



## Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali Örneği (The Contribution of the Festivals on the Region's Tourism and Sustainability: An Example of International Mengen Cookery and Tourism Festival)

\*Özkan ERDEM<sup>a</sup> , Metin MIZRAK<sup>b</sup> , Celal ARATOĞLU<sup>a</sup> 

<sup>a</sup>Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya/Turkey

<sup>b</sup>Kastamonu University, Institute of Social Sciences, Kastamonu/ Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:18.12.2017

Kabul Tarihi:13.03.2018

### Anahtar Kelimeler

Festival

Turizm

Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali

### Keywords

Festival

Tourism

Mengen Cookery and Tourism Festival

### Öz

Bölgelerin tanıtılmasında yüksek bir etkiye sahip, bölgenin veya ülkenin ulusal ya da uluslararası çapta bilinirliğine katkı sağlayan festivaller, turizm faaliyetlerini de destekleyen en önemli etkinlikler arasındadır. Festivaller; yerel idare ya da yerel halk tarafından tarihi önceden belirlenerek yapılan, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş, sürekliliği sağlanarak yeni nesillere aktarılması ve yaşatılması amaçlanan bilim, sanat, oyun ve diğer sosyal alanlarda düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri ya da şenliklerdir. Bazen festivaller, turizm bakımından başlıca güdeleyici olmakta, destinasyonun kültür vaadinin bir parçası olmakta ve destinasyonun tanınması ve markalaşması bakımından önemli rol oynamaktadır. Özellikle kırsal alanlardaki turizmi canlandırmak ve bölgenin çekiciliklerini ön plana çıkarmayı sağlayacak, içerisinde çeşitli yöresel etkinliklerin yer aldığı (yöresel oyunlar, gösteriler, konserler), yöresel el sanatlarının sergilendiği, yöresel yemeklerin sunulduğu festivaller kırsal bölgelerin tanıtımı için önem arz etmektedir. Bu çalışmada hem kırsal turizm çekiciliği hem de bölgesel tanıtım aracı olarak görülen etkinliklerden olan festivaller kapsamında Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali ele alınarak bölgesel tanıtımın yanı sıra yöreye sağladığı sosyal, ekonomik ve kültürel katkıları araştırılmıştır. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği ile 49 kişi (yerel yönetim, esnaf, yerel halk, katılımcılar) ile görüşülmüş olup elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuş olup katılımcıların festival tanımlarında özellikle tanıtım, kültür, eğlence, sanat ve sosyal paylaşım gibi temaların öne çıktığı görülmektedir. Aynı zamanda katılımcılar, festivalleri düzenlendiği bölgeye sosyo- ekonomik ve sosyo- kültürel katkılarının olmasının yanı sıra bölgesel reklam ve tanıtımın bir parçası olarak görmektedirler.

### Abstract

Festivals are among the most important activities which support tourism activities and have a high impact in the promotion of the region and contributing to the visibility region of a country or national or international. Festivals which are made by the Local government or local people in advance by determining date and by becoming the symbol of tradition in the region, continuity and that is intended to be kept alive by providing new generations to be transferred to science, art, games, and other social fields are in a national or international show or festival. Sometimes, festivals in terms of tourism being the main motivator, with the promise of become a part of the culture of destination and branding plays an important role in terms of identification of destinations. To emphasize the attractiveness of the area and boost tourism especially in rural areas that will allow various local activities take place (regional games, shows, concerts) and festivals where local handicrafts are exhibited and local dishes are presented are important for the promotion of rural areas. In this study, the International Mengen Culinary and Tourism Festival will be discussed in the context of the festivals which are both attracted to rural tourism and seen as a means of regional promotion, and social, economic and cultural contributions contributed to the region as well as regional promotion will be investigated. Within the scope of the research, 49 persons (local government, tradesmen, local people, participants) were interviewed through face-to-face interview technique from qualitative research methods and the obtained data were interpreted with descriptive analysis. It is seen that the themes such as promotion, culture, entertainment, art and social sharing have come to the forefront in the festival definitions of the participants. At the same time, participants view the region where festivals are held as part of socio-economic, socio-cultural contributions as well as regional advertising and promotion.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [zkanerdem@gmail.com](mailto:zkanerdem@gmail.com) (Ö. Erdem)

23-25 Kasım 2017 tarihleri arasında Kastamonu'da düzenlenen 1. Uluslararası sürdürülebilir turizm kongresinde verilerin bir kısmı bildiri olarak sunulmuş olup literatür ve bulgular kısmı genişletilerek makaleye çevrilmiştir.

## **GİRİŞ**

Etkinlik turizmi; yapıldığı bölgeye sağladığı faydalardan dolayı önemi giderek artan bir kültür turizmi çeşididir. Turistik destinasyonlar, bölgeler ya da şehirler alternatif turizm ürünü oluşturmak, özellikle sezonun kötü olduğu dönemlerde turist sayısını arttırmak, bölgenin, turizmin sağladığı ekonomik faydalardan azami derecede yararlanmasını sağlamak, diğer destinasyonlar karşısında rekabet avantajı elde etmek gibi turizm amaçlarının dışında bölgeye istihdam yaratmak, şehrin altyapı iyileştirmelerinin gerçekleştirilmesi, yerel halkın refah seviyesinin artırılması, sosyal kaynaşmanın sağlanması, bölgenin tanıtımını yaparak dikkat çekilmesi, kültür-sanat izleyici kitlesini genişletmek gibi çok çeşitli nedenlerle yerel, ulusal ya da uluslararası bazda düzenlenen etkinliklere yönelmektedir. Bu etkinlikler sportif ya da kültürel etkinlikler şeklinde olabileceği gibi fuarlar, festivaller, sergiler şeklinde de gerçekleşebilmektedir (Çulha, 2008; Timur, Çevik ve Kıcırcı, 2014; Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015; Şengül ve Genç, 2016).

Çalışma kapsamında genel olarak festival ve festival turizmi kavramları, festivallerin yapıldığı bölgeye sağladığı katkılar hakkında bilgiler verilmiş olup bölgenin tanıtılması, turizm potansiyelinin artırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması kapsamında Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali hakkında bilgiler sunulmuştur. Ayrıca turizm ve festival paydaşları (yerel halk, akademisyen, esnaf, aşçılar ve katılımcılar ) ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ile çalışma kapsamında incelenen literatür ile çalışmayı destekleyici nitelikteki bilgilere yer verilmiş olup bu bulgular doğrultusunda özellikle bölge turizmine katkı sağlaması düşünülen önerilerde bulunulmuştur.

## **LİTERATÜR TARAMASI**

Festival kavramı; yerel bir topluluk tarafından tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş ve sürekliliği sağlanarak toplumun ortak belleğinde yer almış etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2013: 347). Festivallerde bir yere özgü bilgi birikimi yine ve yeniden üretilmekte ve bir yeri diğerinden farklı kılan tarih, kültürel miras ve sosyal yapılar devam ettirilmektedir (Kömürcü, 2013: 28). Goldblatt (1997) festivalleri; “bireysel veya toplumsal bir kimliğin parçası olmakla beraber toplum, kültürel çevre ve bireyler arasında bağları güçlendirme süreci” olarak tanımlarken, Chacko ve Schaffer, (1993) ise festivalleri; “toplumun sosyal normlarının ve değerlerinin bir ifadesi olan etkinliklerdir” şeklinde ifade etmiş olup, Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, (2012) ise festivalleri; “insanlar ve toplumlar arasında ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal açıdan bir yakınlaşma ve tanıtım sağlamak amacıyla düzenlenen etkinlikler” olarak tanımlamaktadır.

Houghton, (2001) Festivallerin; turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevi bulunduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra yapılan çalışmalarda (Çela, Knowles-Lankford, ve Lankford, 2007; Kim, Kim, Goh, ve Antun, 2011; Lee ve Arcodia, 2011; Tayfun ve Arslan, 2013; Viktória, 2013; Kim, Duncan ve Jai, 2014; Kömürcü, Boz ve Tükeltürk, 2014; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2015; Organ, Lewis, Palmer, ve Probert, 2015 Ayazlar ve Ayazlar, 2015; Özkan, Curkan ve Sarak, 2015; Demirbulat ve Saatçi, 2015; Çulha ve Kalkan, 2016; Dalgın, Atak ve Çeken, 2016) festivallerin; bölge halkının, bölge esnafının ve bölge turizminin ekonomik, sosyal ve kültürel ve/veya çevresel açılardan somut ve soyut faydalar elde etmelerine olanak sağladığı ifade edilmektedir. Ayrıca Kızılırmak, (2006) ise yerel etkinliklerin bölgeye sağladığı olumlu özellikleri sosyo – kültürel, fiziksel ve çevresel, politik, turizm ve ekonomik olmak üzere dört kategoride ele almıştır. Bu

işlevleri ile festivaller; yöreye ziyaretçi sayısını çoğaltmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu artırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 44). Diğer taraftan festivaller; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağlamaktadır (Duffy, 2005: 680).

Literatürde festival ve turizm ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde bazı çalışmaların festivallerin bölge turizmine sağladığı katkılar üzerinde durulmaktadır (Houghton, 2001; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004; Özdemir, 2008; Bayrak, 2011; Seçilmiş, 2011; Gül, Erdem ve Gül, 2013; Lee, Lee, Lee ve Babin, 2004; Kim, Cheng ve O'leary, 2007; Rivera, Hara ve Kock, 2008; Kim, Prideaux ve Chon, 2010; Boyle, Joham ve Abdullah, 2012; Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Arcodia ve Dickson, 2013; Giritlioğlu vd., 2015). Bunun yanı sıra (Litvin ve Fetter, 2006; Ekin, 2011; Giritlioğlu vd., 2015; Arcodia ve Dickson, 2013: 148; Tayfun ve Arslan, 2013: 194; Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, 2016) festivallerin, dünyanın pek çok yerinde gerçekleştirilmekte ve yapıldığı bölgenin imajını güçlendirmek, bölgenin turistik çekiciliğini artırarak bölge turizmini canlandırmak ve geliştirmek, turizm sezonu dışında kalan aylarda bölgeye turist çekme, gibi önemli görevleri yerine getirdiğini ifade etmektedirler. Ayrıca festivallerin destinasyon için önemi, tanıtım aracı olarak kullanılması, turist sayısı ve turizm gelirleri üzerine etkisiyle ilgili yapılan çalışmalarda Lee vd., 2004; Kim vd., 2007, Rivera vd., 2008; Kim vd., 2010, Boyle vd., 2012, Bilgili vd., 2012, Tayfun ve Arslan, 2013, Giritlioğlu vd., 2015 festivallerin düzenledikleri bölgelere yoğun bir turist akını sağlayarak turist hareketliliğini olumlu yönde etkilemesine bağlı olarak turizm gelirlerinin artmasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Festivallerin düzenlendiği bölgeye ve turizmine sağladığı katkılardan bir diğeri ise o bölgenin tanıtımını yaparak destinasyon imajını ve bilinirliğinin artmasını sağlamaktır (Lee vd., 2004; Rivera vd., 2008; Özdemir, 2008; Kim vd., 2010; Küçük, 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Timur vd., 2014; Özkan vd., 2015; Şengül ve Genç, 2016). Festivallerin destinasyonların tanıtımı, olumlu imaj inşa etme, destinasyon imajını ve bilinirliğini artırma ve destinasyonların pazarlanmasında olumlu katkılar sağlarken destinasyonların markalaşmasında festivallerin yoğun ilgisi olduğu ifade edilmektedir. (Chalip ve Costa, 2005; Lee ve Arcodia, 2011; Şengül ve Genç, 2016).

Literatürde festival ve turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bazı çalışmaların festivallerin bölgeye sağladığı sosyo-ekonomik katkılar üzerinde durulmaktadır. (Kızılırmak, 2006; Chang, 2006; Carlsen, Ali Knight ve Robertson, 2007; Çulha, 2008; Özdemir, 2008; Dredge ve Whitford, 2011; Bilgili vd., 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Özer ve Çavuşoğlu, 2014; Giritlioğlu vd., 2015; Özkan vd., 2015; Yıldırım vd., 2016). Bu çalışmalarda festivallerin özellikle düzenledikleri bölgelerde sosyo-ekonomik açıdan olumlu anlamda bir canlılık ve hareketlilik sağladığı vurgulanmıştır. Kızılırmak, (2006) festivallerin düzenlendiği bölgeleri ziyaret edenlerin yüksek harcama eğilimlerinde olduklarını bu sayede bölgeye ekonomik katkı sağladıklarını ifade ederken, Giritlioğlu vd., (2015) festivallerin düzenlendiği bölgeye sağladığı ekonomik katkılara dikkat çekmektedir. Özkan vd.,(2015) ise festivalin yerel halkın dışı açılması, becerilerini ve yeteneklerini sergilemesi ve kazanç sağlaması açısından önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Özer ve Çavuşoğlu, (2014) yapmış oldukları çalışmada yerel etkinliklerin kırsal turizmi hareketlendirerek yerel ekonomiyi canlandırdığını ifade etmiştir. Chang (2006) ise destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlenmesinde yerel festivallerin önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Dredge ve Whitford, (2011) festivallerin gelişmemiş kırsal bölgelerde kalkınmanın ve ekonomik büyümenin sağlanması için temel bir araç olarak kullanılabilir olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda Litvin ve Fetter, (2006) festivallerin

turist çeken ve bu yolla yerel konaklama işletmeleri için de talep yaratan etkinlikler olduğunu belirtmektedir. Şengül ve Genç (2016) medyanın etkinliklere olan ilgisinin destinasyonların tanıtım ve tutundurma stratejilerine katkıda bulunarak destinasyona yapılması muhtemel ziyaretler için destekleyici bir unsur olduğunu vurgulamıştır. Diane ve Jackson (2002) festivallerin genellikle yereli destekleyerek, bölgede bulunan otellere, restoranlara, el sanatları üreticilerine, eğlence hizmeti sunanlara ve diğer yerel hizmet sektörüne katkı sağladığını ifade etmektedir.

Festival ve turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bir başka boyut olarak da bazı çalışmaların festivallerin bölgeye sağladığı sosyo- kültürel katkılar üzerinde durduğu görülmektedir (Derrett, 2000; Small vd., 2005; Gürsoy vd., 2004; Shyllon, 2007; Huang vd., 2010; Bilgili vd., 2012; Kömürçü, 2013; Küçük, 2013; Gül vd., 2013; Giritlioğlu vd., 2015; Özkan vd., 2015). Bu çalışmalarda özellikle festivallerin düzenledikleri bölgelere sosyo- kültürel açıdan önemli katkılar sağladığı vurgulanmıştır. Shyllon (2007) festivalleri, geleneksel kültürün ve geleneksel değerlerin yaşatılmasında bir model olarak ifade ederken, Derrett (2000) festivallerin toplumun kültürel gelişimini olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Gül vd., (2013) ise festivallerin toplumsal uyumu ve bütünleşmeyi sağlamanın yanı sıra eski gelenekleri yaşatarak toplumdaki kaynaşmayı ve sosyal kazanımları arttırdığını belirtirken, Özkan (2015) festivallerin yerel kültürün korunmasında önemli bir araç olduğunu belirtmiştir. Gürsoy vd., (2004) ve Huang vd., (2010) ise festivallerin yerel halkın aidiyet duygusu, sosyal birliktelik ve yerel kültüre olan bağlılığının artmasında önemli bir rolü olduğunu dile getirmektedir. Giritlioğlu vd., (2015) ise festivaller sonucunda farklı kültür ve yapıya ait bir çok turistin düzenlendiği bölgeyi ziyaret ederek yerel halk ile iletişime ve etkileşime geçtiğini böylece turist yerel halk iletişimi ile hem yerel halkın turizme ve turiste yönelik algılarında hem de yerel halk üzerinde önemli sosyal gelişmeler meydana getirdiğini vurgulamıştır.

### **Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali**

Bolu ili yemek yapmayı bir ata mesleği olarak gören ve aşçıları ile ülke çapında tarihsel üne sahip bir yerleşim yeridir. Özellikle de Mengen İlçesi aşçılığı ile övünen ve bu mesleği kuşaktan kuşağa aktaran insanları ile öne çıkmaktadır. Yıllardır Türkiye’de ve dünya da Mengen isminin duyulmasını sağlayan, ünlü ve maharetli aşçılar olmuştur (Hoşcan vd., 2016). Günümüzde de Türkiye’nin ve dünyanın çeşitli yerlerine aşçı gönderen ve kendi kültürünü yine kendine has bir şekilde yaşatan bir ilçe olan Mengen’de yemek yapımı için seçilen malzemelerden yemeğin sofraya konulmasına kadar geçen süredeki her bir evre ayrı ayrı ve titizlikle üzerine düşülen birçok detaydan oluşmaktadır. Yörede yemek yapmaya bu kadar önem verilmesinin en önemli nedenlerinden biri yüzyıllardır babadan oğula devam eden geleneğin yaşatılmasından ileri gelmektedir (Arman, 2011). Aşçılık mesleğinin tarihi, Mengen de saray mutfağına kadar dayanmaktadır. Aşçılık mesleği ve yemek kültürü kuşaktan kuşağa aktararak geçmişten günümüze kadar korunarak gelmiştir. Günümüzde ise yörede aşçılık kültürü ile yetişen ustalar turizm işletmelerinde mutfakların en gözde aşçıları konumundadır. Bu günde Aşçı olmakla Mengenli olmanın eş değer olarak görüldüğü ilçede en önemli geçim ve tanıtım kaynağı “aşçılık” olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2010).

Mengen aşçılar ve turizm festivali; yörede yetişerek İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir gibi büyük kentlerdeki ve Türkiye’nin diğer turizm bölgelerindeki otellerde çalışan aşçılarla toplantılar yapılarak festivalin ana fikri oluşturulmuştur. Festivalin temel amacı; aşçıları bir araya getirmek, aşçılık mesleğinin ve sanatının önemini belirtmek, yöreyi tanıtmak, Türk mutfağının tanıtılarak dünya mutfakları içerisinde bilinirliğini arttırmak, yeni

yetişen neslin aşçılık mesleğine ilgisini arttırmak, aşçılar arasında mesleki dayanışmayı arttırmak ve gurbetteki hemşerileri bir araya toplamak ve ilçede bir bayram havası oluşturmaktır. Bu amaçlarla 1981’de gerçekleştirilen ilk festival sonrasında ortaya çıkan talepte yörede kurulacak Aşçılık ve Otelcilik Okulu talebi İl Özel İdaresi ve Milli Eğitim Bakanlığı'nın desteğiyle karşılanmış ve 1985 yılında eğitim-öğretime başlamıştır. Festivalin gördüğü ilgi üzerine tanıtım kampanyalarının daha etkin bir şekilde yapılması ve aşçılar arasındaki dayanışmayı güçlendirmek için Mengen Aşçılar ve Turizm Derneği kurulmuştur. 1984 yılına kadar komiteler ve Aşçılar ve Turizm Derneği'nin işbirliği ile yürütülen festival, daha sonra Mengen Belediyesi tarafından yürütülmeye başlanmıştır. 1990 yılından itibaren festival belediye ile müştereken destekleyici firmalarla birlikte yapılmaya başlanmıştır. Aşçılar Festivali her yıl eklenen yeniliklerle geliştirilmekte; örneğin gıda maddelerinin ve mutfak eşyalarının tanıtıldığı mutfak fuarı, mutfak müzesi ve dünya rekorlar kitabına girebilecek yemek rekorlarıyla her sene festivale değişik bir boyut kazandırılmaktadır (Hoşcan vd., 2016). En son 12-13 Ağustos 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin otuz ikincisi düzenlemiştir (Mengen Belediyesi, 2017). Türkiye, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO) tarafından, 17 Ekim 2003 tarihinde Paris’te düzenlenen 32. Konferansında kabul ettiği ve Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından 19 Ocak 2006’da onaylanarak yürürlüğe giren Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında bu sürece dâhil olmuş ve 27 Mart 2006 tarihinde resmen taraf olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığının, 4848 Sayılı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanununun 13. maddesine göre Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü icracı birim olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Türkiye’den birçok kültürel unsur Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Ulusal Envanteri’ne girmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Mengen Aşçılık Geleneğinin Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri’ne girmesi için 02 Ekim 2014 tarihinde Bolu’da düzenlenen çalıştay sonrası gerekli başvuru süreci Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından takip edilmektedir (Hoşcan vd., 2016).

## **YÖNTEM**

Bu araştırma paydaşların gözünde (festival düzenleme kurulu üyeleri, akademisyenler, yerel halk, esnaf) festivallerin, düzenlendiği bölgeye ve bölge turizmüne sağladığı katkıların tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma durum deseninde hazırlanmış olup; ‘Durum çalışmaları özellikle değerlendirme süreçleri gibi birçok alanda kullanılan, araştırmacının bir durumu, sıklıkla bir programı, olayı, eylemi, süreci ya da bir veya daha fazla bireyi derinlemesine analiz ettiği bir araştırma desendir’ (Creswell, 2016). Durum çalışmasındaki veriler genellikle görüşme, gözlem ve belgelerden elde edilmektedir (Merriam, 2013). Bu doğrultuda veri analizi için nitel araştırma yöntemi dâhilinde betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar, “*gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, alguların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği*” araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45). Aynı zamanda nitel araştırma yaklaşımları arasında en sık kullanılan veri toplama tekniği görüşme tekniği olduğu bilinmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu sayesinde görüşmeci önceden hazırlanmış soruları sorma ve ayrıntılı bilgi alma fırsatı bulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:147-150). Bu bilgiler doğrultusunda araştırma amaçlarına uygun olarak katılımcılara, cevaplayıcıyı keskin hatlarla sınırlandırmayan ve bireyi hayal gücünü kullanarak kendi cümleleriyle ifade etmeye yönelten açık uçlu sorular sorulmuştur. Böylece paydaşların, festival kavramı ve ilçe turizmi ile ilçeye sağladığı katkıların farkındalıklarına ilişkin ayrıntılı bilgiye ulaşılabileceği düşünülmüştür.

## **Soru Formu**

Görüşme soruları Özer ve Çavuşoğlu' nun (2014), yapmış oldukları “Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi” ve Küçük' ün (2013), “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma” ile Gül ve diğerlerinin (2013), “Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir festivali örneği” adlı çalışmalardan derlenerek elde edilmiştir. Görüşme formu uygulanmadan önce alanında uzman 3 akademisyenin görüşü alınmış ve gereken düzeltmeler yapılmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleklerine ilişkin demografik özelliklerden oluşmaktadır. İkinci kısımda beş temel soru ve alt başlıklarından oluşmaktadır. Bu sorularda festival kavramının tanımı, Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali hakkında katılımcı bilgileri, festivalin ilçeye sağladığı katkılar, festivalin sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi için yapılması gerekenler, festivalin tanıtımı için yapılması gerekenlere ilişkin bilgi toplanması amaçlanmıştır.

## **Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Süreci**

Bu araştırmada örneklem seçiminde bireylerin veya mekanların spesifik özelliklerine bağlı olarak çeşitli doküman varyanslarını türetmeyi amaçlayan maksimum çeşitlilik tekniğinden yararlanılmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Aynı zamanda Miles ve Huberman (1994) nitel araştırmalarda örneklem küçük tutulması gerektiğini vurgulamaktadır. Nitel araştırma yöntemini benimseyen bu çalışmadaki amaç, genellenebilir bilgiye ulaşmak yerine derinlemesine incelenen durumu keşfederek analitik genellemeye ulaşmaktır. Nitel çalışmanın doğası gereği örneklem sayısında öneri ya da sınır bulunmamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın evren ve örneklemi çeşitlilik sağlaması amacıyla Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali' ne daha önce katılım sağlayan kişiler, düzenleme kurulunda görev alan üyeler, yerel halk, esnaf ve akademisyenler den oluşan 49 kişi ile gönüllülük esasına dayanarak 1 Haziran -15 Temmuz 2017 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Verilerin belirli bir doygunluğa ulaşması ve anlatıların tekrarlamaya başlaması (Miles ve Huberman, 1994; Egan, 2002) gibi nedenlerden dolayı katılımcı sayısı yeterli görülmüştür. Görüşme esnasında tüm katılımcılara araştırmanın amacına ilişkin bilgiler verilmiş, gönüllü katılımcı formu ile izinler alınmış ve yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ayrıca kayıt esnasında yapılan yüz yüze görüşmelere ilişkin gözlem notları alınmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara K1 ile K49 arasında kodlar verilmiştir. Görüşme süreleri 20 ile 35 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Görüşme sonrasında veriler elektronik ortamda yedeklenerek, verilerin kaybolması ve silinmesinin önüne geçilmiştir.

## **Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliliği**

Araştırmanın uygunluk kriterlerinin sağlanması konusunda, iç geçerlilik (inandırıcılık) dış geçerlilik (aktarılabirlik) ve güvenilirlik (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) kriterleri kullanılması uygun görülmektedir. İç geçerlilikte (inandırıcılık) araştırmacının bulduğu sonuçlara nasıl vardığını açık seçik ortaya koyması ve çıkarımları ile ilgili kanıtları diğer kişilerin ulaşabileceği tarzda sunması gereklidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Bu aşamada çalışmanın iç geçerliliğinin sağlanabilmesi için ana temaların ve alt temaların belirlenmesi, görüşmeler, gözlemler ve doküman analizleri arasında var olan örüntü verilmeye çalışılmıştır. Dış geçerlilik (aktarılabirlik) araştırmanın sonuçlarının genellenebilmesi ile ilgili olup nitel araştırmalarda istatistiksel bir genelleme

söz konusu olmadığı için bir kurama analitik genelleme yapılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Araştırmanın güvenilirliği (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) ise yapılmış bir çalışmanın başka bir araştırmacı tarafından aynı biçimde tekrar edildiğinde, aynı veya benzer sonuçları vermesi ile ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.259). Araştırmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) arttırmak için bulguların tamamının yorum yapılmadan verilmiştir. Ayrıca görüşmede elde edilen veriler üzerinde araştırmacı ve nitel araştırma konusunda deneyimli ikinci bir araştırmacının ayrı ayrı kodlamalar yapması ve yapılan kodlamalar karşılaştırılarak tutarlılık oranının belirlenmesi için elde edilen temalar SPSS 20.0 paket program kullanılarak Kappa analizine tabi tutulmuştur (Landis & Koch 1977). Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin kodlamasıyla 1.00 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0.81 ile 1.00 arasında olması, çok iyi düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında çok iyi düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

### Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmada betimsel analiz yapılarak, sonuçlar betimsel bir anlatım ile sunulmuş ve doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak nitel araştırma paket programı NVIVO 10,0 kullanılarak (Kelle, 1995; Cohen, Mannion ve Morrison, 2007) açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

### BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu kısımda araştırma kapsamında görüşülen kişilere ait demografik bilgiler ile Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivaline yönelik bilgi, düşünce ve algıları ile ilgili bulgulara yer verilecektir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcı profilinin ağırlıklı olarak kadın, 25-34 yaş aralığında, lisans eğitimi almış kişilerden oluştuğu dikkat çekmektedir. Bulgular, kadınların oranının (% 55,1) erkeklere (% 44,9) göre fazla olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte katılımcıların yaş profili incelendiğinde 25-34 yaş arasında olan katılımcıların oranı (% 59,2), 35-44 yaş arası katılımcıların oranı (% 24,5), 18-24 yaş aralığında olan katılımcıların oranı (% 12,2) iken 45 ve üzeri olan katılımcıların oranı ise (% 4,1) dir. Bununla birlikte araştırmada yer alan katılımcılara ilişkin oranlar incelendiğinde, öğretmen (% 22,4) iken akademisyenlerin oranı (%16,3), esnaf ve ev hanımlarının oranı (% 12,2) ile birbirine eşitken, turizmci, aşçı ve öğrencilerin oranı ise (% 10,2) ile birbirine eşittir. Ayrıca tablo 1 de araştırmada yer alan diğer katılımcıların oranlarının birbirine eşit olduğu görülmektedir.

**Tablo 1:** Katılımcılara Yönelik Demografik Değişkenler

		f	%		f	%	
Cinsiyet	Erkek	22	44,9	Katılımcılar	Öğretmen	11	22,4
	Kadın	27	55,1		Akademisyen	8	16,3
Yaş	18-24	6	12,2		Esnaf	6	12,2
	25-34	29	59,2		Ev hanımı	6	12,2
	35-44	12	24,5		Turizmci	5	10,2
	45 ve üzeri	2	4,1		Aşçı	5	10,2
	Eğitim	Lise	6		12,2	Öğrenci	5
Önlisans		13	26,5		Proje müdürü	1	2,1
Lisans		20	40,8		İK yönetimi	1	2,1
Lisansüstü		10	20,5		Tercüman	1	2,1

Araştırma kapsamında katılımcılardan Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivalini değerlendirmeleri istenmiş ve böylece kişisel bakış açıları doğrultusunda katılımcıların bahsi geçen festivali nasıl algıladıklarına ilişkin bulgular elde edilmiştir. Tablo 2 de yer alan verilere göre katılımcılar bölgelerinde gerçekleştirilen festivali bölgesel ve kültürel tanıtımın bir unsuru (% 48,9) olarak ifade ederken, eğlence olarak ifade edenlerin oranı (% 18,3) iken, aşçılık sektörünün buluşması olarak görenlerin oranı ise (% 14, 2) dir. Bununla birlikte katılımcıların yalnızca % 6,1' i turizm faaliyeti olarak görürken, gelenek, yöresel lezzetlerin tanıtım unsuru ve ekonomik katkı unsuru olarak görenlerin oranınının (% 4,08) birbirine eşit olduğu görülmektedir.

**Tablo 2:** Araştırmaya Katılan Akademisyen, Yerel Halk, Esnaf ve Katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivaline İlişkin Algılar

	f	%		f	%
Bölgesel ve kültürel tanıtım unsuru	24	48,97	Gelenek	2	4,08
Eğlence	9	18,36	Yöresel lezzetlerin tanıtım unsuru	2	4,08
Aşçılık sektörünün buluşması	7	14,28	Ekonomik katkı	2	4,08
Turizm	3	6,12			

Soru formunda katılımcılardan Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin ilçeye sağladığı katkılara ilişkin değerlendirme yapmaları istenmiş olup elde edilen bulgular, festivalin ilçeye en önemli katkılarının sırasıyla sosyo-ekonomik katkılar (n:25), bölgesel tanıtım ve reklam aracı (n:21), sosyalleşme aracı (n:8), sosyo- kültürel katkılar (n:4), bölgesel turizmin canlanması (n:3), bölgesel kalkınma aracı ve geleneklerin sürdürülmesi (n:1) olarak ifade edilmektedir.

**Tablo 3:** Araştırmaya Katılan Akademisyen, Yerel Halk, Esnaf ve Katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin İlçeye Sağladığı Katkılara İlişkin Temalar

	f		f
Sosyo-ekonomik katkılar	25	Bölgesel turizmin canlanması	3
Bölgesel tanıtım ve reklam aracı	21	Bölgesel kalkınma aracı	1
Sosyalleşme aracı	8	Geleneklerin sürdürülmesi	1
Sosyo-kültürel katkılar	4		

\*Katılımcılar birden fazla katkı ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamında katılımcılardan Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi için yapılması gerekenlere ilişkin değerlendirme yapmaları istenmiş olup elde edilen bulgular tablo 4' te belirtilmiştir. Festivalin sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi için yapılması gereken faaliyetler sırasıyla sektörel katılımın ve etkinliklerin artırılması (n:9), yemek yarışmaları düzenlenmesi (n:9), eğlence ve konser aktiviteleri düzenlenmesi (n:7), yemek tadımları (n:6), reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması (n:6), destekçi ve sponsorların artırılması (n:5), yöresel ve kültürel ürün tanıtımı (n:5), rekor denemeleri yapılması (n:2), konaklama imkânlarının artırılması (n:2) gibi faaliyetlerin yapılması gerektiği ifade edilmiştir.



**Tablo 4.** Araştırmaya Katılan Akademisyen, Yerel Halk, Esnaf ve Katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Sürdürülebilir Olması ve Geliştirilmesi İçin Önerdikleri Temalar

	f		f
Sektörel katılım ve etkinlikler	12	Destekçi ve sponsorlar	5
Yemek yarışmaları düzenlenmesi	9	Yöresel ve kültürel ürün tanıtımı	5
Eğlence ve konser aktiviteleri	7	Rekor denemeleri	2
Yemek tadımları	6	Konaklama imkânları	2
Reklam ve tanıtım faaliyetleri	6		

\*Katılımcılar birden fazla katkı ifade etmişlerdir.

Görüşme formunda katılımcılardan Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Ulusal ve Uluslararası alanlarda tanıtımının yapılabilmesi için yapılması gerekenlere ilişkin görüşleri istenmiş olup tablo 5' te katılımcılar sırasıyla; ünlü aşçıların ve sanatçıların davet edilmesi (n:12), sosyal medyanın tanıtım aracı olarak kullanılması (n:9), görsel ve işitsel yayın organlarının kullanılması (n:8), reklam ve tanıtım faaliyetlerinin arttırılması (n:7), destekçi firmaların sayısının arttırılması (n:4), rekor denemeleri yapılması ve kamu desteğinin alınması (n:3) gibi ifadeler öne çıkmaktadır.

**Tablo 5:** Araştırmaya Katılan Akademisyen, Yerel Halk, Esnaf ve Katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Ulusal ve Uluslararası Alanlarda Tanıtımının Yapılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere İlişkin Görüşleri

	f		f
Ünlü aşçıların ve sanatçıların davet edilmesi	12	Kamu desteğinin alınması	3
Sosyal medyanın tanıtım aracı olarak kullanılması	9	Yemek yarışmaları düzenlenmesi	2
Görsel ve işitsel yayın organlarının kullanılması	8	Panel, konferans düzenlenmesi	1
Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin arttırılması	7	Ajanslarla çalışılması	1
Destekçi firmaların sayısının arttırılması	4	Afiş, broşür vb, dağıtılması	1
Rekor denemeleri yapılması	3		

\*Katılımcılar birden fazla katkı ifade etmişlerdir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma Mengen'de düzenlenen Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali' ne ilişkin paydaşların görüşlerinin tespit edilmesi amacıyla planlanıp yürütülmüştür. Festivallerin; turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevi bulunmaktadır (Houghton, 2001: 39). Bu işlevleri ile festivaller; yöreye ziyaretçi sayısını çoğaltmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu artırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 44). Çalışmanın başlıca bulgularında ise; katılımcıların festival tanımlarında özellikle bölgesel ve kültürel tanıtım, eğlence, aşçılık sektörünün buluşması gibi temalar daha çok vurgulanırken özellikle turizm, ekonomi, gelenek gibi kavramların daha az kullanıldığı görülmektedir. Chang (2006) destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlenmesinde festivallerin önemli olduğunu ifade ederken, Giritlioğlu vd.,( 2015)' de festivaller sonucunda farklı kültür ve yapıya sahip birçok turist o bölgeyi ziyaret ederek yerel halk ile iletişim ve etkileşime geçtiğini bu sayede turist yerel halk iletişimi karşısında hem

halkın turist ve turizme yönelik algıları olumlu yönde gelişmekte hem de yerel halk üzerinde bazı önemli sosyal gelişimler meydana geldiğini ifade etmiştir. Katılımcılar festivallerin bölgeye sağladığı katkıları; sosyo-ekonomik katkılar, bölgesel reklam ve tanıtım katkısı, sosyalleşme katkısı üzerinde daha çok durmaktadırlar. Yine aynı şekilde yapılan çalışmalar (Chang, 2006; Litvin ve Fetter, 2006; Atak, 2009; Dredge ve Whitford, 2011; Özer ve Çavuşoğlu, 2014; Özkan vd., 2015; Giritlioğlu vd., 2015; Yıldırım vd., 2016) festivallerin bölgeye sosyo-ekonomik katkılarının olduğunu ifade etmektedir. Bu yönüyle literatür çalışmadaki bulguları destekler niteliktedir. Aynı zamanda festivallerin bölge bilinirliği ve tanıtımına katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır. Özellikle (Lee vd, 2004; Rivera vd, 2008; Özdemir, 2008; Kim vd, 2010 ; Özkan vd., 2015) gibi çalışmalar, festivallerin destinasyon imajını ve bilinirliğini arttırdığını ifade ederken, destinasyonların markalaşmasında da önemli bir etken olduğu yapılan çalışmalarda belirtilmektedir (Chalip ve Costa, 2005; Lee ve Arcodia, 2011; Şengül ve Genç, 2016) literatür tarafından desteklenmektedir. Gürsoy vd., 2004; Duffy, 2005; Huang vd., 2010 festivallerin; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağladığı ifade ederken, bunların aksine katılımcılar festivallerin turizm hareketliliğine sağlamış olduğu katkı ile birlikte, bölgeye sağladığı sosyo- kültürel katılar ve bölgesel kalkınmaya sağlayacağı katılara çok fazla değinmemişlerdir. Katılımcılar, festivallerin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için sektörel katılım ve etkinlikler, yemek yarışmaları, eğlence ve konser aktiviteleri, yemek tadımları, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin önemli olduğunu ifade ederken, konaklama imkânlarının artırılması, yöresel ve kültürel ürünlerin tanıtımı, rekor denemeleri gibi faaliyetlere daha az dikkat çekildiği görülmektedir. Festivalin ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımı için, şeflerin ve tanınmış kişilerin davet edilmesi, sosyal medya ve reklamların kullanılması, görsel ve işitsel iletişim araçlarının kullanılması, düzenlenen etkinliklerin artırılması ve farklılaştırılması, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği ifade edilirken, Getz, (2012) festivallerin devamlılığı ve başarısı için yerel toplumun desteği olması gerektiğini ifade etmektedir, bunun yanı sıra Özer ve Çavuşoğlu da, (2014) festival vb., etkinliklere bölge yöneticileri tarafından destek verilerek sayılarının artırılması gerektiğini ifade etmiştir. Bunların aksine kamu desteğinin alınması, ajanslarla çalışılması, afiş ve broşür dağıtılması gibi faaliyetler çok az katılımcı tarafından ifade edilmektedir. Festival vb. etkinlikler ifade edildiği gibi düzenlendiği bölgeye birçok yönden katkı sağlamaktadır. Bu etkinliklerin devamlılığının sağlanması, daha çok katılımcı ya da destekçi çekebilmek, hem ulusal hem de uluslararası alanlarda daha etkin tanıtım sağlanması için öneri olarak;

- Öncelikle festival tarihlerinin önceden belirlenip kamuoyu ile paylaşılmalıdır, festival tarihi belirlenirken turizm ve otel işletmelerinin katılım sağlayabilmesi için yoğun oldukları yaz dönemlerinde değil daha sakin oldukları dönemlerde yapılmalıdır.
- Etkinliklerin ve işlemin daha profesyonel yapılabilmesi için ulusal ya da uluslararası ajanslar ile çalışılmalı veya destek alınmalıdır.
- Yöreyle ait ürünlerin tanınırlık ve bilinirliğini arttırmak amacıyla, kullanılan tanıtım materyallerinde yöresel ürünler ve yöresel temalara yer verilmelidir.
- Festivalde aşçılık mesleğini ön plana çıkartacak etkinlikler yapılarak özellikle yeni nesillere bu mesleği tanıtır ve sevdirecek faaliyetlere ve eğitimlere yer verilmelidir.

- Ulusal ve uluslararası alanlarda tanınmış aşçılar davet edilmeli, bu kişilerin katılımlarının önceden duyurularak ilgi duyan katılımcılarla ortak paydada buluşmalarının sağlanacağı panel, söyleşi vb., etkinlikler planlanmalıdır
- Festivalin tescillenmeli ve somut olmayan kültürel miras listesine girmesi için çalışmalar tamamlanmalıdır.
- Festivale uygun tema, slogan ya da logolar tasarlanarak kamuoyuna reklam, sosyal medya ve diğer iletişim araçları kullanılarak tanıtılmalı ve paylaşılmalıdır.

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılması nedeniyle birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle elde edilen sonuçlar genellenemez. Daha sonraki araştırmalarda nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarıyla desteklenerek çalışma genişletilebilir. Bu çalışmada akademisyenler, yerel halk, esnaf, katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir. İleriki çalışmalarda farklı paydaşları kapsayan çalışmalar yapılabilir.

## **KAYNAKÇA**

- Arcodia, C. ve Dickson, C. (2013), "Tourism Field Studies: Experiencing the Carnival of Venice" *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25 (3), ss.146-155.
- Arman, A. (2011), "Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği." Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Atak, O. (2009), "Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği." Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ayazlar, G. ve Ayazlar R.A. (2015). "Festivallerin Sosyal Etkileri ve Kentsel Gurur." I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015) 432-444
- Bayrak, G. Ö. (2011), "Festival Motivators and Consequences: A Case of Efes Pilsen Blues Festival, Turkey", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (3), s. 378 – 389.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., ve Yazarkan, H. (2012), "Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdağ Festivali Örneği)." *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 117-124.
- Boyle, S., Joham, C. ve Abdullah, Abm, (2012), "The Hong Kong Arts Festival and Cultural Activity Choices", *International Review of Business Research Papers* vol: 8, no: 4, pp. 131 – 143.
- Chacko, H., ve Schaffer, J. (1993). "The Evolution of Festival: Creole Christmas in New Orleans", *Tourism Management*, 14/6, 471-479.
- Chalip, L., ve Costa, C. (2005). "Sport Event Tourism and the Destination Brand: Towards a General Theory", *Sport in Society* 8/2, 218–237.
- Chang, J. (2006). "Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan", *Tourism Management*, 27/6, 1224-1234.
- Carlsen, Jack, Alı-Knight, Jane ve Robertson, Martin, (2007)," Access – A Research Agenda for Edinburgh Festivals", *Event Management*, vol. 11, pp. 3-11.

- Çela, A., Knowles-Lankford, J. ve Lankford, S. (2007), “Local food festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic Impact Study, *Managing Leisure*, 12(2-3), 171-186.
- Cohen, L., Mannion, L. ve Morrison K. (2007), *Research methods in education*. Routledge, Taylor & Francis Group
- Crewell, J.W. (2016). *Araştırma Deseni, Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (Çev. Selçuk Beşir Demir).Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Çulha, O, (2008), “Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması”, *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Çulha, O ve Kalkan, A, (2016), “Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesi ve Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel Esnafı Ne Söylüyor?” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/4 (2016) 132-164
- Dalgın, T.,Atak, O., Çeken, H. (2016), “Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi:” *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12) (2016) 1179-1184
- Demirbulat, Ö.G. ve Saatçi, G. (2015), “Etkinliklere Yönelik Ziyaretçi Algıları: Ayder Kardan Adam Şenliği Örneği: “Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı 14 – 16 Mayıs 2015, Gümüşhane 420-429
- Derrett, R. (2000) “Can Festivals Brand Community Cultural Development and Cultural Tourism Simultaneously? Events Beyond 2000: “Setting the Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research And Education Sydney.
- Dianne, O’S. ve Marion, J. J. (2002). “Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development”, *Journal of Sustainable Tourism*, 10/4, 325-342.
- Doğan, M. (2010), “ Mengen Havzasının Beşeri ve İktisadi Coğrafyası.” İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya, Beşeri ve İktisadi Coğrafya.
- Doğrul, Ü., Atçeken, K. ve Şahin, A. (2015), “Festival Kalitesinin Ziyaretçilerin Algıladıkları Değer, Tatmin ve Sadakat Üzerine Etkisi: Mersin Uluslararası Narenciye Festivali Üzerine Bir Uygulama.” *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), Haziran 2015.
- Dredge, D. ve Whitford, M. (2011),” Event Tourism Governance and The Public Sphere”, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5).
- Duffy, M. (2005), “Performing Identity Within a Multicultural Framework”, *Social and Cultural Geography*, 6 (5), s. 677 – 692.
- Egan, T. M. (2002). *Grounded Theory Research and Theory Building*. *Advances in Developing Human Resources*, 4: 277-295.

- Ekin, Y. (2011), "Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Atın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Getz, D. (2012), "Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events." Routledge, New York.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015), "Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme." *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (13).
- Goldblatt, J. J. (1997), "Special Events: Best Practice in Modern Event Management," Van Nostrand Reinhold, New York.
- Gül, K., Erdem, B., ve Gül, M. (2013), "Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir festivali örneği." *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2).
- Günersel, Ş. (1997), "Türkiye'nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek:" *Festivaller*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Gürsoy, D., Kim, K., Uysal, M. (2004), "Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation." *Tourism Management*, 25(2), ss: 171-181.
- Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016), "Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi:" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/Special issue1 (2016) 52-76.
- Houghton, M. (2001), "The Propensity of Wine Festivals to Encourage Subsequent Winery Visitation", *International Journal of Wine Marketing*, 13 (3), s. 32 – 41.
- Huang, J. Z., Li, M., Cai, L. A. (2010), "A Model of Community Based Festival İmage." *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), ss: 254-260
- Kelle, U. (1995), "Computer aided qualitative data analysis. "London: Sage Publications
- Kızılırmak, İ.(2006), "Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme",*Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:15, 2006, s,181-196
- Kim, H., Cheng, Chia-Kuen ve O'leary, J., (2007), "Understanding Participation Patterns And Trends In Tourism Cultural Attractions,"*Tourism Management*, vol. 28, pp. 1366-1371.
- Kim, S. S., Prideaux, B., Chon, K. (2010), "A Comparison of Results of Three Stastical Methods to Understand Determinants of Festival Participants' Expenditures." *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), ss: 297-307.
- Kim, Y.H., Kim, M., Goh, B.K. ve Antun, J.M. (2011), "The Role of Money: The Impact on Food Tourists' Satisfaction and Intention to Revisit Food Events," *Journal of Culinary Science & Technology*, 9(2), 85-98.

- Kim, Y.H., Duncan, J.L. ve Jai, T.M.C (2014). A Case Study of a Southern Food Festival: Using a Cluster Analysis Approach, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25:3, 457-473.
- Kömürcü, G. B. (2013), “Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği,” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kömürcü, G.B., Boz, M. ve Tükeltürk, Ş.A. (2014), “Festivals as a Type of Event Tourism: Tenedos Local Flavours Festival Sample Case,” *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 13(25), 221-237.
- Küçük, M.(2012),“Turizmin Yerel Kalkınmaya Etkisi: Ankara Kızılcahamam Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2012.
- Küçük, M. (2013), “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma.” *Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*, 14-16 Kasım 2013, Konya, ss: 345-357.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017, Temmuz 14). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. Temmuz 14, 2017 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü:<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50837/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi-hak-.html>. den alınmıştır.
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977), “The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., Babin, B. J. (2004), “ Festivalscapes and Patron’s Emotions, Satisfaction, and Loyalty.” *Journal of Business Research*, ss: 56- 64.
- Lee, I. ve Arcodia, C. (2011). “The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding”, *International Journal of Tourism Research*, 13/4, 355-367.
- Lee, J. (2014), “Visitor’s Emotional Responses to the Festival Environment.” *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(1), ss: 114-131.
- Litvin, S.W. ve Fetter, E. (2006), “ Can a festival be too Succesful? A Review of Spoleto, USA” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), s. 41-49
- Mengen Belediyesi,(2017). 14.07.2017tarihinde linkteki Mengen Belediyesi’ne ait web adresinden [http://www.mengenbelediyesi.com/index.php?tip=1&modul=9\\_1&lang=tr&ID=1586&pID=3](http://www.mengenbelediyesi.com/index.php?tip=1&modul=9_1&lang=tr&ID=1586&pID=3) alınmıştır.
- Merriam, B. Sharan (2013). *Nitel Araştırma Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber*, (Çeviri Edit.: Selahattin Turan), Ankara: Nobel Akademik.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994) *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method* (Sec. Ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.

- Organ, K., Lewis, N. K., Palmer, A. ve Probert, J. (2015), "Festivals as Agents for Behaviour Change: A Study of Food Festival Engagement and Subsequent Food Choices," *Tourism Management*, 48, 84-99.
- Özdemir, G.(2008), "Destinasyon pazarlaması", Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, 2008,s.175.
- Özer, E. Z. ve Çavuşoğlu, F.(2014), "Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi." *International Journal Of Science Culture and Sport*. (Special Issue on the Proceedings of the 1<sup>st</sup> I SSTR Congress). SI(2):191-202
- Özkan, E., Curkan, S. C. ve Sarak, E. C. (2015), "Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği." *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Rivera, M. A., Hara, T., Kock, G. (2008), "Economic Impact of Cultural Events: The Case of Zora Festival." *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), ss: 121-137.
- Seçilmiş, C. (2011), "Ziyaretçilerin Gözüyle Eskişehir Turizmi'nin Gelişmesini Etkileyen Sorunlar", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), s. 37 – 57.
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005), "A Flexible Framework for Evaluating the Socio Cultural Impacts of a Small Festival." *International Journal of Event Management Research*. 1(1), ss: 66-77.
- Shyllon, F. (2007), "Argungu Fishing Festival in Northwestern Nigeria: Promoting the Idea of a Sustainable Cultural Fest", *International Journal of Cultural Property*, (14), s. 329 – 337.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016), "Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat Ve Turizm Festivali Örneği." *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 23, 2016, s. 79-89
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013), "Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma." *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- Timur, M. N., Çevik, S. ve Kıcı, G. K.(2014), "Etkinlik turizmi: kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme." *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 2/1, s. 56-83
- Viktória, K. (2013), "International And National Models Used For Measuring Festivals' Economic Impacts." *Ege Strategic Research Journal*. 4(1) (2013) 31-46
- Yıldırım, O., Karaca, O. B., ve Çakıcı, A. C. (2016), "Yerel Halkın "Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı" na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011), "Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri" (8. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), "Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri" (9. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016), “Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri” (10. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.



## **The Contribution of the Festivals on the Region's Tourism and Sustainability: An Example of International Mengen Cookery and Tourism Festival**

**Özkan ERDEM**

Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya/Turkey

**Metin MIZRAK**

Kastamonu University, Institute of Social Sciences, Kastamonu/ Turkey

**Celal ARATOĞLU**

Akdeniz University, Göynük Culinary Arts Vocational School, Antalya/Turkey

### **Extensive Summary**

Festivals are among the most important activities which support tourism activities and have a high impact in the promotion of the region and contributing to the visibility region national or international. Festivals which are made by the local government or local people in advance by determining date and by becoming the symbol of tradition in the region, continuity and that is intended to be kept alive by providing new generations to be transferred to science, art, games, and other social fields are in a national or international show or festival. Sometimes, festivals in terms of tourism being the main motivator, with the promise of become a part of the culture of destination and branding plays an important role in terms of identification of destinations. To emphasize the attractiveness of the area and boost tourism especially in rural areas that will allow various local activities take place(regional games, shows, concerts) and festivals where local handicrafts are exhibited and local dishes are presented are important for the promotion of rural areas. In this study, the International Mengen Cooking and Tourism Festival was held in the scope of the festivals which are both attracted to rural tourism and seen as a means of regional promotion, and the contributions of the stakeholders to the festival and the contributions to the region were researched.

Mengen cooks and tourism festival; reaching the region of Istanbul, Ankara, Antalya and Izmir, and making big meetings with chefs working in hotels and other tourism cities in Turkey of the festival's main idea was formed. The main aim of the festival is; to raise the awareness of the culinary profession and art, to promote the region, to increase the awareness in the world cuisines by introducing the Turkish cuisine, to increase the interest in the new growing neslin cookery profession, to increase the professional solidarity among the cooks and to create a festive atmosphere in the township and districts together. For this purpose, the demand for the School of Cooking and Hospitality, which will be established in the region after the first festival that was held in 1981, was met with the support of the Provincial Administration of Special Provincial Administration and the Ministry of National Education and started education and teaching in 1985. The Mengen Cookers and Tourism Association has been established to promote promotion campaigns more effectively on the interest of the festival and to strengthen the solidarity among the cooks. Until 1984, the festival, which was held in cooperation with the Committees and the Cookery and Tourism Association, was started to be carried out by Mengen Municipality. Since 1990, the festival has started to be done jointly with supporting companies with the municipality.

Within the scope of the research, the data obtained from 49 people using face-to-face interview technique from qualitative research methods were subjected to content analysis using NVIVO 10.0 package program. The results of the content analysis of the study were classified according to the findings and the results obtained in the framework of the research and the qualitative research package program NVIVO 10.0 was used (Kelle, 1995; Cohen, Mannion and Morrison, 2007). In the main findings of the study; concepts such as tourism, economy and tradition are seen to be used less particularly when the themes such as regional and cultural promotion, entertainment, culinary sector meeting are emphasized more in the festival definitions of the participants. Participants expressed less attention to activities such as increasing accommodation, promoting local and cultural products, record experiments, while expressing the importance of sectoral participation and activities, food competitions, entertainment and concert activities, food tastings, advertising and promotional activities for the development and sustainability of festivals seems to be pulled out. While it is stated that the promotion of the festival in national and international areas requires the promotion of the chiefs and well-known people, the use of social media and advertisements, the use of visual and audiovisual media, the enhancement and differentiation of organized events. Festival etc. As the activities are expressed, it provides contribution to the region where it is regulated in many ways. To ensure the continuity of these activities, to attract more participants or supporters, to provide more effective promotion both in national and international areas;

- Firstly, festival dates should be determined and shared with the public. In order to enable tourism and hotel management to participate, it should be done during periods when they are calmer rather than during summer.
- Work or support with national or international agencies to ensure that activities and work are done more professionally.
- In order to increase the recognition and awareness of the products belonging to the locality, local products and local themes should be used in the promotional materials used.
- During the festival, activities to introduce the profession of culinary arts should be performed and activities and trainings should be introduced especially to the new generation.
- National and internationally recognized cooks should be invited and panels, interviews, etc. should be planned to ensure that their attendance is announced in advance and that they will meet with interested participants in a common pavilion
- The work must be completed in order for the festival to enter the list of registered and intangible cultural heritage.
- The theme, slogan or logos for the festival should be designed and shared publicly using advertising, social media and other means of communication.

There are some limitations in this study due to the use of qualitative research approach. The results of this can not be generalized. In later studies, the study can be expanded by supporting it with qualitative and quantitative research approaches. In this study, opinions of academicians, local people, artisans and participants were included. Future studies may involve studies involving different stakeholders.