

Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma (The Importance of Cultural Events in The Development of Cultural Tourism: A Research on Local People's Awareness of Cultural Events)

* Kevser ÇINAR ^a , Ebru BAL ^b , Saadet ZAFER KAVACIK ^a

^a Necmettin Erbakan University Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Konya/Türkiye

^b Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management Graduate, Konya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.08.2024

Kabul Tarihi: 24.12.2024

Anahtar Kelimeler

Konya

Kültür turizmi

Etkinlik turizmi

Kültürel etkinlikler

Yerel halk

Öz

Bu araştırma, Konya'nın sürdürülebilir şehir ve toplum gelişiminde kültür turizminin önemini ve yerel halkın kültürel etkinliklerle ilgili farkındalığını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma Konya'da yaşayan 495 kişi üzerinde uygulanmış, yerel halkın kültürel etkinliklere olan farkındalık ve katılım düzeyi, katılma ve katılmama nedenleri, hazırlanan anketler aracılığı ile ölçülmüştür. Yerel halk tarafından bilinirliği ve katılım durumu en fazla olan etkinlik “Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu” olarak bulgulanmıştır. Yerel halkın etkinliklere katılma nedenlerinin genellikle eğlenceli atmosfer, ücretsiz olması, hoşça vakit geçirme olduğu sonucu ortaya çıkarken; katılmama nedeninin ise yeterli zamana sahip olmama olduğu görülmüştür. Konya'da düzenlenen etkinliklerin Konya'ya en fazla olumlu etkisinin sosyal bağı güçlendirme olduğu; en fazla olumsuz etkisinin ise aşırı kalabalık ve sonrasında trafik sorunu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada etkinlikle bilgi alınan kaynağın en fazla billboard reklamı ve akabinde sosyal medya (Instagram, Facebook, X vd.) olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda yerel halkın ve turistlerin kültürel etkinliklere katılımını artırma, farkındalığı geliştirme ve sürdürülebilir turizm yaklaşımını destekleme konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Keywords

Konya

Cultural tourism

Event tourism

Cultural events

Local people

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

This research aims to examine the importance of cultural tourism in the sustainable city and community development of Konya and the awareness of local people towards cultural activities. The study was conducted on 495 residents living in Konya, and the level of awareness and participation of local people in cultural events, the reasons for participation and non-participation were measured through questionnaires. The event with the highest awareness and participation was the “Şivlilik and Lantern Procession Enthusiasm.” Key participation drivers included a fun atmosphere, being free of charge, and leisure opportunities, while lack of time was the main barrier. Findings suggest that cultural events strengthen social bonds but also lead to issues like overcrowding and traffic. Billboard advertisements were the most common information source, followed by social media (Instagram, Facebook, X etc.). As a result of the research, recommendations were made to boost local and tourist participation and raise awareness about cultural events.

* Sorumlu Yazar

E-posta: kcinar@erbakan.edu.tr (K. Çınar)

GİRİŞ

Turizm faaliyetleri, insanların çeşitli istek ve ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Bir kesim insan deniz, kum ve güneş üçlüsünü tercih ederken, bir diğer kesim de daha sakin ve ruhen dinlendirici turizm çeşitlerini tercih etmektedir. Bu durumda da turizm endüstrisi yeni arayışlara girerek etkinlik turizmi, kültür turizmi gibi alternatif turizm türlerini ortaya çıkarmıştır. Turizm türlerinden olan kültür turizmi, son yıllarda dünya genelinde turizm endüstrisinin önemli bir bileşeni haline gelmiştir (Günel, Alaeddinoğlu & Şahinalp, 2009, s.276). BM Dünya Turizm Örgütü (www.unwto.org) kültür turizmini, 2017 yılında kabul ettiği tanımla “Ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri/ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyeti türüdür.” olarak tanımlamaktadır. Kültür turizmi, yaşadığımız toplumu aynaya yansıttığımızda gördüğümüz bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihi dokusu, gelenekleri, lezzetleri ve sanatıyla bir bütün olan bu turizm türü hem yerel halkın kimliğini güçlendirmekte hem de dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçileri büyülemektedir. Aynı zamanda da bölgenin ekonomik ve sosyal kalkınmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Etkinlik ve festival turizmi, turizmin en hızlı büyüyen turizm türlerinden biridir. Yerel ekonomilere canlılık getirdiği için, etkinlik ve festival turizmi kırsal bölgelerde artan bir şekilde popüler hale gelmektedir. Etkinlikler ve festivaller bazı bölgelerde sezona bağlı olarak turisti çekmede başarılı bir şekilde kullanılabilir (Janezco, Mules & Ritchie, 2002, s.1). Etkinlik turizmi hem arz hem de talep yönünden değerlendirilmelidir. Talep yanlı yaklaşım pozitif destinasyon imajının geliştirilmesinde, mekân pazarlamasında ve destinasyonla birlikte markalamada etkinliklerin değerlendirilmesidir. Arz tarafında ise destinasyonlar; özellikle yüksek sezon olmayan dönemlerde turistleri çekmek, kentsel yenilenebilirliği ve destinasyonun turizm kapasitesini ve altyapısını arttıran bir katalizör gibi hizmet etmek, pozitif destinasyon imajını teşvik etmek, yatırım yapmanın, çalışmanın ve yaşamının olduğu daha iyi bir mekanı teşvik edecek katkıları kapsayan genel mekan pazarlamasına katkıda bulunmak ve özel çekicilikleri ve alanları hareketlendirmek gibi çoklu amaçlara ulaşabilmek için her türlü etkinliği teşvik etmekte, uygulamakta ve geliştirmektedir (Getz, 2008, s.405).

Daha çok kültür turizminin hâkim olduğu Konya’da, kültürel mirası korumak, tanıtmak ve yeniden canlandırmak, daha fazla ziyaretçiyi bölgeye çekmek amacıyla alternatif turizm öğeleri oluşturmak ve turizmde çeşitliliği arttırmak gibi amaçlarla çeşitli kültürel etkinlikler düzenlenmektedir. Kültürel etkinlikler, tiyatro oyunları, konserler, sergiler, festivaller ve diğer kültürel etkinlikler gibi çeşitli formlarda düzenlenebilmektedir. Daha önce Konya ilinde kültürel etkinliklerin bilinirliğine ilişkin bir çalışma yapılmamış olması nedeniyle mevcut çalışmada Konya’da düzenlenen kültürel etkinliklere yönelik yerel halkın farkındalığı ele alınmaktadır. Konya’da düzenlenen kültürel etkinliklerle ilgili yerel halkın farkındalık düzeyleri, katılım sıklıkları, algıları ile bu konudaki genel görüşlerinin ne olduğuna ilişkin araştırma sorusuyla gerçekleştirilen çalışmada uzun vadede ulaşılmak istenen genel amaç Konya ilindeki kültür turizminin sürdürülebilir şehir ve topluluklar çevresinde geliştirilebilmesidir. Çalışmanın özel amacı ise kültür turizminin önemi ve Konya’daki yerel halkın periyodik olarak gerçekleştirilen kültürel etkinlikler hakkında farkındalıkları olup olmadığının ve etkinliklerin olumlu ve olumsuz etkileri ile etkinlik hakkında bilgi kaynaklarının neler olduğunun tespit edilmesidir. Etkinliklerin yerel halk tarafından bilinmesi ve benimsenmesinin, etkinliklerin bilinirliğinin sağlanmasında ve etkinliklere olan talebin artmasında önemli bir role sahip olduğu düşünülerek gerçekleştirilen bu betimsel çalışmada öncelikle kültür turizmi ve etkinlik kavramı ele alınmış, kültür turizminin

gelişiminde kültürel etkinliklerin önemine değinilmiştir. Metodoloji ve sonuç bölümlerinde ise Konya’da yaşayan halk üzerinde uygulanan araştırma bulguları ve sonuçları paylaşılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Etkinlikler

Etkinlik kavramı genel olarak ele alındığında bir yerde ve zamanda özel durumların kurulumunun olduğu önemli bir oluşum olarak görülmektedir. Etkinlik, belirli bir zamanda gerçekleştirildiği için başlangıcı ve bitişi olan geçici bir olgudur. Planlanmış etkinlikler zamansal-mekânsal bir olgudur ve bir amaç için gerçekleştirilmektedir. Her bir etkinlik, tasarım araçlarını ve programı kapsayan kurulum, insanlar ve yönetim arasındaki etkileşim nedeniyle özgündür. Etkinlikler birbirlerinden farklı olmaları nedeniyle, kişi o atmosferdeki deneyimi yaşayabilmek için etkinlik alanında olmak zorundadır (Getz, 2008, s.404). Etkinlikler genellikle büyüklük ve ölçeklerine göre gruplandırılmaktadır. Genel kategoriler “büyük etkinlikler, major events”, “mega events”, “damga etkinlikler, hallmark events” ve “yerel etkinlikler, local/community events” şeklindedir. Mega etkinliklere, Olimpik Oyunlar, Paralimpik Oyunlar, FIFA Dünya Kupası, Dünya Atletizm Şampiyonası ve Dünya Fuarları; damga etkinliklere, Rio Karnavalı, Fransa Bisiklet Turu (Tour de France), Almanya Münih Oktoberfest (Ekim Festivali); büyük etkinliklere The Isle of Man TT Races ve Silverstone British Formula One Grand Prix örnek olarak verilebilir (Bowdin, Allen, O’ Toole, Harris & McDonnel, 2006, s.15-18). Biçim ve içeriklerine göre etkinlikler; kültürel etkinlikler (sanat sergileri, konserler, tiyatro oyunları vb.), sportif etkinlikler (yarışmalar, turnuvalar vb.), fuarlar (ticaret, sanayi, tarım vb.), festivaller (film, müzik, yemek vb.), işletme etkinlikleri (toplantılar, seminerler vb.), sosyal amaçlı etkinlikler (yardım kampanyaları, gönüllülük projeleri vb.) ve ödül törenleri gibi çeşitli kategorilere ayrılabilir. (Timur, Çevik & Kıyık Kıcı, 2014, s.59). Kültürel etkinlikler yaşadığımız şehrin geçmişinde yaşanan güncel olaylar günümüzde etkinlik veya aktivite olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu etkinlikler genellikle sanat, edebiyat, müzik, dans, tiyatro ve görsel sanatlar gibi farklı alanlarda gerçekleşir. Turizmin gelişiminde yerel festivallerin düzenlenmesi son zamanlarda dünya çapında giderek daha popüler hale gelmektedir. Yerel festivallerin bir turizm tanıtım aracı olarak kullanılmasının hareketlilik kazanmasında en belirgin nedenler; festivallerin yerel turizm talebini arttırması, başarılı festivallerin bölgenin imajına katkıda bulunması ya da turizmde yer almasını sağlaması ve turizm takviminde festival tarihinin stratejik bir tarih olması turizm sezonunun genişlemesine yardımcı olmaktadır (Felsenstein & Fleischer, 2003, s.385).

Kültür Turizmi

Kültür, içinde yaşadığımız toplumun kimliğini oluşturan ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir mirastır. Bu miras, gelenekler, inançlar, sanat, dil ve daha birçok unsuru kapsamaktadır (Yıldırım Saçılık & Toptaş, 2017, s.108). Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın kültür tanımını şu şekilde ifade edebiliriz. “Kültür, bir toplumun geçmişten bugüne gelmiş örf ve adetlerin bir araya gelmesi ile oluşan ve o toplumu yansıtan kimliktir. Bu kimlik, toplumsal birliği sağlar ve toplumun gelecek nesillere aktarılması sağlayan önemli miraslardan birisidir.” (www.ktb.gov.tr). Her toplumun kendine özgü bir kültürel kimliği vardır. Bu kimlik, örf adet, gelenek görenek, sanat, dil, din, tarih, mimari ve yaşam tarzı gibi çok çeşitli unsurlardan oluşur. (Akkul, 2022, s.15). Bu kültürel unsurlar, insanların turizm faaliyetlerine olan ilgisini çeken önemli faktörlerdir. Kültür, bireysel ve toplumsal, genel ve özel, maddi ve manevi olmak üzere farklı boyutlarda incelenerek sınıflandırılmaktadır (Aktan & Tutar, 2007, s.8).

Kültürün bilinmesi ve yaşatılması için, bölgedeki yerel halka kendi kültürlerini benimsemeleri için gerekli olan tanıtım çalışmalarının yapılması gerekmektedir. İnsanların seyahat ettikleri bölgelerin geçmiş kültür ve medeniyetlerinin izlerini görme, yeni ve farklı bir kültürü tanıma isteği kültür turizmini oluşturmaktadır. Kültür turizmi, bir toplumun farklı kültürel zenginlikleri deneyimlemek için yaptıkları gezilerdir (Yıldırım Saçıklık & Toptaş, 2017, s.107). Ülkemizde turizm sektörü, gelişen ve değişen teknoloji, iklim değişikliği, ekonomi ve siyasi olaylarla sürekli değişim ve gelişim içerisinde olup, bu doğrultuda turizm ürünleri de çeşitlenmektedir. Değişen demografik yapılar, eğitim seviyesindeki artış gibi diğer unsurlarla da birleştiğinde yerli ve yabancı turistlerin seyahatleri sırasında sadece deniz, kum, güneşi tercih etmeyip farklı turizm faaliyetlerine yönelmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Bunlar arasında öne çıkanlar spor, sağlık, din ve kültür turizmi olup son yıllarda ülkemizde kültür turizmine yönelik seyahatlerin arttığı görülmektedir. Bir şehrin kültürel etkinlikleri, o şehrin kültür turizminin gelişiminde büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle şehirlerine yönelik kültür turizminin sonuçlarından fayda elde edecek yerel halkın, öncelikle bu değerlerinin farkına varması, kültürel etkinliklerini tanıması böylece kültürel mirasın korunması için farkındalığının artması gerekmektedir (Meydan Uygur & Baykan, 2007).

Bir yerin turistik bir ürün haline gelebilmesi için üç temel kriterin bir arada olması gerekmektedir: Ziyaretçilerin kolaylıkla ulaşabileceği bir konumda olması, turizm hizmetleri sunan işletmelerin bulunması ve ziyaretçileri cezbeden doğal, kültürel veya tarihsel özellikler taşımasıdır (Kızılırmak, 2006, s.182). Ulaşılabilirlik ve turizm işletmelerinin varlığı tüm destinasyonların ortak özelliği olabilirken, çekicilik özelliği destinasyonlara göre değişebilmektedir. Turizm çekicilikleri, aynı zamanda destinasyon bileşenlerinden biri olarak tüketicinin ilgisini çekmek ve seçimini destinasyona yönlendirmek açısından önemlidir (Özdemir, 2008, s.31). Bu çekicilik, destinasyondaki doğal, tarihi ve kültürel özelliklerle birlikte, bölgede düzenlenen çeşitli spor etkinlikleri, kültürel etkinlikler, kongreler, fuarlar, sergiler ve benzeri çeşitli etkinliklerle de sağlanabilmektedir. Turizmin geliştirilmesi açısından etkinlikler, giderek daha rekabetçi hale gelen turizm pazarında ürün farklılaştırma ve mevsimsellik sorunlarına bir çözüm olarak görülmektedir. Ayrıca etkinlikler, şehrin bir turizm destinasyonu olarak imajını iyileştirmek için yeterli olan ulusal ve uluslararası tanıtımı sağlayabilmekte ve yerel ve bölgesel pazar için çeşitli rekreasyon deneyimleri oluşturabilmektedir (Liu, 2014, s.499). “Turistlerin ziyaret ettiği belirli bir alanda yaşayan, bölgede turizm, iş ve benzeri geçici amaçlarla bulunmayıp, belirtilen alanda, yerleşik olduğu alanın sahibi ya da kiracısı olarak bulunan kişilerden oluşan tüm popülasyonu tanımlayan kavram” olarak nitelendirilen yerel halkın (Zerman, 2020, s.1) turizme aktif katılımı ve desteği turizmin sürdürülebilirliği açısından da önemlidir. Özellikle COVID-19 pandemisinden sonra turizmin olumsuz etkilerinin azaltılmaya çalışıldığı, yerel yönetimlerin ve ekonomilerin farklı iyileşme yolları aradığı bu dönemde, yerel halkın turizmi desteklemesinin ne kadar kritik olduğunu anlamak her zamankinden daha önemlidir (Erul, Uslu, Çınar & Woosnam, 2022).

Artan rekabet ortamında farkındalık oluşturmak, rekabetçi avantaj elde etmede önemli bir unsurdur. Farkındalık kavramı, tanınma ve bilinme kavramları ile ilişkili olarak değerlendirilebilmektedir. Farkındalık oluşturma ise pazarlama iletişimi stratejileri ile oluşturulabilmektedir (İri, İnal & Türkmen, 2011, s. 83). Farkındalık kavramı marka ile ilgili çalışmalarda kullanılmaktadır. Tüketici markanın farkında olmadığında ne marka tercihi yapabilmekte ne de satın alma niyeti taşımaktadır. Marka değeri oluşturmada marka farkındalığı oluşturmak öncelikli olmaktadır (Tekin, 2008, s.75). Benzer durum etkinlikler için de geçerlidir. Herhangi bir etkinliği sırasıyla yerel, ulusal ve uluslararası alanda marka haline getirme ve dolayısıyla marka değeri oluşturmak için öncelikle bu alanlarda farkındalık oluşturmak gerekli görülmektedir.

Konya'nın Kültür Turizmi Ürünleri

Türkiye’de turizm sektörü, gelişen ve değişen teknoloji, iklim değişikliği, ekonomi ve siyasi olaylarla sürekli değişim ve gelişim içerisinde olup, bu doğrultuda turizm ürünleri de çeşitlenmektedir. Değişen demografik yapılar, eğitim seviyesindeki artış gibi diğer unsurlarla da birleştiğinde yerli ve yabancı turistlerin seyahatleri sırasında sadece deniz, kum, güneşi tercih etmeyip farklı turizm faaliyetlerine yönelmeyi tercih ettikleri görülmüştür. Bunlar arasında öne çıkanlar spor, sağlık, din ve kültür turizmi olup son yıllarda ülkemizde kültür turizmine yönelik seyahatlerin arttığı görülmektedir. Bir şehrin kültürel etkinlikleri, o şehrin kültür turizminin gelişiminde büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle şehirlerine yönelik kültür turizminin sonuçlarından fayda elde edecek yerel halkın, öncelikle bu değerlerinin farkına varması, kültürel etkinliklerini tanıması böylece kültürel mirasın korunması için farkındalığının artması gerekmektedir (Meydan Uygur & Baykan, 2007). Konya ili, tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Ancak insanların hafızalarında Konya inanç turizmi ile yer etmiş, bu da şehirde turizmin kısıtlı bir çerçevede kalmasına neden olmuştur. Halbuki Konya kültür turizmi ve diğer alternatif turizm çeşitleri açısından da oldukça zengindir (Altun & Çınar, 2019; Karabulut & Kaynak, 2016).

Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından ve/veya ortaklığında düzenlenen kültürel etkinlikler dikkate alınarak farkındalık araştırması yapılmıştır. Kültürel etkinliklerle ilgili iki temel kriter belirlenmiştir. Bunlar etkinliğin Konya il merkezinde ve periyodik olarak düzenleniyor olmasıdır. Kültür ve Sosyal İşler Dairesi Başkanlığı ve Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre Konya’da düzenli olarak düzenlenen kültürel etkinlikler ve etkinliklere ilişkin detaylar aşağıda yer almaktadır (<https://gokonya.com/>; <https://sufisinema.gov.tr/>; <https://konya.ktb.gov.tr/>; <https://bilimfest.com/>; <https://www.kultursanatkonya.com/>).

- Teşrif-i Konya, Hazret-i Mevlâna ve ailesinin Konya’ya gelişlerinin yıldönümünü kutlamak için düzenlenen bir dizi programlar bütünüdür. Her yıl farklı temalarla etkinlik düzenlenmektedir.
- Selçuklu Payitahtı Konya, Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından, Konya’nın Türkiye Selçuklu Devleti’ne başşehir oluşunu her yıl farklı temalarla kutlamak için düzenlenen programlar bütünüdür.
- Şerbet-i Veladet, Geleneksel olarak her yıl 30 Eylül’de düzenlenmekte, Hz. Mevlâna’nın doğum gününde çeşitli görsel etkinliklerle kutlanmaktadır.
- Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni, Hz. Mevlâna’nın Vuslat Yıldönümü her yıl Aralık ayında Uluslararası Anma Töreni, Konya Mevlâna Kültür Merkezinde yapılan Semâ Programlarının yanı sıra birçok kültürel etkinliklerle gerçekleştirilmektedir.
- Ahilik Haftası Etkinlikleri kapsamında Ahilik Yürüyüşü ve Şed Kuşanma Töreni gerçekleştirilmektedir.
- Konya Kitap Günleri, Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından düzenlenmekte olup, her yıl Ekim ayında yerel halk kitapla ve kitapların yazarlarıyla buluşturulmaktadır.
- Tarihi Bedesten Alışveriş Günleri, Bedesten’in eski günlerdeki canlılığını yeniden kazanmasını sağlamak, esnafın ürünlerini daha geniş kitlelere ulaştırmasına yardımcı olmak ve Konya’nın tarihi ve kültürel zenginliklerini tanıtmak amacıyla düzenlenen etkinliktir.
- Konya Mistik Müzik Festivali, türbesi Konya’da bulunan, 13.yy büyük mutasavvıf şairi Celaleddin Rumi’nin doğum yıldönümü etkinliği için düzenlenen bir festivaldir.

- Konya Bilim Festivali, ilki 2013 yılında gerçekleştirilmiş olup bilimi birçok paydaşıyla birlikte her bransa ait atölye çalışmalarıyla harmanlayarak, bilim gösterileriyle sunarak toplumda bilime olan ilginin oluşmasında ve yayılmasında bir köprü görevini üstlenmiştir.
- Konya Çocuk Günleri, 0-14 yaş arası çocuklar için erken yaşta gelişim odaklı, eğlenceli ve öğretici etkinliklerin yer aldığı, çocukların hobiler edinmesini, beceri ve yaratıcılıklarını keşfetmesini sağlayan bir anne ve çocuk festivalidir.
- Şivlilik ve Fener alayı, Şivlilik ve Fener Alayı, Konya'nın kültürel ve sosyal hayatında önemli bir yere sahip, çocukların coşkusuyla kutlanan geleneksel etkinliklerdir. Bu etkinlikler hem dini bir öneme sahip hem de toplumsal birliği güçlendirmekte önemli bir rol oynamaktadır.
- Sema Gösterileri, Mevlâna Haftası (7-17 Aralık) hariç, yıl boyunca her Cumartesi Mevlâna Kültür Merkezinde, yaz sezonunda ise perşembe günleri Mevlâna Müzesi Bahçesinde ücretsiz semâ gösterileri düzenlenmektedir.
- Sufi Sinema Günleri, Sûfisin, Konya'nın ve Anadolu'nun tasavvufi birikiminin dünya insanlığına sinema sanatı aracılığıyla ulaştırılmasında senaryo ve yaklaşım desteği ile yönlendirici olmayı, bu alanda bir lobi gücüne ulaşmayı hedeflemektedir. İlki 2018 yılında Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından Konya Büyükşehir Belediyesi yardımlarıyla gerçekleştirilmiştir.

Metodoloji

Konya'da düzenlenen kültürel etkinliklerin bilinirliğinin ölçülmesinde veri toplama yöntemlerinden anket kullanılmıştır. Araştırma anketinde bu kriterler çerçevesinde belirlenen kültürel etkinliklerin bilinirlik durumu, derecesi ve katılım düzeyine ilişkin ifadeler, etkinliklere katılma ve katılmama nedenleri, etkinliklerle ilgili hangi kaynaklardan bilgi aldıklarını ölçen çoktan seçmeli sorular ile yerel halkın etkinliklerle ilgili görüş ve önerilerine ilişkin açık uçlu soru yer almıştır. Bilinirlik durumuna ve derecesine ilişkin soru örnekleri Tekin (2008)'in hazırlamış olduğu "Türk Telekom A.Ş.'nin Sunduğu Hizmetlerin Bilinirliğinin İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinde kullandığı anketten uyarlanmıştır. Mevcut araştırmada kültürel etkinliklerin bilinirlik durumu ve derecesinin ölçülmesinde kullanılan kategorik değişkenler, Tekin (2008)'in araştırmasında kullandığı kategorik değişkenler dikkate alınarak oluşturulmuştur. Ankette yer alan diğer sorular ve ifadeler ise literatür taramasından yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Katılımcıların demografik durumunu ölçen tanımlayıcı sorular da yer almaktadır. Araştırma ile ilgili Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 12.04.2023 tarihli ve 2023/152 karar numaralı uygunluk yazısı alınmıştır. Araştırma evrenini Konya'da ikamet eden yerel halk oluşturmaktadır. Konya ilinin seçilme amacı, zengin kültürel tarihi geçmişinin olması ve çok fazla kültürel etkinliğin düzenlenmesidir. Çalışmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme ve kolayda örnekleme birlikte kullanılmaktadır. Özellikle, zamanın az, mali imkanların kısıtlı, evrenin çok sınırlı olduğu veya pilot çalışma niteliğindeki araştırmalarda yaygın olarak tesadüfi örnekleme yöntemine başvurulmaktadır (Baştürk & Taştepe, 2013, s.143). Anket uygulaması 20.12.2023 tarihleri ile 01.02.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Konya'nın merkez ilçeleri olan Selçuklu, Karatay ve Meram'da gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni Konya merkez ilçelerinde yaşayan yerel halktan oluşmaktadır. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi'ne (ADNKS) göre toplanan 2023 yılı verilerinde Konya'nın nüfusu 1.419.031 kişiden oluşmaktadır

(<https://nvi.gov.tr/konya/istatistikler>). Araştırmada anketler yüz yüze uygulanmıştır. Katılımcılara toplam 500 anket dağıtılmıştır. 5 anket eksik veri içermesi nedeniyle analize dahil edilmemiştir. Kayıp değer olmadığı toplam 495 nicel veri SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler frekans ve yüzde dağılım analizlerine tabi tutularak yorumlanmıştır. 5’li Likert ölçeklendirmesiyle ölçümü yapılan etkinliklerin bilinirlik derecesi ile olumlu ve olumsuz etkilerine yönelik ifadelerin ağırlıklı ortalamaları alınmıştır. Ağırlıklı ortalamaların hesaplanmasında her bir ifadeye ilişkin tüm katılımcıların verdiği cevaplar toplanmış, toplam katılımcı sayısına bölünmüştür. Böylece o grupta yer alan ifadelerin sıralamasına ilişkin bulgular elde edilmiştir. Yerel halkın etkinliklerle ilgili görüş ve önerilerine ilişkin açık uçlu ifadeyi 64 katılımcı yanıtlamıştır. Bu öneriler Word dosyasında bir araya getirilerek MAXQDA programında içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi belge, mülakat dökümleri ya da kayıtlar gibi verilerin karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir. İçerik analizi ile bir araştırma metnindeki birçok kelime daha az sayıda içerik kategorisine indirgenmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2012, s.324-325).

Bulgular

“Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmada 495 nicel veri analize tabi tutulmuştur. Tablo 1’de araştırmaya katılan kişilerin demografik bilgileri frekans ve yüzde değerleriyle gösterilmektedir.

Tablo 1’e göre katılımcıların yaklaşık %49’u kadın, %51’i erkek; yaklaşık %52’si 26-45 yaş yaş aralığında olup katılımcıların orta yaş grubunda yer almaktadır. Eğitim durumu dağılımlarına bakıldığında, katılımcıların çoğunluğu ön lisans ve lisans eğitim düzeyine sahiptir. Cevaplayıcıların mevcut pozisyonlarına bakıldığında en fazla katılımcı işçi, öğrenci ve memur düzeyindedir. Katılımcıların büyük bir kısmı turizm sektöründe çalışmamaktadır. Konya’daki yaşama sürelerine ilişkin dağılıma bakıldığında katılımcıların çoğunluğu 6 yıldan fazla süredir Konya’da yaşamaktadır.

Tablo 1. Demografik Bulgular

Değişken	f	%
Cinsiyet		
Kadın	252	50,9
Erkek	243	49,1
Yaş		
18-25	156	31,5
26-35	111	22,4
36-45	150	30,3
46-55	58	11,7
56 ve üzeri	20	4,0
Medeni Durum		
Evli	233	47,1
Bekar	262	52,9
Eğitim Durumu		
İlkokul	18	3,6
Ortaokul	48	9,7
Lise	130	26,3
Ön Lisans	77	15,6
Lisans	202	40,8
Lisansüstü	20	4,0

Tablo 1. Demografik Bulgular (devamı)

Mevcut Mesleki Durum		
Memur	74	14,9
İşçi	130	26,3
Kendi İş	69	13,9
Ev Hanımı	39	7,9
Emekli	25	5,1
Öğrenci	142	28,7
İşsiz	16	3,2
Diğer	-	-
Turizm Sektörüyle Bağlantı Durumu		
Doğrudan turizm sektöründe çalışıyorum (otel, seyahat acentesi, restoran, araba kiralama vb.)	17	3,4
Dolaylı olarak turizm sektöründe çalışıyorum (Alışveriş merkezleri, hediyelik eşya satan yerler vb)	95	19,2
Turizm sektöründe çalışmıyorum.	383	77,4
Konya’da Yaşama Süresi		
1 yıldan az	25	5,1
1-3 yıl	90	18,2
4-6 yıl	46	9,3
6 yıldan fazla	334	67,5
Konya’da İkamet Edilen İlçe		
Selçuklu	238	48,1
Karatay	137	27,7
Meram	120	24,2
GENEL TOPLAM	495	100

Tablo 2’de Konya’da düzenlenen etkinliklerin bilinirlik durumuna ilişkin frekans ve yüzde dağılımları gösterilmektedir. Katılımcıların yaklaşık %24’ü Teşrif-i Konya etkinliği hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık %12’si bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık %64’ü de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların %30’u Selçuklu Payitahtı Konya etkinliği hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık %14’ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık %57’si de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadığını ifade etmiştir.

Katılımcıların yaklaşık %25,3’ü Şerbet-i Veladet etkinliği hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, % 22’si etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 53’ü de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını ifade etmiştir. Katılımcıların yaklaşık %6’sı Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık %43’ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve %51’i de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların yaklaşık % 19’u Ahilik Haftası Etkinlikleri hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık % 35,4’ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 46’sı da etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık % 6’sı Konya Kitap Günleri hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık % 48’i bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 64’ü de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların yaklaşık % 11’i Tarihi Bedesten Alışveriş Günleri hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık % 46’sı bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 44’ü de etkinlik hakkında bilgiye sahip

olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık % 27'si Konya Mistik Müzik Festivali hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, % 23'ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve % 50'si de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %16'sı Semâ Gösterileri hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık % 33'ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 51'i de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların yaklaşık % 46'sı Sufi Sinema Günleri (SUFİSİN) hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, % 15'i bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 39'u da etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık %14'ü Konya Bilim Festivali hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, % 27'si bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve yaklaşık % 60'ı da etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların yaklaşık % 28'i Konya Çocuk Günleri hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, yaklaşık % 24'ü bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve % 48'i de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların yaklaşık % 11'i Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu hakkında bilgiye sahip olmadıklarını, % 66'sı bilgiye sahip olduklarını ve bu etkinliğe katıldıklarını ve % 24'ü de etkinlik hakkında bilgiye sahip olduklarını ancak işleri nedeniyle veya ilgilenmedikleri için etkinliğe katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 2. Konya'da Düzenlenen Etkinliklerin Bilinirlik Durumuna İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı

Etkinlik	Bilinirlik Durumu								TOPLAM	
	Bilgim var, bu etkinliğe katılıyorum.		Bilgim var, ancak işlerim nedeniyle hiç katılmadım.		Bilgim, var, ancak ilgilenmediğim için hiç katılmadım.		Bilgim yok.			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Teşrif-i Konya (Hz. Mevlâna Karşılama Töreni)	57	11,5	227	45,9	90	18,2	121	24,4	495	100
Selçuklu Payitahtı Konya (Konya’nın Başkent oluş programı)	67	13,5	191	38,6	88	17,8	149	30,1	495	100
Şerbet-i Veladet (Hz. Mevlana’nın Doğum Yıl Dönümü)	109	22	174	35,2	87	17,6	125	25,3	495	100
Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni	212	42,8	180	36,4	73	14,7	30	6,1	495	100
Ahilik Haftası Etkinlikleri	175	35,4	164	33,1	62	12,5	94	19	495	100
Konya Kitap Günleri	236	47,7	183	37	49	9,9	27	5,5	495	100

Tablo 2. Konya’da Düzenlenen Etkinliklerin Bilinirlik Durumuna İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (devamı)

Tarihi Bedesten Alışveriş Günleri	225	45,5	164	33,1	54	10,9	52	10,5	495	100
Konya Mistik Müzik Festivali	112	22,6	180	36,4	68	13,7	135	27,3	495	100
Semâ Gösterileri	164	33,1	168	33,9	85	17,2	78	15,8	495	100
Sufi Sinema Günleri (SUFİSİN)	76	15,4	123	24,8	69	13,9	227	45,9	495	100
Konya Bilim Festivali	135	27,3	201	40,6	92	18,6	67	13,5	495	100
Konya Çocuk Günleri	117	23,6	149	30,1	91	18,4	138	27,9	495	100
Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu	324	65,5	77	15,6	39	7,9	55	11,1	495	100

Tablo 3’te Konya’da düzenlenen etkinliklerin bilinirlik derecelerine ilişkin frekans, yüzde ve ortalamaları gösterilmektedir. Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu 4,07 ağırlıklı ortalama ile en fazla bilinirlik derecesine sahiptir. Konya Kitap Günleri ikinci sırada ve Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni üçüncü sırada yer almaktadır. Sufi Sinema Günleri (SUFİSİN) Turnuvası 2,27 ağırlıklı ortalama ile en az bilinirliğe sahip etkinliktir.

Tablo 3. Konya’da Düzenlenen Etkinliklerin Bilinirlik Derecesine Göre Frekans, Yüzde ve Ortalama Değerleri

Etkinlik	Bilinirlik Derecesi										Toplam	Ortalama
	Hiç		Az		Orta		İyi		Çok İyi			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Teşrif-i Konya (Hz. Mevlâna Karşılama Töreni)	113	22,8	93	18,8	210	42,4	25	5,1	54	10,9	495	2,62
Selçuklu Payitahtı Konya (Konya’nın Başkent oluş programı)	135	27,3	101	20,4	173	34,9	18	3,6	68	13,7	495	2,56
Şerbet-i Veladet (Hz. Mevlana’nın Doğum Yıl Dönümü)	112	22,6	92	18,6	164	33,1	19	3,8	108	21,8	495	2,84
Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni	28	5,7	64	12,9	158	31,9	26	5,3	219	44,2	495	3,70
Ahilik Haftası Etkinlikleri	84	17	63	12,7	160	32,3	13	2,6	175	35,4	495	3,27
Konya Kitap Günleri	26	5,3	49	9,9	156	31,5	30	6,1	234	47,3	495	3,80
Tarihi Bedesten Alışveriş Günleri	43	8,7	57	11,5	152	30,7	25	5,1	218	44	495	3,64
Konya Mistik Müzik Festivali	126	25,5	69	13,9	165	33,3	23	4,6	112	22,6	495	2,85
Semâ Gösterileri	72	14,5	87	17,6	154	31,1	18	3,6	164	33,1	495	3,23
Sufi Sinema Günleri (SUFİSİN)	216	43,6	80	16,2	118	23,8	13	2,6	68	13,7	495	2,27
Konya Bilim Festivali	52	10,5	99	20	170	34,3	32	6,5	142	28,7	495	3,23
Konya Çocuk Günleri	128	25,9	90	18,2	148	29,9	16	3,2	113	22,8	495	2,79
Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu	48	9,7	39	7,9	67	13,5	16	3,2	325	65,7	495	4,07

Tablo 4'te etkinliklere genel olarak katılma ve katılmama durumlarının frekans ve yüzde dağılımları gösterilmektedir. Katılımcılar en fazla eğlenceli atmosfer nedeniyle etkinliklere katıldıklarını belirtmiştir. Bunların dışında en fazla katılma nedenleri etkinliklerin ücretsiz olması, hoşça vakit geçirme, aile ya da arkadaşlarla birlikte olma da diğer katılma nedenleri arasında yer almaktadır.

Etkinliklere genel olarak katılmama nedenlerine bakıldığında ise yeterli zamana sahip olmama en fazla katılmama nedeni olarak görülmektedir. Katılmama nedenleri arasında ulaşım sorunu ikinci sırada yer alırken kalabalık ve sıkışıklık üçüncü katılmama nedeni olarak belirtilmiştir.

Tablo 4. Konya'da Düzenlenen Etkinliklere Katılma ve Katılmama Durumlarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı

Katılma Nedenleri			Katılmama Nedenleri		
Değişken	f	%	Değişken	f	%
Eğlenceli atmosfer	279	56,4	İlgilenmiyorum	79	16
Ücretsiz olması	218	44	Yeterli zamanım yok	324	65,5
Hoşça vakit geçirme	217	43,8	Ulaşım sorunu	144	29,1
Aile ya da arkadaşlarla birlikte olmak	210	42,4	Kalabalıklık ve sıkışıklık	139	28,1
Etkinlikte yarışmak/yer almak	76	15,4	Kişisel güvenlik	40	8,1
Yeni insanlarla tanışma	178	36	Sağlık sorunu	8	1,6
Farklı bir deneyim yaşama	167	33,7			

Tablo 5'te Konya'da düzenlenen etkinliklerin olumlu etkilerine ilişkin frekans, yüzde ve ortalamaları gösterilmektedir. Sosyal bağı güçlendirme 4,51 ağırlıklı ortalama ile etkinliklerin en fazla olumlu etkisi olarak ifade edilmiştir. Alt yapı imkanlarını artırma ise 4,19 ağırlıklı ortalama ile daha az ifade edilen olumlu etki olarak ifade edilse de etkinliklerin Konya'nın hem alt yapısını hem de destinasyon pazarlamasına olumlu etkilerinin olduğu kaçınılmazdır. Katılımcılar, Konya'ya en fazla olumlu fayda sağladığını düşündükleri etkinliği Şeb-i Arus olarak ifade ederken ikinci sırada Kitap Günleri yer almıştır.

Tablo 5. Konya'da Düzenlenen Etkinliklerin Olumlu Etkilerine İlişkin Frekans, Yüzde ve Ortalama Değerleri

Değişken	Olumlu Etki Derecesi										Toplam	Ortalama
	Tamamen Etkisiz		Etkisiz		Ne Etkili Ne Etkisiz		Etkili		Çok Etkili			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Turizmin çeşitliliğini artırma	7	1,4	11	2,2	36	7,3	117	23,6	324	65,5	495	4,50
Pozitif destinasyon imajı	3	0,6	11	2,2	45	9,1	129	26,1	307	62	495	4,47
Destinasyon markasına katkı	4	0,8	16	3,2	51	10,3	114	23	310	62,6	495	4,43
Destinasyon tanıtımı	13	2,6	7	1,4	38	7,7	132	26,7	305	61,6	495	4,43
Bölgeye doğrudan ekonomik fayda sağlama	13	2,6	8	1,6	68	13,7	167	33,7	239	48,3	495	4,23
Sosyal bağı güçlendirme	4	0,8	9	1,8	35	7,1	132	26,7	315	63,6	495	4,51
Yerel halk ile turist arasında olumlu kültürel etkileşim sağlama	6	1,2	13	2,6	39	7,9	116	23,4	321	64,8	495	4,48
Alt yapı imkanlarını arttırma	13	2,6	29	5,9	79	16	106	21,4	268	54,1	495	4,19

Tablo 6'da Konya'da düzenlenen etkinliklerin olumsuz etkilerine ilişkin frekans, yüzde ve ortalamaları gösterilmektedir. Kalabalıklık 3,55 ağırlıklı ortalama ile en fazla ifade edilen olumsuz etkidir. Trafik sorunu de en

fazla belirtilen olumsuz etkilerdendir. Suç oranlarını arttırma ise 2,10 ağırlıklı ortalama ile daha az ifade edilen olumsuz etki olarak görülmektedir. Katılımcıların %98'i Konya'yı en fazla olumsuz etkilediğini düşündükleri etkinliği “Yok” şeklinde belirtmiştir.

Tablo 6. Konya’da Düzenlenen Etkinliklerin Olumsuz Etkilerine İlişkin Ağırlıklı Toplam ve Ağırlıklı Ortalamaları

Değişken	Olumsuz Etki Derecesi										Toplam	Ortalama
	Tamamen Etkisiz		Etkisiz		Ne Etkili Ne Etkisiz		Etkili		Çok Etkili			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Trafik sorunu	26	5,3	81	16,4	132	26,7	112	22,6	144	29,1	495	3,54
Çöp ve kirlilik	69	13,9	106	21,4	213	43	54	10,9	53	10,7	495	2,83
Gürültü	62	12,5	102	20,6	222	44,8	61	12,3	48	9,7	495	2,86
Çevresel hasar	159	32,1	123	24,8	132	26,7	32	6,5	49	9,9	495	2,37
Yerel halkın olağan hayatını etkileme	170	34,3	144	29,1	123	24,8	31	6,3	27	5,5	495	2,19
Kalabalıklık	24	4,8	84	17	133	26,9	105	21,2	149	30,1	495	3,55
Kaynakların aşırı tüketimi	145	29,3	132	26,7	146	29,5	35	7,1	37	7,5	495	2,37
Suç oranlarını arttırma	192	38,8	146	29,5	104	21	22	4,4	31	6,3	495	2,10

Tablo 7’de Konya’da düzenlenen etkinlikler hakkında bilgi alınan kaynaklara ilişkin frekans ve yüzde dağılımı görülmektedir. Katılımcıların %77’si etkinlikler hakkında billboard reklamı ile haberdar olduğunu belirtmiştir. En fazla bilgi alınan ikinci kaynak sosyal medya (Instagram, Facebook, X vd.) iken Konya Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi üçüncü sırada yer almaktadır. Tablodaki verilere göre Konya’da düzenlenen etkinlikler hakkında ulusal gazete ve yerel gazete gibi basılı kaynakların en az başvuru alan bilgi kaynakları olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Konya’da Düzenlenen Etkinlikler Hakkında Bilgi Alınan Kaynaklara İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı

Değişken	f	%	Değişken	f	%
Ulusal Televizyon Kanalı	14	2,8	Sosyal Medya (Instagram, Facebook, X vd.)	376	76
Yerel Televizyon Kanalı	101	20,4	E-Posta	12	2,4
Ulusal Radyo	10	2	Kısa Mesaj	114	23
Yerel Radyo	41	8,3	Billboard Reklamı	382	77,2
Ulusal Gazete	4	0,8	Konya Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi	324	65,5
Yerel Gazete	7	1,4	Ağızdan Ağıza Bilgilendirme	303	61,2

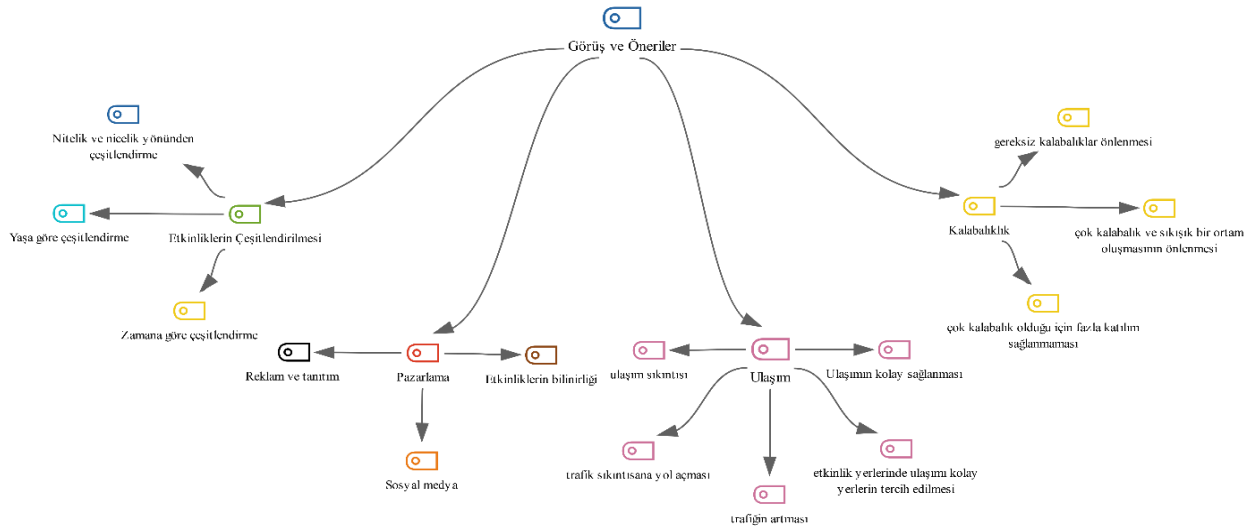
Tablo 8’de Konya’ya ilişkin ifadelerle ilgili frekans ve yüzde dağılımı görülmektedir. Katılımcıların %97’si Konya’nın tarihi ve kültür açısından zengin bir şehir olduğunu; %96’sı Mevlâna Müzesi/ Şeb-i Arus törenlerinin Konya’nın imajına katkısının büyük olduğunu; %96’sı Konya’nın geleneksel bir şehir olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 8. Konya’ya İlişkin İfadelerin Frekans ve Yüzde Dağılımı

İfade	Katılmıyorum		Fikrim yok		Katılıyorum		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Konya tarihi ve kültürü zengin bir şehirdir.	4	0,8	9	1,8	482	97,4	495	100
Mevlâna Müzesi/ Şeb-i Arus törenlerinin Konya’nın imajına katkısı büyüktür.	5	1	13	2,6	477	96,4	495	100
Konya geleneksel bir şehirdir.	8	1,6	14	2,8	473	95,6	495	100

Konya’da yaşayan 64 katılımcı yerel halkın kültürel etkinliklerle ilgili görüş ve önerileri dört temadan oluşmaktadır. Bu temalar “etkinliklerin çeşitlendirilmesi”, “pazarlama”, “ulaşım” ve “kalabalıklık”tır. “Etkinliklerin çeşitlendirilmesi” teması 3 alt koddan oluşmaktadır. Bu alt kodlar toplam 22 ifade ile “nitelik ve nicelik yönünden

çeşitlendirme”, “yaşa göre çeşitlendirme” ve “zamana göre çeşitlendirme”dir. “Pazarlama” teması 3 alt koddan oluşmaktadır. Bu alt kodlar toplam 17 ifade ile “reklam ve tanıtım”, “sosyal medya” ve “etkinliklerin bilinirliği”dir. “Ulaşım” teması 5 ifadeden ve “kalabalıklık” teması 3 ifadeden oluşmaktadır. Tema ve alt kodlara ilişkin hiyerarşik kod- alt kod modeli Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Etkinliklere İlişkin Görüş ve Önerilerin Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli

Sonuç ve Tartışma

Bir toplum turist destinasyonu haline geldiğinde yerel halkın yaşam kalitesi bu durumun sonuçlarından etkilenmektedir. Çünkü bir destinasyon haline gelmek insan sayısının artmasını, yolların kullanımının artmasını, çeşitli ekonomik ve istihdam temelli etkileri de beraberinde getirmektedir. Ev sahibi nüfusun bilgisi ve desteği olmaksızın planlanan ve inşa edilen herhangi bir turizm projesinin başarısı tehdit altındadır. Turizm sektörünün başarısı çekicilik ve hizmetlere bağlı olmakla birlikte yerel halkın konukseverliğini de gerektirmektedir (Gursoy, Jurovski & Uysal, 2002, s.80). Yerel halkın turizm gelişimine verdiği tepkileri ve tepkilerini etkileyen faktörleri anlamak turizmin geliştirilmesinde yerel toplumun desteğini almak açısından önemlidir. Yerel halkın desteği gelişim, başarılı yönetim ve turizmin sürdürülebilirliği için gereklidir (Yoon, Gursoy & Chen, 2001, s.363-364). Yerel halkın bu tür etkinliklerin düzenlenmesinde önemli bir role sahip olmasından bu yana, yerel halkın algılamaları bu etkinliğin devamının sağlanmasında önemlidir (Yang, Zeng & Gu, 2010, s.161). Bu yargılar neticesinde; yerel halkın etkinliklere yönelik ilgisini çekmek, bilgi düzeylerini arttırmak ve onlardan gelebilecek olumlu ve olumsuz tepkilere göre etkinlikleri planlamak etkinliklerin verimliliği ve bilinirliği konusunda önemli bir husustur. Faydaları maksimize etmek, maliyetleri minimize etmek ve başarılı çıktı sağlamak için etkinliklere ev sahipliği yapmadan önce yerel halk ile sahip olunan bağın derecesi daha iyi olması önerilmektedir (Lorde, Greenidge & Devonish, 2011, s.349).

Bu çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından ve/veya ortaklığında düzenlenen 13 etkinliğe ilişkin Konya’da yaşayan yerel halkın farkındalığını ölçmek amacıyla keşifsel bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda;

- Yerel halk tarafından bilinirliği ve katılım durumu en fazla olan etkinlik “Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu” olarak bulgulanmıştır. Tarihi Bedesten Alışveriş Günleri, Konya Kitap Günleri ve Şeb-i Arus Uluslararası Anma Töreni etkinlikleri ile ilgili olarak da halkın bilgisi olmakla birlikte katılım oranı yüksektir. Yerel

halkın bilgi sahibi oldukları ancak işleri ve ilgilenmemeleriyle katılmadıkları etkinlik ise Teşrif-i Konya (Hz. Mevlâna Karşılama Töreni) olarak bulgulanmıştır. Araştırmaya katılan yerel halkın bilgi sahibi olmadıkları etkinlik ise Sufi Sinema Günleri etkinliğidir. Bulgular özel temalı etkinliklerle ilgili bilinirlik durumunun ve katılımın daha düşük olduğunu göstermektedir.

- Etkinliklerin bilinirlik derecesi bilinirlik durumuyla orantılı olarak Şivlilik ve Fener Alayı Coşkusu'nda daha fazla iken, Sufi Sinema Günleri'nde daha azdır.
- Yerel halkın etkinliklere katılma nedenlerinin genellikle eğlenceli atmosfer, ücretsiz olması, hoşça vakit geçirme olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
- Etkinliklere genel olarak katılmama nedenlerine bakıldığında ise yeterli zamana sahip olmama en fazla karşılaşılan cevaptır. Bu da etkinliklere katılımın büyük oranda pasif katılım şeklinde olması ve insanları katılıma çok fazla zorunlu kılmamasına bağlı olarak kişilerin yeterli zamanı oluşturamaması katılımı azaltıcı unsurlara örnek olarak verilebilmektedir. Ulaşım sorunu ile kalabalıklık ve sıkışıklık da diğer katılmama nedenleri arasında yer almaktadır. Bu bulgu ayrıca 64 katılımcıdan alınan açık uçlu ifadelerin analizi sonucunda da elde edilmiştir.
- Konya'da düzenlenen etkinliklerin Konya'ya en fazla olumlu etkisinin sosyal bağ güçlendirme olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında etkinliklerin turizmin çeşitliliğini arttırma, destinasyon tanıtımı, destinasyon markasına katkı ve pozitif destinasyon imajı oluşturmada da olumlu etkiler arasındadır. Bu unsurlar etkinliklerin soyut faydaları olmakla birlikte, etkinliklerin organizasyonu başarılı olmadığında, kısıktırıldığında ve verimliliği düştüğünde bu soyut fayda somut zarara dönüşebilmektedir. Etkinliklerin olumlu etkileri arasında yer alan yerel halk ile turist arasında olumlu kültürel etkileşim sağlama da yerel halkın çoğunlukla katıldığı olumlu etkiler arasında yer almaktadır. Özellikle araştırmada kültürel etkinliklerin konu alınması bu olumlu etkilerin öne çıkmasında etkili olmuştur.
- Konya'da düzenlenen etkinliklerin Konya'ya en fazla olumsuz etkisi kalabalıklık ve sonrasında trafik sorunu olduğu bulgulanmıştır. Bunun dışında gürültü, çöp ve kirlilik de Konya'yı en fazla olumsuz etkileyen durumlar arasındadır. Nitekim katılımcılardan elde edilen görüş ve önerilere ilişkin verilerin içerik analizinde de trafik ve kalabalıklık sorununun vurgulandığı görülmüştür. Özellikle şehir merkezindeki ana yolların kullanıldığı etkinliklerde bu sorun belirgin bir şekilde kendini göstermektedir.

Yerel halkın etkinliklere yönelik algılamalarıyla ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar ise genellikle “damga” veya “mega” etkinlikler olarak isimlendirilen büyük etkinlikler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yang ve arkadaşları (2010) yapmış oldukları çalışmada etkinliklerin olumlu etkileri şehir imajını arttırma ve kuvvetlendirme, turizm altyapısının gelişimi, ekonomik faydalar, kültür değişimi, çevresel ve kültür koruması; olumsuz etkileri ise ekonomik maliyetler, sosyal ve çevresel problemler, kültür çatışması olarak bulgulanmıştır. Lorde ve arkadaşlarının (2011) yapmış oldukları çalışmada, ev sahibi bölgenin etkinlik öncesinde ve sonrasında algılamaların değiştiği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu algılamalar yedi farklı faktörden oluşmaktadır. Bunlar; kültürel değişimin faydaları, sosyal problemler, ekonomik faydalar, doğal kaynak ve kültürel gelişim, trafik sıkışıklığı ve kirlilik, fiyatlarda artış ve inşaat maliyetleridir. Jackson 2008 yılında yapmış olduğu çalışmada Daytona Beach'te düzenlenen etkinliklere yönelik genel bir çalışma yapılmış ve çalışmada yerel halkın, destinasyona sosyal ve ekonomik olarak fayda sağlayan etkinliklerin yanında olduğu ve negatif etkilerle de başa çıkılabileceği sonucu ortaya çıkmıştır. Etkinliklerin etkileri somut- soyut fayda ve maliyet olarak sınıflandıran Wood ve Thomas (2009, s.152)'ye göre ise etkinliklerin somut

faydaları yerel ekonomideki geliri arttırma, iş imkanlarını arttırma, medyada olumlu yansımalar ve görüntüler, sponsorluk fırsatları; soyut faydaları artan ya da elde edilen toplumsal kıvanç, kültürel yenileşme, ev sahibi destinasyonda arttırılmış bilgi ve yatırım, uzun dönemde ticari ve konut emlak değerlerinde artış, kişiler arası güven gibi sosyal sermayenin gelişimi, organizasyonel ve diğer aktarılabılır beceriler gibi insan sermayesinin gelişimi, kültürlerarası bağlantı; somut maliyetler polis, temizlik vb. özel hizmetlerin maliyeti, tanıtım maliyeti, etkinliğin sahnelenmesindeki doğrudan maliyetler; soyut maliyetler kalabalıklık ve bölge halkının rahatsız edilmesi, gürültü ve görüntü kirliliği, suçluluk, etkinliğin kötü organizasyonuna bağlı olarak kötü itibar ve imaj, kültürlerarası yanlış anlamadır.

- Etkinlerin bilinirliğinin belirli etkinliklerde daha yoğun olması ve diğer bir ifadeyle belirli etkinliklerde daha az olması öncelikle tanıtımının çok fazla yapılmamasından, daha sonra ilgisizlik, yeterli zaman sıkıntısı gibi subjektif nedenlerden kaynaklanmaktadır. Subjektif nedenlere müdahale çok fazla mümkün olamazken, tanıtımın yaygınlaştırılması etkinlik organizasyonunun önemli bir parçasıdır. Çalışmada etkinlikle bilgi alınan kaynağın en fazla billboard reklamı ve akabinde sosyal medya (Instagram, Facebook, X vd.) olduğu bulgulanmıştır. Pazarlama iletişiminde önemli bir kavram olan “Ağızdan Ağıza Bilgilendirme” etkisini etkinliklerin tanıtımında da göstermektedir. Bununla birlikte Konya Büyükşehir Belediyesi web sitesinin de etkinliklerin duyurulmasında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Araştırmada etkinliklerle ilgili en az bilgi alınan kaynağın ise ulusal gazete olduğu bulgulanmıştır.
- Etkinliğe katılan katılımcıların Konya’nın tarihi ve kültürü zengin, geleneksel bir şehir olması ile Şeb-i Arus törenlerinin Konya’nın imajına katkısının büyük olduğuna dair genel olarak hemfikir olduğu bulgulanmıştır.
- Katılımcılardan alınan görüş ve önerilerin içerik analizinde etkinliklerin çeşitlendirilmesi, pazarlama, ulaşım ve kalabalıklık ana temaları oluşmuştur. Katılımcılar etkinliklerin yaşa göre çeşitlendirilmesi, zamana yayılması ve daha fazla çeşitte ve sayıda etkinlik düzenlenmesi önerisinde bulunmuştur. Pazarlama ile ilgili olarak ise etkinliklerle daha fazla reklam ve tanıtımın yapılmasını ve böylece etkinlerin bilinirliğinin arttırılmasını önermişlerdir. Katılımcılar ulaşım ve kalabalıklıkla ilgili de görüş bildirmiş, etkinliklerin ulaşımı kolay yerlerde düzenlenmesini, çok sıkışık ve kalabalık bir ortam oluşmasının önlenmesini önermişlerdir.

Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, yoksulluğu ortadan kaldırma, çevreyi koruma, iklim değişikliğiyle mücadele ve barışı sağlama gibi temel hedeflerin yanı sıra, şehirleri ve toplulukları sürdürülebilir hale getirmeyi de amaçlamaktadır (<https://sdgs.un.org>). Sürdürülebilir şehirlerin hedefi, şehirlerin sadece fiziksel altyapısına değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik yapısına da odaklanarak daha adil ve eşitlikçi bir yaşam ortamı sunmayı amaçlar. Bu hedef, iklim değişikliği, yoksulluk ve eşitsizlik gibi küresel sorunlarla da mücadelede etmede önemli bir rol oynar (www.kureselamaclar.org). Konya ili sürdürülebilir şehirler ve topluluklar yaklaşımına yönelik adımlar atan öncü şehirlerimizden biridir. Bu adımlar arasında, şehir merkezinde bisiklet yollarının oluşturulması, toplu taşıma araçlarının kullanımının teşvik edilmesi, enerji verimliliği konusunda yapılan çalışmalar ve yeşil alanların artırılması öne çıkmaktadır. Bununla birlikte geleneksel tarım yöntemlerinin modern teknolojilerle birleştirilerek, sürdürülebilir tarım uygulamalarının geliştirilmesi de sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalara örnek gösterilebilir. Türkiye’deki ilk sürdürülebilir turizm geliştirme projesi olan ‘Sille Turizm Master Planı’nı da yine Konya hayata geçirmiştir (Dinç, 2022). Bir başka deyişle Konya, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar konusunda attığı adımlarla hem çevre hem de toplumsal kalkınma açısından önemli öncü bir rol üstlenmektedir. Konya’nın kültürel zenginliğinin, sürdürülebilir

kalkınma hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynayabileceği, bu bağlamda kültür turizmi üzerinde durulması gerektiği düşünülmektedir. Konya'nın turizm potansiyelini sürdürülebilir bir şekilde geliştirmek büyük önem taşımaktadır. Konya'da kültür turizminin sürdürülebilirliğini sağlamak Konya yerel halkı için de büyük önem taşımaktadır. Bu model yerel ekonomiye katkı sağlamak, tarihi ve doğal güzelliklerin korumak, yerel halkla turistler arasında etkileşimin arttırmak, turist memnuniyetinin ve tekrar ziyaret oranının yükseltmek ile Konya'nın uluslararası alandaki imajının güçlendirmek gibi çeşitli faydalar sağlar (Akkul, 2022). Sonuç olarak, Konya'da düzenlenen etkinlikler bölgede turizm çeşitliliğini sağlamada önemli bir yere sahip iken, yerel halkın belirli etkinlikler dışındaki etkinlikler hakkında genel olarak bilgiye sahip olduğu ancak katılmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Etkinliklerin uluslararasılaşması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve “yerel” etkinlik yapısından çıkarak “damga”, “mega” veya “büyük” etkinlik haline gelebilmesi, yerel halkın desteğinin alınarak profesyonel organizatörler tarafından sadece ilgililenlere değil tüm topluma hitap edecek ve ortak paydada buluşturacak etkinliklerin düzenlenmesiyle mümkün olabilecektir. Bunun için de etkinliği ve etkililiği yüksek etkinlikler düzenlenmeli, ücretli etkinlikler de ücretsiz etkinliğe dönüştürülerek tanıtım faaliyetleri arttırılmalı, yerel halkın da bir paydaş olarak fikirleri alınmalı, etkinliklerin verimliliğinin ölçülmesinde kullanılabilecek katılımcı sayısı, elde edilen ekonomik gelirler ve etkinliklerin düzenlenmesine ilişkin yapılan harcamaların yer aldığı veri tabanı oluşturulmalıdır. Bu çalışma, kültür turizminin gelişiminde kültürel etkinliklerin rolünü ve yerel halkın bu etkinliklere olan farkındalığını anlamaya yönelik bir araştırmanın ilk adımını oluşturmaktadır. Araştırmada katılımcı sayısının 495 ile sabit tutulması, araştırmanın bir etkinlik dönemi sonrasında değil normal bir zaman diliminde gerçekleştirilmesi ve etkinlik kapsamının kültürel etkinliklerle kısıtlanması araştırmanın sınırlılıkları arasında yer almaktadır. Yerel halkın kültürel etkinliklere katılımını etkileyen faktörleri belirlemek ve bu etkinliklerin bölgenin turizm potansiyeline etkisini değerlendirmek, kültür turizminin daha etkili ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmesine katkı sağlayabilir. İlerleyen süreçte araştırma sorularının kapsamını daha da genişleterek, araştırmanın özellikle kültürel etkinliklerden hemen sonra gerçekleştirilmesi ve belirli dönemlerde tekrarlanması daha verimli sonuçlar alınması açısından gelecekte yapılacak araştırmalar için önerilmektedir. Özellikle Konya özelinde düzenlenen diğer sportif ve bilimsel etkinlikler için de benzer araştırmaların yapılması Konya'nın bütünleşik etkinlik yönetimi açısından önemlidir. Bu bağlamda, araştırmanın bulgularının sektör ilgililerine önemli bir yol gösterici olması beklenmektedir.

Teşekkür

Bu çalışma TÜBİTAK tarafından 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri 2023 yılı 1. Çağrı döneminde kabul almış ve desteklenmiştir. 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı kapsamında projemizin kabul edilmesinden ve projemizin desteklenmesinden dolayı TÜBİTAK'a en içten teşekkürlerimizi sunarız.

Beyan

Makalenin tüm yazarları makale sürecine eşit katkıda bulunmuştur. Yazarların beyan edecekleri herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. Araştırma ile ilgili Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 12.04.2023 tarihli ve 2023/152 karar numaralı uygunluk yazısı alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Altun, E., & Çınar, K. (2019). İnanç turizmi kapsamında Mevlâna Müzesini ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 14-42.
- Akkul, A. (2022). *Kültürel Değerlerin Aktarılmasında Profesyonel Turist Rehberlerinin Roller: Konya Örneği* (Yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, C. C., & Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitapevi.
- Baştürk, S., & Taştepe, M. (2013). *Evren ve Örneklem*. S. Baştürk (Ed.), Bilimsel araştırma yöntemleri (s. 129-159). Ankara: Vize Yayıncılık.
- Bilim Fest. <https://bilimfest.com/>. Erişim Tarihi: 03.08.2023.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events Management*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Dinç, İ. (2022). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Tarihi Sille Köyü'nün Sosyal ve Psikolojik Taşıma Kapasitesinin Analizi* (Yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erul, E., Uslu, A., Çınar, K., & Woosnam, K. M. (2022). Using a value-attitude-behaviour model to test residents' pro-tourism behaviour and involvement in tourism amidst the Covid-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 26(19), 3111-3124.
- Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41, 385-392.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- Go Konya. (2024). <https://gokonya.com/>. Erişim Tarihi: 04.07.2024.
- Günel, V., Alaeddinoğlu, F., & Şahinalp, M. S. (2009). Türkiye'ye yönelik kültürel turizm turları ve başlıca güzergâhlar. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 275-298.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- İri, R., İnal, M. E., & Türkmen, H. H. (2011). Şehir pazarlamasında bilinirliğin önemi: Niğde yöresinin bilinirliğinin ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 81-96.
- Jackson, L.A. (2008). Residents' perceptions of the impacts of special event tourism. *Journal of Place Management and Development*, 1(3), 240-255.
- Janezcko, B., Mules, T. & Ritchie, B. (2002). Estimating the economic impacts of festivals and events: A research guide. *Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism*, Australia.

- Karabulut, T. & Kaynak, İ. H. (2016). İnanç turizmi bağlamında kentsel turizm ve kültürel turizm: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 185-191.
- Kızıllırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 181-196.
- Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. <https://konya.ktb.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 04.07.2024.
- Kültür Sanat Konya. <https://www.kultursanatkonya.com/>. Erişim Tarihi: 03.08.2024.
- Küresel Amaçlar. <https://www.kureselamaclar.org>. Erişim Tarihi: 31.03.2024.
- Liu, Y.D. (2014) Cultural events and cultural tourism development: Lessons from the European capitals of culture. *European Planning Studies*, 22(3), 498-514.
- Lorde, T., Greenidge, D. & Devonish, D. (2011). Local residents’ perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre-and post- games. *Tourism Management*, 32, 349-356.
- Meydan Uygur, S., & Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 30-49.
- Özdemir, G. (2008). Destinasyon pazarlaması. Detay Yayıncılık.
- Sufi Sinema. <https://sufisinema.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 04.07.2024.
- Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri. <https://sdgs.un.org/goals>. Erişim Tarihi: 31.03.2024.
- Sürdürülebilir şehirler: Neden önemli? https://www.kureselamaclar.org/wp-content/uploads/11_Surdurulebilir_Sehirler.pdf Erişim Tarihi: 14.10.2024.
- Tekin, E. (2008). *Türk Telekom A.Ş. 'Nin Sunduğu Hizmetlerin Bilinirliğinin İncelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Timur, M. N., Çevik, S., & Kıyık Kıcıır, G. (2014). Etkinlik turizmi: Kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2/1), 56-83.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2024) <https://www.ktb.gov.tr/TR-96254/kultur.html>. Erişim tarihi: 26.06.2024.
- Türkiye Cumhuriyeti Nüfus ve Vatandaşlık İşleri Genel Müdürlüğü. <https://nvi.gov.tr/konya/istatistikler>. Erişim Tarihi: 25.03.2024.
- UNWTO. (2024). Turizm and Culture, <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> Erişim Tarihi: 12.06.2024.
- Wood, E. H., & Thomas, R. (2009). *Festivals and Tourism In Rural Economies*. In J. A. Knight, M. Robertson, A. Fyall, & A. Ladkin (Eds.), *International perspectives of festivals and events: Paradigm of analysis* (s. 150-158). Elsevier.
- Yang, J., Zeng, X., & Gu, Y. (2010). Local residents’ perceptions of the impact of 2010 EXPO. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11, 161-175.

- Yıldırım Saçılık, M., & Toptaş, A. (2017). Kültür turizmi ve etkileri konusunda turizm  ğrencilerinin algılarının belirlenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 107-119.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22, 363-372.
- Zerman, S. (2020). Yerel halk. In N. Kozak (Ed.), *Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi*. Erişim tarihi: 08.05.2024, <https://Turkiyeturizmansiklopedisi.Com/Yerel-Halk>.

The Importance of Cultural Events in The Development of Cultural Tourism: A Research on Local People's Awareness of Cultural Events

Kevser ÇINAR

Necmettin Erbakan University Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

Ebru BAL

Necmettin Erbakan University, Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

Saadet ZAFER KAVACIK

Necmettin Erbakan University Faculty of Tourism, Konya/Türkiye

Extended Summary

Today's tourism activities adapt to the diverse demands and needs of individuals. While some people prefer the trinity of sea, sand, and sun, others prefer more tranquil and spiritually relaxing tourism. In this context, the tourism industry has expanded into new areas, leading to the emergence of alternative tourism types such as activity and cultural travel. Cultural tourism, one of the types of tourism, has become an essential component of the tourism industry worldwide in recent years (Günel, Alaeddinoğlu & Şahinalp, 2009, p.276). In Konya, which is mainly dominated by cultural tourism, various cultural events are organised in order to protect, promote, and revitalize the cultural heritage, create alternative tourism elements, attract more visitors to the region, and increase the diversity of tourism. Cultural events can be organised in various forms, such as theater performances, concerts, exhibitions, festivals, and other cultural events. This study discusses the local people's awareness of the cultural events organised in Konya. This study aims to determine the people's awareness of the events regularly organised in Konya and their perceptions of the positive and negative aspects of the events. This exploratory research first discussed the concept of cultural tourism and events, highlighting the crucial role of cultural events in the development of cultural tourism. The methodology and conclusion sections present the research findings and results from the Konya residents.

The subject of the research is a significant exploration of the awareness of the local people about cultural activities and their place in Konya tourism. The overarching goal of this study is to foster the development of cultural tourism in Konya province, contributing to sustainable cities and communities. The specific aim is to gauge the local people's awareness of the importance of cultural tourism and events, their perceptions of their positive and negative effects, and the sources of information about them. The absence of previous studies on awareness of cultural events in Konya Province underscores the importance of this research.

A questionnaire was used as a data collection method to measure awareness of cultural events organised in Konya. In the research questionnaire, there are closed-ended questions measuring the awareness and participation status of the activities determined within the framework of these criteria and the degree of awareness of these activities, multiple-choice questions measuring the reasons for participation and non-participation of local people in cultural activities in general, and closed-ended questions to discover the positive and negative effects of cultural activities on Konya. Simultaneously, the participants receive a question that explores the sources from which local people obtain information about cultural events. Descriptive questions measuring the demographic status of the participants are also included. The research population consists of local people residing in Konya. The reason for the selection of

Konya province is that it has a rich cultural and historical background, and a lot of cultural activities are organised. Snowball and convenience sampling, which are non-random sampling methods, are used together in the study. The survey was conducted between 20.12.2023 and 01.02.2024. In the current research, content analysis was conducted on the opinions and suggestions of local people about the events organised in Konya. MAXQDA programme was used in content analysis.

Ensuring the sustainability of cultural tourism in Konya is also of great importance for the local people. This model provides various benefits, such as contributing to the local economy, protecting historical and natural beauties, increasing the interaction between local people and tourists, increasing tourist satisfaction and revisit rate, and strengthening the image of Konya in the international arena (Akkul, 2022). As a result, while the events organised in Konya have an essential place in providing tourism diversity in the region, it is concluded that the local people have general knowledge about the events other than certain events but have yet to participate. Internationalisation of events, ensuring their sustainability and moving out of the “local/community” event structure and becoming a “hallmark”, “mega”, or “major” event can only be possible by organising events that will appeal not only to the interested people but also to the whole society and bring them together on a common ground by professional organisers with the support of local people. For this purpose, events with high efficiency and effectiveness should be organised, paid events should be converted into free events, promotional activities should be increased, the opinions of the local people should be taken as stakeholders, and a database should be created that includes the number of participants, the economic revenues obtained and the expenditures made for the organisation of the events that can be used to measure the efficiency of the events. This study constitutes the first step of research to understand the role of cultural activities in developing cultural tourism and the awareness of local people towards these activities. Determining the factors affecting the participation of local people in cultural events and evaluating the impact of these events on the tourism potential of the region can contribute to the development of cultural tourism more effectively and sustainably. In this context, the research findings are expected to be an essential guide for those concerned in the sector.

Ek 1. Etik Kurul İzni

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU
BAŞKANLIĞI
ETİK KURUL KARARI

Etik Kurul Toplantı Tarihi/Sayısı ve Karar No	Tarih :12/04/2023 Toplantı Sayısı:05 Karar No :2023/152
Araştırmanın Başlığı	Kültür Turizminin Gelişiminde Kültürel Etkinliklerin Önemi: Yerel Halkın Kültürel Etkinlik Farkındalığı Üzerine Bir Araştırma
Sorumlu Araştırmacı	Doç. Dr. Kevser ÇINAR
Yardımcı Araştırmacı	Ebru BAL
Etik Kurul Kararı	13753 sayılı başvuru Etik Kurul tarafından değerlendirilmiş olup, başvurunun bilimsel araştırma etiği açısından “ Uygun ” olduğuna karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR
12/04/2023