeri grup ile ilköğretim mezunu grup ve ön lisans mezunu grup arasında olduğu görülmektedir. Lisans ve üzeri grubun memnuniyet düzeyinin bu gruplardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Meslek değişkeninde anlamlı farklılığın kamu çalışanları ile ev hanımları, esnaf/işverenler ile ev hanımları ve esnaf/işverenler ile öğrenciler arasında olduğu görülmektedir. Meslek gruplarından esnaf/işverenlerin memnuniyet düzeylerinin diğer meslek gruplarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Karnavala geliş sayılarına göre ise anlamlı farklılığın karnavala üçüncü kez gelenler ile ilk kez gelenler ve ikinci kez gelenler arasında ve karnavala dört ve yukarı kez gelenler ile ilk kez gelenler ve ikinci kez gelenler arasında olduğu görülmektedir. Bu gruplar arasında karnavala üçüncü kez gelenlerin memnuniyet düzeyleri diğer gruplardan daha yüksektir. Katılımcıların yaşadıkları şehirlere göre bakıldığında Adana'da yaşayan katılımcıların festival yönelik genel memnuniyetlerinin diğer şehirlerde yaşayanlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Memnuniyet Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin t-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalma	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Memnu niyet Boyutu	Cinsiyet	Erkek	206	3,9078	,88137	-,280	,780	-
		Kadın	248	3,9315	,91730			
	Medeni Durum	Bekâr	228	4,0482	,75229	3,056	,002	-
		Evli	226	3,7920	1,01374			
	Yaş	18 – 23 Yaş Arası ^a	108	3,7870	,98636	3,440	,017	d ile a d ile b
		24 – 27 Yaş Arası ^b	147	3,8571	,86800			
		28 - 36 Yaş Arası ^c	98	3,9184	,94894			
		37 Yaş ve Üzeri ^d	101	4,1584	,75806			
	Eğitim Durumu	İlköğretim ^a	57	3,6491	1,04354	6,660	,000	d ile a d ile c
		Lise ^b	113	3,9469	,98960			
		Ön Lisans ^c	155	3,7871	,92573			
		Lisans ve Üzeri ^d	129	4,1783	,61808			
	Meslek	Kamu Çalışanı ^a	123	3,9756	,90049	5,558	,000	a ile c e ile c e ile d
		Özel Sektör Çalışanı ^b	81	3,9506	,83518			
		Ev Hanımı ^c	73	3,5753	1,03974			
		Öğrenci ^d	99	3,8384	,86552			
		Esnaf / İşverene ^e	78	4,2308	,75461			
	Karnaval Geliş Sayısı	İlk Kez Geliyorum ^a	118	3,8644	,81561	13,54	,000	c ile a c ile b d ile a d ile b
		İkinci Gelişim ^b	190	3,6789	,97973			
		Üçüncü Gelişim ^c	68	4,2794	,61923			
Dördüncü ve Yukarı Kez		78	4,2821	,82016				
Yaşadığı Şehir	Adana	374	3,9706	,89484	2,569	,011		
	Diğer	80	3,6875	,89434				
Gelir Elde Etme	Evet	174	4,1494	,85381	4,406	,000		
	Hayır	280	3,7786	,90056				

Katılımcıların festivalden ekonomik olarak gelir elde etme durumlarına bakıldığında festivalden gelir elde edenlerin gelir elde etmeyenlere göre memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Hipotez 2 kısmen kabul edilmiştir. Özdemir ve Kara (2019), Kargı ilçesinde düzenlenen Geleneksel Asırlık Kargı Panayırı sosyal etkilerinin araştırıldığı çalışmalarında katılımcıların yaşları, eğitim durumları ve meslekleri ile memnuniyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Katılımcıların festival yönelik genel memnuniyet düzeylerinin diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca kadınların erkeklerden, bekarların evlilerden, 37 yaş ve üzeri yaş grubunun diğer yaş gruplarından, lisans ve üzeri mezunu grubun diğer mezun gruplarından, esnaf/işveren meslek grubunun diğer meslek gruplarından, karnavala dördüncü ve yukarı kez gelenlerin diğer geliş sayısına sahip gruplardan, Adana'da yaşayanların diğer şehirlerde yaşayan katılımcılardan ve festivalden ekonomik olarak gelir elde edenlerin gelir elde etmeyen katılımcılara göre festivalden daha memnun oldukları görülmektedir. Sert (2017), yerel halkının festivallerin başarı faktörlerini algılamalarının tespit edilmesini amaçladığı çalışmasında yerel halkın festivalden memnuniyet oranının yüksek olduğu ve Beypazarı ilçe halkının festivalin katkılarını, faydasını yüksek bulduğu için memnuniyet oranının yüksek çıktığı sonucuna ulaşmıştır. Süslü vd., (2019), Mersin ilinin Silifke ilçesinde her yıl Mayıs ayında düzenlenmekte olan Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali katılımcıların festivalden genel olarak memnun ayrıldığı, Özdemir (2019), ilçede ikamet süresi en yüksek olan grubun memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu, yaş gruplarında ise 42 yaş ve üzeri grubun memnuniyet düzeyinin en yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Saçlı (2020), katılımcıların eğitim öğretim seviyesi yükseldikçe katılımcıların festival memnuniyetlerinin arttığı sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 7. Memnuniyet İle Sosyal Fayda ve Sosyal Maliyet İlişkisi

Pearson Korelasyon Matrisi		Sosyal Fayda	Sosyal Maliyet
	Pearson Correlation	504**	264**
Memnuniyet	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	454	454

Tablo 7'ye göre katılımcıların memnuniyetleri ile sosyal fayda algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,00$; $p<0,01$), değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) orta bir ilişki ($r=,50$) vardır. Katılımcıların memnuniyetleri ile sosyal maliyet algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,00$; $p<0,01$), değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) zayıf bir ilişki ($r=,26$) vardır. Yürük vd. (2017), etkinliklerin katılımcıların memnuniyeti üzerindeki sosyal etkilerini incelenmesinin amaçlandığı çalışmalarında etkinliklerin sosyal maliyetleri ile memnuniyet arasında istatistiksel olarak doğrudan bir ilişki bulunurken, etkinliklerin sosyal faydası ile memnuniyet arasında bir ilişki bulunamamıştır. Etkinliklerin sosyal maliyetlerinin katılımcı memnuniyeti üzerinde olumsuz olarak daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada literatürdeki Jackson (2008), Bağiran ve Kurgun (2016), Yıldız ve Polat, (2016), Gültekin (2017), Sert (2017), Mısırlı ve Özdemir (2018), Yalçınkaya (2018), Özdemir (2019), Düşmezkalender vd., (2019), Özdemir ve Kara (2019), Süslü vd., (2019), Aplanı ve Henama (2020) ve Saçlı (2020)'nin çalışmalarında elde ettiği sonuçları destekler nitelikte benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Literatürdeki Slabbert ve Viviers (2013), Slabbert vd., (2013), Öztürk ve Yumuk (2016) ve Yürük vd., (2017)'nin çalışmalarında elde ettiği çalışmalardan elde edilen sonuçlardan ise farklı sonuçlara ulaşılmıştır.

Festivallerin sosyal maliyet boyutuna ilişkin olumsuzlukların başında trafik sorunu, gürültü ve insan yoğunluğu (kalabalık) sorunlarının geldiği görülmektedir. Karnaval düzenleme komitesi tarafından da gündeme getirilen benzer sorunların çözümüne yönelik Karnaval Kapanış Bildirgesinde; stant düzeni, davul-zurna gürültüsü, kortej, temizlik, trafik, karnaval süresi başlıkları altında festival sürecinde yaşanan aksaklıklar ve bu aksaklıkların giderilmesine yönelik çözüm önerileri getirilmiştir (www.nisandaadanada.com.tr). Işıldar ve Yıldız (2019), festivallerin yerel halk üzerindeki etkilerini, sosyal fayda ve sosyal maliyet kapsamında keşfetmeyi ve belirlenen etkilere göre yerel halkın memnuniyet düzeylerini koruyarak festivallerin sürekliliğinin sağlanması için öneriler getirmeyi amaçlamadıkları çalışmalarında festival dönemlerinde yaşanan trafik sorunları, çöpler, kalabalık, gürültü ve karmaşa gibi yaşam kalitelerini belirleyen etkilerin varlığı tespit edilmiş ve olumsuz olarak algılanan bu sorunların önemi hakkında görüşler elde edilmiştir. Elde edilen araştırma bulguları ışığında şu önerilerde bulunulabilir:

Festivallerin gelişimiyle ilgili planlar yapılırken yörenin taşıma kapasitesi ve yerel halkın festivale yönelik tutumlarının dikkate alınması gerekmektedir bu nedenle öncelikle hem araştırmada hem de katılımcıların festivallere yönelik sosyal medya hesaplarında ve festival ana sayfasında dile getirdikleri benzer şikayetlerin dikkate alınması, gerekiyorsa sosyal medya üzerinden bu şikayetlerin çözümüne yönelik çözüm önerileri getirilmelidir.

Trafik sorununun çözümüne yönelik ya festivalin şehir merkezinden şehrin dışına taşınmalı ya da festival şehir merkezinde yapılacaksa araçların şehir merkezine girişine izin verilmeyerek toplu taşıma ile festival alanına ulaşım sağlanmaya çalışılmalıdır.

Gürültü sorununu çözümüne yönelik olarak özellikle davul ve zurnacıları tamamen iptal etmek yerine festival alanı içerisinde ayrılmış bir bölümde belirli saatlerde gösteri yapmaları sağlanmalıdır.

Çöp ve kişisel hijyen sorununun çözümüne yönelik çok daha fazla sayıda çöp konteyneri, seyyar tuvaletler, su sebilleri ve su tankerlerinin festival alanına tahsisi gerçekleştirilmelidir.

Festival alanında açılacak standlarda yerel halk ve esnafa daha fazla yer verilmeli, yerel ve yöresel ürünlerin daha fazla yer almasının sağlanması yönünde insiyatif alınmalıdır.

2019 yılında 1,5 milyon kişinin katıldığı ve şehrin sahip olduğu yatak kapasitesi göz önüne alınacak olursa (www.nisandaadanada.com.tr) konaklama sorununun çözümüne yönelik kredi yurtlar, üniversite yurtları ve kamu misafirhaneleri alternative konaklama tercihi olarak değerlendirilmelidir.

Festival sürecinde ortaya çıkan nitelikli ve kalifiye personel ihtiyacı sorununun çözümüne yönelik Çukurova üniversitesi öğrencilerinin festival sürecine dahil edilmelidir.

Adana'nın genelde festivallerle özeldi Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı ile markalaşması sürecinde bölgesel, ülkesel gerekse uluslararası düzeyde etkili tanıtım materyalleri hazırlanmalı,

hazırlanan materyallerin üniversiteler aracılığı ile yerli ve yabancı tüm öğrencilere duyurulması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Aplani, L. and Henama, U. (2020). The Impact of Events in Boosting Local Economic Development: A Case Study of Port St Johns, South Africa, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1):1-14.

Bagiran, D. ve Kurgun, H. (2016). A Research on Social impacts of the Foça Rock Festival: The Validity of the Festival Social Impact Attitude Scale, *Current Issues in Tourism*, 19(9):930-948.

Binbaşıoğlu, H. ve Gültekin, B. (2017). Vatandaşların Malatya’da Düzenlenen Fuar ve Festivallerin Sosyal Etkisine Karşı Tutumları, *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 3(2):1-13.

Can, A. (2013). *Spss İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi.

Delamere, T. A., Wankel, L. M. and Hinch, T. D. (2001). Development of a Scale to Measure Resident Attitudes Toward the Social Impacts of Community Festivals, Part I: Item Generation and Purification of the Measure. *Event Management*, 7(1):11-24.

Düşmezkalender, E., Özdemir, C. ve Yolal, M. (2019). A Study on Perceived Socio-Economic Impacts of Cultural Festival on Local Residents Participation: Kafkasör Culture Tourism and Art Festival, *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1):121-130

Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

<http://www.nisandaadanada.com/karnaval/duyurular/2019/karnaval-kapanis-bildirgesi-2019>
[Erişim Tarihi: 15.12.2019].

Işıldar, P. ve Yıldız, Ö. (2019). Festivaller ve Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Urla Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 931-948.

Jackson, L. A. (2008). Residents’ Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism, *Journal of Place Management and Development*, 1(3):240-255.

Karaca, O. B., Yıldırım, O. ve Çakıcı, A. C. (2017). Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37):222-239.

Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Kızıllırmak, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15):181-196.

Martinho, G., Gomes, A., Ramos, M., Santos, P., Gonçalves, G., Fonseca, M. and Pires, A. (2018). Solid Waste Prevention and Management at Green Festivals: A Case Study of the Andanças Festival, Portugal, *Waste Management*, 71(2018):10-18.

Mısırlı, İ. ve Özdemir, H. (2018). Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Ilgaz Dağı Kültür ve Sanat Festivali Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2):419-435.

- Özdemir, H. (2019). Festivallerin Sosyal Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Gerede Geleneksel Hayvan ve Emtia Panayırı Örneği, (Editör) *Gülbahar, M.O.: Tourism, Development Studies and Urbanization* içinde (ss.35-46) London: IJOPEC Publication Limited.
- Özdemir, H. ve Kara, M. (2019). Festivallerin sosyal etkileri geleneksel Asırlık Kargı Panayırı Örneği, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(48):4434-4441.
- Öztürk, A. ve 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.
- Pavlukovic, V., Armenski, T. and Alcantara-Pilar, J.M. (2017). Social Impacts of Music Festivals: Does Culture Impact Locals' Attitudetoward Events in Serbia and Hungary? *Tourism Management* 63(2017):42-53.
- Saatçı, G. ve Yalçınkaya, T. (2018). Yöresel Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2018 (18):153-170.
- Saçlı, Ç. (2020). Festival Memnuniyeti ile Kültürel Etkileşim Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 505-521
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C.Ö. (2019). Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1):178-190.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. ve Bak, E. (2016). Karnavala Katılım Güdülleri: IV. Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1):21-40.
- Sahilli Birdir, S., Toksöz, D. ve Birdir, K. (2018). Katılımcıların Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalının Geliştirilmesine Yönelik Önerileri, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(2):443-458.
- Scholtz, M., Viviers, PA and Maputsoe, L. (2019) Understanding the residents' social impact perceptions of an African Cultural Festival: the case of Macufe, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(2):166-185.
- Sert, A. N. (2017). Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri: Beypazarı Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017(38):187-199.
- Sert, A. N., (2017). A Study on Local People Perception of Success Factors of Festivals: Beypazarı Örneği, *Journal of Turkish Tourism Research*, 1(2):29-44.
- Slabbert, E. and Viviers, P. (2013). The impacts of an arts festival: The voices of the community, *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 19(3):623-638.
- Slabbert, E., Viviers, P. A. and Erasmus, J. (2013). The Influence of Length of Residency on the Social Impacts of Selected National Arts Festivals in South Africa, *Journal Of Human Ecology*, 44(1):85 –95.
- Süslü, C., Eryılmaz, G. ve Demir, E. (2019). Festival Turizminin Ekonomik Kalkınmaya Etkisi: Silifke Uluslararası Müzik ve Folklor Festivali, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4):1074-1090.
- Taştan, H., Soylu, A.G. ve Demir, Ş. (2018). Adana Lezzet Festivaline Katılan Bireylerin Festival Algılarının Belirlenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (Asos)*, 6(71): 334-349.
- Tümbek Tekeoğlu, A. N. ve Gökseven, K. (2019). Bir Şehrin Festivaller ile Markalaşması ve Pazarlanması Olarak Adana'nın İncelenmesi, *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 11(42):345-357.

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi (4. Basım)*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Woosnam, K.M. and Aleshinloye, K.D. (2018). Residents' Emotional Solidarity with Tourists: Explaining Perceived Impacts of a Cultural Heritage Festival, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(4):587-605.

Yıldırım, O., Karaca, O.B. ve Çakıcı, C. (2016). Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı"na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2): 50-68.

Yıldız, S. B. ve Polat, E. (2016). Yerel Halkın Eskişehir'de Düzenlenen Festivallerin Etkilerine Yönelik Algıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 40-62.

Yolal, M. (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2017(2):35-51.

Yürük, P., Akyol, A. and Şimşek, G.G. (2017). Analyzing the Effects of Social Impacts of Events on Satisfaction and Loyalty, *Tourism Management* 60 (2017):367-378.