



**23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMININ BİR ETKİNLİK
OLARAK ANKARA TURİZMİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Dilek MUTLU BAYIN

Eskişehir 2021

**23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMININ BİR ETKİNLİK
OLARAK ANKARA TURİZMİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ**

Dilek MUTLU BAYIN

Yüksek Lisans Tezi

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran 2021

ÖZET

23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMININ BİR ETKİNLİK OLARAK ANKARA TURİZMİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Dilek MUTLU BAYIN

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2021

Danışman: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK

Etkinliklerin gerçekleştirildiği yörelere veya bölgelere ekonomik, kültürel ve fiziksel çevre bağlamında önemli katkıları ve maliyetleri vardır. Bu araştırmada, 1920 yılından bu yana Türkiye’de organize edilen önemli bir kültürel ve Mega etkinlik olan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın, Ankara turizmine olan katkıları ve maliyetlerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket soru formunda beşli likert ölçeğinde 30 soru yanında, bir adet açık uçlu soruya yer verilmiştir. Araştırma, Ankara’da ve toplam 407 katılımcı kapsamında gerçekleştirilmiştir. Anket sonucunda elde edilen veriler; faktör analizi, bağımsız örneklem T testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Açık uçlu sorularda içerik analizi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda, bu Bayramın Ankara turizmine sosyoekonomik ve fiziksel çevre boyutlarında maliyeti; kültürel, ekonomik ve sosyal boyutlarda ise katkılarının olduğu belirlenmiştir. Bayramın kültürel, sosyal katkısı ve fiziksel çevre maliyetine yönelik algılarda katılımcıların yaş aralığına göre farklılık bulunurken; sosyoekonomik maliyete yönelik algılarda ise bu farklılık eğitim ve gelir durumunda ortaya çıkmıştır. Covid-19 pandemisi ile ilgili algıların yer aldığı açık uçlu soruya verilen cevaplarda ise katılımcıların, turizm ve tanıtım teması ile Covid-19 pandemisi üzerinde yoğunlaştıkları, bu dönemde katkılardan ziyade ekonomik, kültürel ve sosyal maliyetleri dile getirdikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, Ankara, Turistik etkinlik, Covid-19 pandemisi.

ABSTRACT

AN EXAMINATION OF APRIL 23 NATIONAL SOVEREIGNTY AND CHILDREN'S DAY IN THE CONTEXT OF ANKARA TOURISM AS AN EVENT

Dilek MUTLU BAYIN

Department of Tourism Management

Anadolu University Graduate School of Social Sciences, June, 2021

Advisor: Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK

Events have important benefits and costs to the regions where they are held in the context of economic, cultural and physical environment. In this research, it is aimed to evaluate the benefits and costs of April 23 National Sovereignty and Children's Day, which is an important cultural and mega event organized in Turkey since 1920, to tourism in Ankara. Questionnaire technique was used to collect research data. The survey questionnaire included 30 questions on a five-point Likert scale, as well as one open-ended question. The research was conducted in Ankara and within the scope of a total of 407 participants. Data obtained as a result of the survey; Factor analysis, tested by independent sample T test and one-way analysis of variance (ANOVA). Content analysis was used in open-ended questions.

As a result of the research, the cost of this festival to Ankara tourism in socioeconomic and physical environmental dimensions was found. It has been determined that the festival has contributed to Ankara tourism in cultural, economic and social dimensions. While perceptions of the cultural, social contribution and physical environment cost of the festival differ according to the age of the participants; in the case of perception of socio-economic cost difference was found between education and income. In the answers to the open-ended question about the Covid-19 pandemic, the participants focused on the Covid-19 pandemic with the theme of tourism and promotion, and it was seen that they expressed economic, cultural and social costs rather than contributions in this period.

Key Words: April 23 National Sovereignty and Children's Day, Ankara, Touristic event, Covid-19 pandemic.

ÖNSÖZ

Tezimin her aşamasında bilgi ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, her konuda desteğini ve fedakârlığını benden esirgemeyen akademik görüş ve katkıları ile çalışmama yön veren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Meryem AKOĞLAN KOZAK’a, tüm süreç boyunca ilgisini esirgemediği için çok teşekkür ediyorum.

Tezim sürecinde bilgi birikimlerini benden esirgemeyen ve her soruma içtenlikle cevap veren ablam Dr. Gamze BAYIN DONAR’a ve bu süreçte en çok bana, sonra da tezin veri toplama sürecinde büyük destek olan, sevgisinden güç aldığım değerli eşim Mete BAYIN’a teşekkürlerimi sunuyorum. Son olarak da en büyük teşekkürü eğitim hayatım boyunca beni destekleyen ve tüm kararlarımın arkasında duran, annem Nesrin MUTLU ve babam Müjdat MUTLU’ya sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEMALAR DİZİNİ	xi
KISALTMALAR DİZİNİ	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. ETKİNLİK VE ETKİNLİK TURİZMİ	3
3. TURİZM ETKİNLİKLERİN SINIFLANDIRILMASI.....	8
3.1. Temalarına Göre Etkinlikler	8
3.1.1. Kültürel Etkinlikler	9
3.1.2. Politik ve Resmi Etkinlikler	10
3.1.3. Sanat ve Eğlence Etkinlikleri.....	11
3.2. Ölçeklerine Göre Etkinlikler.....	13
3.2.1. Mega Etkinlikler	13
3.2.2. Büyük Etkinlikler (<i>Hallmark</i>).....	15
3.2.3. Bölgesel Etkinlikler.....	15
3.2.4. Yerel Etkinlikler	16
4. ETKİNLİKLERİN KATKILARI VE MALİYETLERİ	18
4.1. Etkinliklerin Katkıları	18
4.1.1. Ekonomik Katkıları	19
4.1.2. Sosyal ve Kültürel Katkıları	21
4.1.3. Fiziksel Çevre Katkıları	22
4.2. Etkinliklerin Maliyetleri.....	23
4.2.1. Ekonomik Maliyetler.....	23
4.2.2. Sosyal ve Kültürel Maliyetler	24
4.2.3. Fiziksel Çevre Maliyetleri.....	26
5. BİR ETKİNLİK OLARAK 23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMI.....	28
5.1. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	28
5.2. Covid-19 Pandemi Döneminde 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Etkinlikleri	32

5.3. İlgili Literatür.....	35
6. “23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMININ” ANKARA TURİZMİNE KATKILARI VE MALİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA39	
6.1. Çalışmanın Önemi ve Amacı.....	39
6.2. Yöntem	39
6.3. Araştırma Süreci	41
6.3.1. Veri toplama aracının geliştirilmesi (Uzman görüşü ve Pilot çalışma) ..	41
6.3.2. Araştırma evreni ve örneklem.....	53
6.3.3. Verilerin toplanması.....	55
6.3.4. Verilerin analizi	56
6.3.5. Bulguların yorumlanması	59
7. TARTIŞMA.....	83
8. SONUÇ VE ÖNERİLER	86
KAYNAKÇA.....	90
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 2.1. Etkinliklerin Gelişme Nedenleri	3
Tablo 2.2. Turistlerin Geliş Amacı	7
Tablo 6.1. Görüş alınan uzmanlar	42
Tablo 6.2. Lawshe'nin minimum kapsam geçerliliği oranları	44
Tablo 6.3. Uzman görüşlerinin toplanması ve kapsam geçerlik oranlarının elde edilmesi	45
Tablo 6.4. Katılımcılara göre anketlerin dağılımı	49
Tablo 6.5. Faktör Analizi Sonuçları	51
Tablo 6.6. Güvenilirlik Analizi Sonuçları	53
Tablo 6.7. Evren Büyüklüklerine Karşılık Örneklem Büyüklükleri	55
Tablo 6.8. Katılımcılar	56
Tablo 6.9. Açık Uçlu Soru Formu Cevap Sayısı	58
Tablo 6.10. Demografik Bilgiler	60
Tablo 6.11. Faktör Analizi Sonuçları	63
Tablo 6.12. Faktörlerin Frekans ve Yüzde Dağılımları	68
Tablo 6.13. 23 Nisan Bayramının Katkıları ile Demografik Özellikler İlişkisi	70
Tablo 6.14. 23 Nisan Bayramının Maliyetleri ile Demografik Özellikler İlişkisi	71
Tablo 6.15. Açık Uçlu Soruya Verilen Cevaplar	74

ŞEMALAR DİZİNİ

Sayfa

Şema 1. Araştırma Süreci	41
--------------------------------	----



KISALTMALAR DİZİNİ

BBC	: British Broadcasting Corporation (Britanya Yayın Kuruluşu)
BM	: Birleşmiş Milletler
KGO	: Kapsam Geçerlilik Oranı
KMO	: Kaiser-Mayer-Olkin
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TDK	: Türk Dil Kurumu
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
UNICEF	: United Nations International Children's Emergency Fund (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu)
VIP	: Very Important Person (Çok Önemli Kişi)
WCED	: World Commission on Environment and Development (Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu)

1. GİRİŞ

Etkinlikler, bir çekicilik unsuru olarak Antik çağdan bu yana belirli bir zamanda ve yerde, gerçekleşen farklı olaylar olarak ifade edilebilir. Başlangıç yıllarında sosyalleşme amacıyla geleneksel olarak kutlanan dini ritüeller şeklinde yürütülen etkinliklerin, zaman içinde değişen dönem koşullarına bağlı olarak farklı amaçlarla yapılmaya başlandığı görülmektedir. Bu değişimde ekonominin ve üretim biçiminin önemli olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin, çiftçi insandan kentli insana geçiş ve buna bağlı olarak ortaya çıkan, işçi sınıfı, örgütlü yaşam ve yıllık izinlerin kullanımı. Modernleşme ve kentleşmenin gelişimi ile ortaya çıkan boş zaman kültürünün de bu süreçte önemli bir kırılma noktası olduğu söylenebilir. Modern dönemde turizm, eğlence ve rekreasyon faaliyetleri bir sektör haline gelmiş, etkinlikler de çeşitlenerek bulundukları yöre ya da bölgeler için birer önemli çekicilik unsuru haline gelmiştir. Etkinlikler, bir yöre ya da bölgenin turistik tanınmasında, tutundurulmasında, sezonluk olma probleminin çözümünde, bir ekonomik ve sosyal değerin veya yörenin imajının yaratılmasında önemlidir (Argan ve Yüncü, 2015, s. 3; Tuna ve Akpınar, 2018, s. 265).

Günümüzde etkinlik alanında yaşanan çok çeşitlilik, etkinliklerin kategorize edilmesini, pratiklik ve kavramsal kurgu bakımından kolaylık sağlaması bakımından zorunlu hale getirmiştir. Etkinliklerin temalarına ve büyüklüklerine göre ayrıştırılarak incelenmesi en fazla kabul gören sınıflandırmadır (Quinn, 2009, s. 5). Farklı büyüklük ve temalarla gerçekleştirilen etkinliklerin ev sahibi yöre ya da bölgeye çevre, ekonomi ve sosyal yönden katkı sağlaması ve bu sırada yaşanan maliyetler; bu konunun turizm ve ekonomik kalkınma ile ilgili çevrelerde sıklıkla ele alınmasını gündeme getirmiştir. Son yıllarda yaşanan küreselleşmeyle birlikte etkinlikler de farklı bir boyut kazanmış, mekan ve zaman olgusundan ötede sanal ortamlarda kolayca düzenlenen organizasyonlarla, uluslararası ve milyonlarca katılımcı ve seyirci ile gerçekleşen Mega eylemler haline gelmiştir.

Ülkemizde etkinlik kapsamında pek çok festival ve şenlikler yapılmaktadır. Bunlardan biri de Bayramlardır. Bayramlar iki genel sınıfa ayrılmaktadır. Bunlar; dini ve milli bayramlardır. Bilhassa milli bayramlar kutlandığı zaman birçok etkinlik ve gösterilerin yer aldığı bir şenlik havasında gerçekleştirilmektedir. Bu milli bayramlardan en önemlisi ise 100 yıldan bu yana kutlanan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramıdır. 1920 yılından günümüze kadar çeşitli etkinlikler ile kutlanan bu bayram milli

coşkuyu arttırması ve ilk çocuk dostu niteliğine sahip olması açısından önemli bir etkinliktir. Bayram ilk olarak Ankara’da kutlanmaya başlamıştır. 1979 yılında TRT’nin bu kutlamalara uluslararası bir boyut getirmesi ile en büyük etkinlikler 2000 yılına kadar Ankara’da yapılmıştır (Cantürk, 2018, s. 87). Bu yıldan sonra etkinlikler farklı illerde yapılmış olsa da programlar Ankara ziyareti ile sona ermiştir. Uluslararası boyutlara taşınan bu bayram, ülkemizin tanıtımının yapılmasını sağlamıştır. Ülke içinden ve dışından gelen ziyaretçiler ile etkinliğin gerçekleştirildiği bölgelere ekonomik ve sosyo kültürel katkılar sağlaması açısından da adeta bir Mega etkinlik olmuştur (Kozak ve Mutlu, 2020, s. 17).

Bu araştırmada 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın Ankara turizmine olan katkıları ve bu etkinlik süresince katlanılan maliyetlerin neler olduğunun belirlenmesi amacı ile planlanmıştır. Buna ek olarak yaşanan Covid-19 *pandemisi* (2020-2021) sonucunda bayramın aktif bir şekilde kutlanamamasının (sanal kutlamaların) etkilerinin de belirlenmesi hedeflenmiştir.

Araştırma, ilgili literatürün yer aldığı dört bölümden oluşacaktır. İlk bölümde etkinlik ve etkinlik turizmi kavramı tarihi, gelişimi ve özellikleri hakkında yapılan çalışmalar derinlemesine anlatılacaktır. İkinci bölümde, turizm etkinliklerin sınıflandırılması yapılarak, bu sınıflandırmalarda en çok kullanılan *temalarına* ve *ölçeklerine* göre etkinliklere yer verilecektir. Üçüncü bölümde etkinliklerin ev sahibi yöre veya bölgeye sosyal ve kültürel, ekonomik ve fiziksel çevreye olan katkı ve maliyetleri açıklanacaktır. Son bölümde ise araştırmanın amacı doğrultusunda bu bayramın etkinlikleri öncelikle tarihsel ve içerik olarak incelenecektir. Ardından yaşanan Covid19 *pandemi* sürecinde bayram ile ilgili yapılan etkinlikler anlatılacaktır. Bu araştırmada, geniş kapsamlı bir örneklem hacmi hedeflendiği için anket tekniği ile veriler toplanacaktır. Ancak bu süreçte yaşanan (2020-2021 yılı) *pandemi* sebebiyle, bayram sadece televizyonlardaki aktivitelerle kutlanmıştır. Anket sorularının, bu bayramın gerçek aktivitelerle kutlanmasına yönelik çevresel etkilerini kapsamaması nedeniyle, bu forma pilot araştırma sonrasında bir açık uçlu soru eklenmesine karar verilmiştir.

Araştırma sonucunda, önceki yıllarda aktif olarak kutlanmış olan bayramın Ankara turizmine katkıları ve maliyetleri ile ilgili bulgulara ulaşılması, sonrasında ise *pandemi* dönemine ait pasif kutlamalara (sanal) yönelik algıların belirlenmesi ve bu iki dönem kutlamalarına yönelik algı farklılıklarının ortaya çıkarılmasına çalışılacaktır. Bu

sonuçlara bağlı olarak, bu bayramın Ankara için bir turistik etkinlik olarak ele alınması gerektiğine dair öneriler geliştirilecektir.

2. ETKİNLİK VE ETKİNLİK TURİZMİ

Etkinlikler, insanlığın tarihi kadar eski bir tarihe sahiptir. Etkinliklerin ilk izlerinin, antik dönemine kadar dayandığı görülmektedir (Tuna ve Akpınar, 2018, s. 265). Bu dönemdeki etkinliklerin çoğunlukla dini amaçla yapıldığı söylenebilir. Örneğin, Yunan Tanrısı Zeus adına yapılan olimpiyat oyunlarının yanısıra (Masterman, 2004, s. 9; Argan ve Yüncü, 2015, s. 3) Hristiyanların Noel ya da Paskalya gibi etkinlikleri bunlar arasındadır (Tuna ve Akpınar, 2018, s. 265). Ülkemizde de etkinlik tarihinin çok eskilere dayandığı görülmektedir. Örneğin, deve güreşleri yaklaşık 2400 yıldır yapılan önemli bir kültürel etkinliktir. Günümüzde hala yapılmakta olan yağlı güreş müsabakaları, yayla göçleri, çeşitli tarım ve bereket ritüelleri, bayramlar da bu etkinliklere örnek olarak verilebilir (Aydın, 2011, S. 55). Etkinliklerin amaçları yıllar içerisinde değişmeye başlamıştır. İlk olarak dini ve sportif amaçlarla yapılan etkinliklere talep fazla iken yıllar içerisinde kültür, sanat, eğitim ve iş amaçlı etkinliklere yönelim artmıştır. Etkinliklerdeki niteliksel artışın temel nedenleri; yaş ortalamasının yükselmesi, teknolojik gelişim, gelir ve refah seviyesinin artması, insanlar için zaman ve boş zaman kavramının önemli hale gelmesi (Goldblatt, 2000, s. 2). Bu faktörlerdeki değişimler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 2.1. Etkinliklerin Gelişme Nedenleri (Goldblatt, 2000, s. 3)

Değişim Konusu	Geçmişte	Bugün
Nüfus	Genç	Yaşlı
Teknoloji	Düşük	Yüksek
Harcanabilir Gelir	Sınırlı	Sınırsız
Zaman ve Boş Zaman	Tanımlanmış	Tanımlanmamış

Etkinlik, İngilizce’de “event” sözcüğünün karşılığı olan olay ve daha çok etkinlik kavramı olarak kullanılmaktadır. Silver etkinlikleri bir deneyim olarak tanımlamaktadır. Etkinliklerin, katılımcılara bir etki yaratmak için özenle hazırlandığını belirtmektedir (Silver, 2004, s. 2). Shone ve Parry ise insanların günlük hayatlarındaki normal aktiviteler dışında kalan boş zaman, kültürel, kişisel ve rutin olmayan olayları etkinlik olarak tanımlamaktadır (2004, s. 3). Getz, etkinliklerin belirli bir zamanda ve yer de belirli koşullar altında gerçekleşen önemli bir olay olduğuna dikkat çekmiştir (Getz, 2008, s.

403). Kozak ve Bahçe, etkinliklerin katılımcılara sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik deneyimler kazandırdığını ve genellikle bu amaçla yapıldığını belirtmiştir (Kozak ve Bahçe, 2012, s. 159). Tanımlardan yola çıkarak etkinliklerin ortak özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Aktaş ve Göztaş, 2017, s. 12-13):

- Kısıtlı zamanlı,
- Yılda bir ya da tek seferlik yapılan,
- Sıradışı,
- Herkesin katılabildiği,
- Belirli bir temayı kutlamak veya göstermek,
- Özellikle yapılan sabit bir yerin olmaması (spor etkinlikleri hariç),
- Deneyim sağlaması,

Etkinlik özelliklerinin günümüz turizm ekonomisinde kullanımının geleneksel gösterilerin ve ritüellerin dışına çıkmasına bağlı olarak gelişmeye açık olduğu görülmektedir. Yapıldığı yörede veya bölgede (destinasyonlarda) turistik çekicilik konusunda rekabette üstünlük sağlaması yönünde önemli getirileri bulunmaktadır. Bu durum, etkinliklerin bir turizm alanı olarak tanımlanması yanında, bu alana özgü kimi niteliklerin de belirlenmesine neden olmaktadır (Aktaş ve Göztaş, 2017, s. 37). Örneğin, etkinlik kavramının, destinasyon, pazarlama ve reklam ile ilişkilendirilmesi gibi (Getz, 2008: 403; Saçlı vd. 2019, s. 179). Turizm ve etkinlikler arasındaki ilişki; etkinlikler ile ilgili imajın destinasyona aktarılması ve destinasyon markasının güçlendirilmesindeki etkisidir. Buna ek olarak 1985 yılında Burns ve arkadaşları tarafından “Adelaid Uluslararası Araba Yarışlarına” yönelik yapılan araştırma ile etkinliklerin ekonomik açıdan da önemli olduğu ortaya konulmuştur (Davies vd., 2013, s. 31). Turizmin ekonomik boyutu dikkate alındığında, etkinlik ile turizmin birleştirildiği bir etkinlik turizmi kavramı ortaya çıkmıştır.

Etkinlik turizmi “Yeni Zelanda Turist ve Tanıtım Departmanı” tarafından ilk olarak 1987 yılında ele alınmıştır. Burada etkinlik turizmi; “uluslararası turizmin hızla büyüme gösteren hareketli bir bölümüdür” şeklinde ifade edilmektedir. Daha sonraki yıllarda etkinlik turizmi; “içerisinde teknik bir yapı olan ve bu tekniği harekete geçirme, uygulamaya koyma faaliyeti ”olarak ifade edilmektedir (Getz, 1997, s. 16). Çakıcı ve

Yavuz ise etkinlik turizmini “turistik bir çekim unsuru yaratmak için etkinliklerin sistematik bir şekilde geliştirilmesi, planlanması, pazarlanması ve düzenlenmesi” olarak tanımlamaktadır (2012, s. 4). Kozak ve Bahçe (2012, s. 160)’de etkinlik turizminin, bir çekicilik unsuru olarak kullanılarak, katılımcı sayısını arttırmak için kullanılmasına dikkat çekmiştir.

Etkinlik turizmi, talebin mevsimselliğini yıla dağıtmada, turizmi coğrafi olarak yaymada ve diğer kentsel ve ekonomik kalkınmaya yardım etmede kullanılabilmektedir (Getz ve Page, 2016, s. 597). Etkinlikler sayesinde destinasyonlar çok sayıda ziyaretçinin ilgisini çekebilmekte ve gelen ziyaretçilerin bu doğrultuda harcama yapmalarını sağlayabilecek kapasiteye sahip olabilmektedir (Henderson vd., 2010, s. 60). Etkinlik turizmi potansiyel kaynakları bir araya getirme fırsatı sunan nadir turizm çeşitlerindendir. Aynı zamanda turistlere güzel bir destinasyon sunan ve farklı deneyim yaşatan faaliyetler bütünüdür (Chalip ve Costa, 2005, s. 219). Etkinlikler, destinasyon imajı geliştirmek için de önemli bir turist çekim faaliyeti olarak görülmektedir (Getz ve Page, 2016, s. 253). Bu nedenlerle pek çok ülke, bölge ve destinasyonlar etkinliklere daha fazla ilgi göstermekte; etkinliklere yönelik hükümetlerin, yerel idarelerin ve medyanın ilgisi artmaktadır. Etkinliklerin hem katılımcılara hem de ev sahipliği yapan paydaşlara, çeşitli faydaları bulunmaktadır. Topluluk yaratma (community building), kültürel gelişim ve milli kimliklerin gelişimine yardım etmek bu faydalardan bazılarıdır (Getz, 2008, s. 403). Turizm alanına özel faydaları ise şu şekilde özetlenebilir (Masterman, 2004, s. 79-84):

- Turizmin mevsimsel sorununu çözmek,
- Turizm talebinin eşit dağılımını sağlamak,
- Yeni gelir kaynakları oluşturmak,
- Destinasyonların tanıtımının yapılmasını sağlamak,
- Destinasyona medyanın ilgisini çekmek,
- Ziyaretçilerin tekrar gelmesi için teşvik etmek.

Yapılan araştırmalar (Yuan vd., 2005, s. 44; Getz, 2008, s. 403; İbiş ve Batman, 2018, s. 251; Yıldırım, 2018, s. 37) etkinliklerin seyahat kararında önemli bir etken olduğunu göstermektedir. Bu durum etkinlik düzenleme kararlarını, yapılan pazarlama planlarını ve destinasyonların etkinliklere olan yaklaşımını da değiştirmektedir. Geçmişte

yapılan, kar amacı gütmeyen ve tamamen amatörlerce gerçekleştirilen etkinlikler, günümüze gelene kadar bu yapısından sıyrılmış ve önemli ekonomik değer sağlayan birer faaliyete, dolayısıyla da profesyonel birer organizasyona dönüşmüştür. Aynı zamanda, etkinlikler bir amaç için ve pek çok stratejik hedefi gerçekleştirmek için yapıldığından çok fazla risk faktörü bulunmaktadır. Bu süreç sonucunda, etkinlik yönetimi kavramı ortaya çıkmıştır. "Etkinlik yönetimi" yapılan etkinliğin amaçlarının tespit edilmesi, bu doğrultuda planların ve programların yapılması, stratejilerin geliştirilmesi, uygulanması ve son olarak da sonuçların değerlendirilmesini içeren bir yönetim alanıdır (Argan ve Yüncü, 2015, s. 78). Bu alan, ilk olarak halkla ilişkiler departmanı tarafından yönetilirken, son zamanlarda etkinliklere özel kurulan departmanlar tarafından yönetilir hale gelmiştir (Thomas ve Thomas, 2013, s. 11; Akay, 2014, s. 57).

Etkinlik turizmine yönelik akademik araştırmalar 1970'li yıllardan sonra başlamıştır. 1970-1996 yılları arasında yapılan akademik araştırmaları değerlendiren Formica (1998)'nın bulgularına göre, bu yıllar arasında etkinliklerin ekonomik ve finansal etkinlikleri, etkinlik pazarlaması, etkinlik profilleri, sponsorluk, yönetim ve yeni trendler hakkında araştırmalar yapılmıştır. Getz (2000) tarafından 1993-2000 yılları arasında *Journal of Event Management Dergisinde* yayınlanan çalışmalarda en sık işlenen konuların etkinliklerin ekonomik gelişimi ve ekonomik etkiler, sponsorluk ve etkinlik pazarlaması, pazar bölümlendirme ve yönetim başlıkları olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (akt. Kömürcü, 2017, s. 11).

Etkinlik turizmi; uluslararası pazarlarda önemli gelir yaratıcı bir etken olarak sayılmasına rağmen, Türkiye'de ve dünyada kültür turizmi, toplantı ve kongre, sportif etkinlikler, festival gibi başlıklar altında incelenmektedir (Crompton ve McKay, 1997, s. 429; Deery vd., 2004; Kozak ve Bahçe, 2012, s. 151). Buna ek olarak Bayat (2018)'ın yabancı ziyaretçilerin geliş nedenleri ile ilgili yapılan araştırmada da belirlenen nedenlerin turizm ile doğrudan ilgili olduğu, ancak etkinlik ya da festivaller şeklinde bir başlık bulunmadığı görülmektedir. Tablo 2'de turistlerin geliş nedenleri ile ilgili bilgilere yer verilmektedir.

Tablo 2.2. *Turistlerin Geliş Amacı (2018)*

Turistlerin Geliş Amacı	Yüzde (%)
Alışveriş	46.7
Tatil	32
Kültürel-Doğal Öğeler	12.2
Dini Yerleri Ziyaret	2.8
Tarihi Zenginlikler	2.5
Sağlık ve Kaplıca Tedavisi	0.8
Dost akraba ziyareti	0.6
Diğer	0.6
Toplam	100

Her ne kadar etkinliklerin ülke gelirlerine sağladıkları ekonomik katkılarla ilgili resmi kayıtlar olmasa da yapılan bazı çalışmalardan bunların sonuçlarına ulaşılabilmektedir. Örneğin, 2005 Formula 1 Türkiye Grand Prix'in yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiyeye etkisi Karagöz (2006) tarafından araştırılmıştır. Araştırmaya göre yabancı harcamaları 329,86 € olarak tespit edilmiştir. Bu harcamaların ekonomiyeye doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerine bakılmış ve sonuç olarak; doğrudan ekonomiyeye etkisi 8.232.750 YTL, dolaylı ekonomiyeye etkisi 21.305.533,73 YTL ve uyarılmış ekonomiyeye etkisi de 4.565.059,875 YTL'dir.

3. TURİZM ETKİNLİKLERİN SINIFLANDIRILMASI

Turizm alanındaki etkinlikler *temalarına göre etkinlikler ve ölçeklerine göre etkinlikler* olmak üzere iki genel sınıfa ayrılmaktadır (Jago ve Shaw, 1998; Getz, 2008; Allen vd., 2010; Van Der Wagen, 2001). Bu ikili sınıflandırmanın dışında, Heenan (1978, s.32), etkinlik turizmini katılımcılar ve düzenleyicileri de dikkate alarak üç sınıfa ayırmıştır: Tip I etkinliklerde, yalnızca yerel halkın kabullendiği ve yerel halka yönelik yapılan etkinlikler; Tip II etkinliğinde yerel kültür ve gelenekler yer alır; başka bir deyişle, Tip I' antitezidir. Tip III etkinlikler ise diğer iki etkinlik tipinin olumlu özelliklerini birleştiren etkinliklerdir. Bu konuda çalışmaları olan Getz'in bu kapsamda ölçek ve temaları dışında, arz ve talep yönlü etkinlik analizi yaptığı görülmektedir (Getz, 1997, s. 18). Arz amaçlı analiz, planlama açısından bir anlam ifade ederken, talep amaçlı sınıflandırma pazarlama açısından önemlidir (Karagöz, 2006, s.12). Bir başka sınıflandırma ise Jago ve Shaw (1998) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar etkinlikleri olağan (sıradan) etkinlikler ve özel etkinlikler şeklinde ikiye ayırmış, ancak özel etkinlikler çevresinde mega ve hallmark etkinlikler şeklinde alt sınıflandırmaya da yer vermişlerdir (akt. Masterman, 2004, s. 16). Bu çalışmada etkinliklerin temalarına ve ölçeklerine göre yapıldığı ikili sınıflandırma esas alınmıştır.

3.1.Temalarına Göre Etkinlikler

Etkinlikler gerçekleştirilme amacına, içeriğine ve alanına göre farklı temalarla yapılmaktadır. Allen vd. (2010) etkinlikleri; “festivaller, TTKS etkinlikleri (Toplantılar, Teşvikler, Konferans etkinlikleri, Sergiler), spor etkinlikleri ve iş etkinlikleri” olarak sınıflandırmaktadır (Allen vd., 2010, s. 11). Bir başka çalışmada ise Van Der Wagen (2001) etkinlikleri “spor etkinlikleri, kongre ve fuar etkinlikleri, festivaller, eğlence sanat ve kültür etkinlikleri, ticaret etkinlikleri, çocuk etkinlikleri, aile etkinlikleri” şeklinde kategorilendire ayrılmıştır (Van Der Wagen, 2001, s. 7-10). Getz (2008, s. 406) temalarına göre etkinlikleri dört ana gruba ayırmıştır. Bunlar:

- Kültürel etkinlikler, politik ve resmi etkinlikler, sanat ve eğlence,
- İş ve ticaret, eğitim ve bilim,
- Spor etkinlikleri,
- Özel etkinliklerdir.

Getz'in etkinlik temaları ile araştırmanın konusu olan bu bayramın etkinliklerinin içerik ve alan bağlamında *kültürel etkinlikler, politik ve resmi etkinlikler, sanat ve eğlence* ile ilgili ilk temayı önemli ölçüde karşıladığı görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmada, önerilen temaların tamamı değil, sadece bir tema detaylı olarak ele alınmış, diğer temalar ise bu çalışmanın amacı dışında görüldüğünden açıklamalarda yer verilmemiştir. Konu ile ilgili görülen birinci tema ile ilgili alt başlıklara aşağıda yer verilmektedir.

3.1.1. Kültürel Etkinlikler

Bu kapsamda yer alan etkinlikler; festivaller, karnavallar, dini etkinlikler ve anma etkinlikleri gibi kültürel faaliyetleri kapsamaktadır. Soyut kültürel miras kavramı açısından önemli olan bu etkinlikler aynı zamanda, turizmin de önemli bir sunum alanı olarak dikkat çekmektedir. Bu alt etkinlikle ilgili açıklamalar aşağıda yer almaktadır.

Festivaller: Festivaller belirli bir fikir veya olayı kutlama faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Resmi olarak belirlenen dönemlerde ve eğlence amacıyla, halka açık bir şekilde yapılır (Quinn, 2009, s. 5). Festivaller insanları sosyalleştiren ve kültürel yaşamlarını zenginleştiren bir etkinlik türüdür. Bu etkinlik türü insanların hayatında önemli bir etkiye sahiptir. Bu etkilerden bazıları katılımcılara sosyal aktiviteler sağlarken, paydaşlara da gelir kaynağı sağlamasıdır. Getz ve Frisby (1988, s. 22) festivalleri turizm açısından “ortaya çıkmakta olan bir dev” olarak nitelendirmiştir. İngilizce festival kavramının karşılığı (http-1) bayram, şenlik vb. olarak ifade edilmektedir. Bu tanımlara dayanarak, 23 Nisan Çocuk ve Ulusal Egemenlik Bayramı bir festival olarak ele alınabilir. Festivaller sosyolojik açıdan, rekreasyonel faaliyet, toplum gelişimi ve turizm endüstrisinin gelişimi boyutları ile araştırılmıştır. Chang (2006, s. 1224–1225) ise festivallerin etkinlikler alanında “ev sahibi destinasyonun etkinliğe yönelik düşünceleri, büyük ve bölgesel etkinlikler, etkinliklerin ekonomik etkisi, katılımcıların tutum ve algıları, algılanan festival deneyimleri” araştırmaların yapıldığını ancak yöresel kültür konusunda fazla araştırma yapılmadığına dikkat çekmiştir.

Karnavallar: Bu etkinlik çeşidi destinasyona çok fazla turist çekme potansiyeline sahiptir. “Rio Karnavalı” bilinen en büyük karnavaldır (Porto, 2010, s. 427). Devlet tarafından düzenlenen karnavalların yanında, özel işletmeler tarafından düzenlenen karnavallar da mevcuttur. Örneğin, İzmir’de 27 Nisan 2019 tarihinde düzenlenen “Çocuk

Karnavalı” özel bir işletmenin düzenlediği bir etkinliktir. Bu çocuk karnavalında dev oyun parkurları, eğlenceli gösteriler, atölyeler, animasyon karakterlerini içeren çeşitli konseptlerde hazırlanan odalarda eğitici ve eğlendirici etkinliklere yer verilmiştir (http-2).

Dini Etkinlikler: Toplamların dini inançları bağlamında kutlanan özel günlerdir. Hindistan dini etkinlikler konusunda ön plana çıkan bir ülkedir. Hindistan’da kutlanan dini etkinliklere örnek olarak; “Holi”, “Ganesh Chaturthi”, “Janmastami” ve “Buddha Purnima” etkinlikleri örnek olarak gösterilebilir (http-3). Hindistan’daki Kumbh Mela’nın en dikkat çeken dini etkinlik olduğu söylenebilir. Bu etkinlik Allahabad (Prayag), Haridvar, Uccain ve Nasik illerinde üç yılda bir olmak üzere 12 yılda bir düzenlenmektedir. Gerçekleştirileceği zaman ise gökcisimlerinin konumlarına göre belirlenir (http-4). Yine bu konuya örnek olarak Vatikan ve Mekke’ye yılda ortalama 3 milyon hacının gittiği göz önüne alındığında dini etkinliklerin turizm hareketlerinde önemli olduğu görülebilir (http-5).

Anma Etkinlikleri: Her toplumun kendi tarihinde yer alan önemli kişi ve olayı yad etmek için kutladıkları anma günleri vardır. Bu günlerde gerek ulusal gerekse yerel boyutlarda etkinlikler yapılmaktadır. Türkiye düzenlenen etkinliklere “10 Kasım Atatürk’ü Anma Günü”, “18 Mart Çanakkale Şehitler Günü”, “Uluslararası Hacı Bektaş Veli Anma Törenleri” ve “Mevlana’yı Anma Törenleri” örnek olarak verilebilir (Atak, 2009, s. 75).

3.1.2. Politik ve Resmi Etkinlikler

Politik etkinlikler genellikle tanınmış ve altyapısı gelişmiş şehirlerde yapılan ve birçok devlet adamını ve büyük şirketlerin yönetim kademesini bir araya getiren etkinlik türlerindendir. Bu etkinlikler; zirveler, resmi törenler, politik toplantılar ve VIP ziyaretlerini kapsamaktadır (Getz, 2008, s. 404). Politik etkinlikler, etkinlik turizminin içindeki en küçük kategori olmasına karşın, büyük etkiler yaratır. Bu kapsamda zirveler, diğer politik etkinlikler ve VIP ziyaretleri önemli etkinlik olarak dikkat çekmektedir.

Zirve: Devletleri temsilen üst düzey resmi görevlerin katıldığı toplantıdır (Aksu vd., 2013, s.2). Örneğin, dünyanın en önemli politik etkinlikleri Dünya Ekonomi Forumu ve G 8 zirvesidir (Dansero ve Puttilli, 2010, s. 322). Zirveler birçok kişinin politik

amaçlarla da olsa bir başka ülkeyi ya da bölgeyi gezmesi, görmesi ve para harcaması sonuçları itibariyle etkinlik turizminin merkezinde yer alır. Türkiye’de 2015 yılında gerçekleştirilen G 20 zirvesine bakıldığında dünyadan yaklaşık olarak 15 bin katılımcının gelmiş olduğu, yaklaşık 2500 basın mensubu tarafından da zirvenin takip edilmiş olduğu görülmektedir (http-6). Bu durum politik etkinliklerin destinasyon tanıtımında önemli olduğunu göstermektedir.

Resmi Törenler: Sembolik anlamlar yüklü ulusal bayram günlerinde, insanların saygı ve minnettarlıklarını ifade etmek için yapılan etkinlikler bütünüdür (Avcı, 2007, s. 2). Türkiye’deki resmi törenlerin başında 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ve 19 Mayıs Atatürk’ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı gelmektedir (Kablan, 2012, s. 15).

Diğer Politik Etkinlikler: Zirve ve benzeri mega politik etkinlikler dışında kalan mikro düzeyde düzenlenen politik amaçlı etkinliklerdir. Örneğin, Davos’ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu. Bu forumlar her ne kadar küçük ölçekli de olsa katılımcıların yöreye gezme, görme ve harcama yönlü katkıları düşünüldüğünde, sonuçları itibariyle turistik etkinlik olarak ele alınabilir.

VIP Ziyaretleri: Politik etkinlikler kapsamında bulunan, önemli çekim gücüne sahip bir etkinliktir. VIP (Very Important Person), çok önemli protokol derecesine sahip kişi demektir (Allen-Dicker vd., 2017, s. 177). İngiltere kraliçesi II. Elizabeth ve eşi Edinburgh Dükü Prens Philip’in 2008 yılında Türkiye’de gerçekleştirdikleri ziyareti ve ABD Cumhurbaşkanı Barack Obama’nın 2009 yılında yaptığı ziyareti VIP ziyaretlerine örnektir (Çelik, 2009, s. 68).

3.1.3. Sanat ve Eğlence Etkinlikleri

Sanat ve eğlence etkinlikleri kapsamında, ağırlıklı olarak konserler, dans, oyunlar ve ödül törenleri yer almaktadır. Bu etkinlikler aşağıda açıklanmaktadır.

Konserler: Genel bir tanımlama ile “Halka Açık Özel Müzik İcrası” veya “İcra Biçimi” şeklinde ifade edilmektedir (Akardaş, 2006, s. 7). Türkiye’de gerçekleşen dünyaca tanınmış ünlülerin konserlerine bakıldığında; 2012 yılında İstanbul Türk Telekom Arena Stadında gerçekleşen Madonna konserine yaklaşık 55 bin kişi izlemiş ve

stattaki 120 tane locanın tanesi ortalama 1.200 TL'den satılmıştır (Yıldırım, 2017, s. 39). Bir diğer örnek ise Antalya'da 2019 yılında Regnum Carya Otel'de gerçekleşen Jennifer Lopez'in konseridir. Konseri yaklaşık 2500 kişi izlemiş ve bilet fiyatları 2000 liradan başlamış ardından 7000'e çıkmış ve loca fiyatları 158.000 liradan satılmıştır (http-7).

Ödül Törenleri: Bir başarı karşılığında verilen armağan, mükâfat merasimi olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Bilinen en eski ödül töreni olan "OSCAR", 1929 yılından bu zaman kadar Amerika Sinema Sanatları ve Bilim Akademisi (Academy of Motion Picture Arts and Sciences) aracılığıyla gerçekleştirilmektedir (Yurdigül vd., 2015, s. 7). En çok bilinen bir diğer ödül töreni ise 1957'den bu yana organize edilen Grammy ödülleri'dir. Amerikan müzik sektöründe önemli bir konuma sahip olan bu ödül, aynı zamanda düzenlendiği destinasyonda da büyük bir ilgiyle karşılanmaktadır (http-8). Türkiye'de en bilinen ödül töreni 1964 yılından bu yana düzenlenmeye devam eden Altın Portakal Film Festivali'dir. 1964 yılındaki festival için, öncelikle ödül heykelciği tasarlanmıştır. Bu heykelcik elinde portakal tutan Venüs'tür (Görk, 2010, s. 2-3).

Oyunlar: Oyun herhangi bir yarar sağlamaksızın boş zamanları eğlenceli bir hale getirmek için yapılan etkinlikler şeklinde ifade edilmektedir. Bu tanımın daha çok yetişkinlerin gözünden bakılarak yazıldığı açıktır. Çünkü bu konuya çocuk gözüyle bakıldığında, oyunun çocuk için çok önemli bir iş olduğu adeta onlar için bir baş uğraş olduğu bilinmektedir (Çelik, 2004, s. 190). Oğuz ve Ersoy'un hazırladığı "Türkiye'de 2004 Yılında Yaşayan Geleneksel Çocuk Oyunları" adlı geniş derlemede ise çocuk oyunları, oyuncakların hammaddesi hesaba katılarak yirmi yedi kısımda toplanmıştır (Oğuz ve Ersoy, 2007, s. 5-6).

Danslar: Dans, duygu ve düşüncelerin yansıtılmasını sağlayan bir araçtır. Bazen ihtiyaç ve arzuların ifade edilmesinde bazen de gerçeği saklamada konuşmaktan daha etkili bir yol olduğu şeklinde ifade edilmektedir (Ünlü, 2009, s. 12). Türk halk danslarının kökenlerine bakıldığında Anadolu'nun ev sahipliği yaptığı tüm toplum ve kültürlerin izleri ile gelenek ve görenekleri görülmektedir. Anadolu yüzyıllardır doğu ve batı kültürleri arasında bir köprü durumunda bulunmaktadır. Bu nedenle, Anadolu Türkiye'si, çok çeşitli ve mükemmel dans hareketlerine sahip durumdadır. Bu Türk halk dansları; Bar, Halay, Horon, Karşılama, Zeybek ve Kaşıklı Danslar olmak üzere başlıca altı ana

türde sınıflandırılmaktadır. Bu türlerin yanı sıra Bengi, Güvende, Mengi, Teke Oyunları, Yallı, Hora, Seymen gibi ara türler de yer almaktadır (Özkan, 2011, s. 113-115).

Modern teknolojinin ürünlerinden faydalanarak, ulusal ve uluslararası imaj oluşturmada kültürel arka planı temel alarak çağdaş uygulamalar yaratması ile Türkiye'nin kazanımı olarak değer kazanan Anadolu Ateşi Dans Topluluğu, Anadolu'nun zenginliklerini de bir başka boyutta gündeme getirmiştir. Yıllarca varlığını sürdüren bu dans topluluğunun, dünya çapında tanındığı ve Türkiye'nin imajına olumlu etkileri olduğu söylenmektedir (Aşkar, 2010, s. 110-112).

Yukarıda açıklanan *Kültürel etkinlikler, politik ve resmi etkinlikler, sanat ve eğlence* teması ile ilgili açıklamalara dayanarak, bu bayramın bu temada yer alan tüm içerikleri kapsayan kompleks bir etkinlik olduğu söylenebilir. Ancak bu temaların kendi içinde teker teker gruplandırılmasına bağlı bir değerlendirmede Bayramın tek bir alt tema altında yer almadığı görülür. Bu nedenle, bir bütün olarak önerilen bu çoklu etkinlik temasının bu bayramı açıklamada yeterli olduğu söylenebilir.

3.2.Ölçeklerine Göre Etkinlikler

Büyükliklerine ya da ölçeklerine göre adlandırılan bu sınıflama kapsamında yer alan etkinlikler şu alt sınıflara ayrılmaktadır: Mega etkinlikler, büyük etkinlikler, bölgesel etkinlikler ve yerel etkinlikler (Getz, 1997; Jago ve Shaw, 1998).

3.2.1. Mega Etkinlikler

Getz, mega etkinlikleri; “büyüklikleri veya önemleriyle, ev sahibi topluluk veya destinasyon için yüksek düzeyde turizm, medya kapsamı, prestij ve ekonomik etki sağlaması” ile ilişkilendirmektedir. Bir etkinliğin Mega etkinlik olarak sayılabilmesi için, katılımcı sayısı 1 milyondan fazla ve bütçesinin 500 milyon dolardan yüksek olması gerekmektedir (Getz, 1997, s. 6-18). Mega etkinlikleri diğer etkinlik türlerinden ayıran diğer bir önemli özellik ise büyüklük ve önemleri nedeniyle birden fazla toplumu veya ülkeyi etkileme kapasitesine sahip olmaları ve çoğunlukla dünya genelinde medyanın ilgisini çekmeleridir (Allen vd., 2010, s.29). Bu tür etkinliklere katılım oranı yüksek, medyanın dikkatini çekme süresi uzun, çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerinin fazla olduğu etkinliklerdir. Mega etkinliklerin turizm etkisi fazla araştırılmaktadır. Bunun nedeni bu etkinliklerin yapıldığı bölge ve yöreye fazla kar getirmesi ve imajı üzerinde önemli etkiler yaratmasıdır.

Mega etkinlikler çok eski zamanlardan beri dünyanın pek çok yerinde gerçekleştirilmektedir. Geçmiş çağlarda yapılan büyük inanç festivalleri mega etkinliklerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, spor etkinliklerinin ilki olarak kabul edilen Olimpiyat Oyunları M.Ö. 776 yılından bu yana yapılmakta olan en önemli mega etkinlikler arasında sayılmaktadır (Jago vd., 2010, s. 222). Mega etkinliklerin tanımıyla ilgili ortak bir görüş bulunmamakla beraber, bu etkinlik çeşidinde katılımcı sayısının büyüklüğü ve devamlılığı esastır. Bazı bilim adamları arasında Expo, siyasi zirveler, kongre ya da festivaller (Choe, 2011; Rose ve Spiegel, 2011) sayısal olarak büyük kapsamlı olmalarına bağlı mega etkinlikler olarak görülürken, bazıları yalnızca, spor etkinlikleri veya siyasi toplantılara odaklanmaktadır (Donos, 2012; Kim, 2012; Knott, 2015). Örneğin, kış olimpiyatları ve kadın zirveleri bir mega etkinlik olarak görebilmektedir (Armenakyan, 2012; Pu, 2017; Horne, 2007). Bazıları, ise Rugby Dünya Kupası veya Süper Bowl gibi Futbol Dünya Kupası'nı bu listeye ekleyebilmektedir (Jones, 2001; Matheson ve Baade, 2006; Jackson ve Scherer, 2013; Werner vd., 2015).

Mega etkinliklerin gelişimi ve olgunlaşması için uzun zaman gerekmektedir. Örneğin, ilk olarak 1967 yılında düzenlenen "Superbowl" etkinliği için 30 000 bilet satılamamış, ancak 2001 yılına gelindiğinde düzenlenen bu etkinliğin tüm biletleri satılmış ve bölge ekonomisine 1,1 milyar dolarlık kazanç sağlamıştır (Van Der Wagen, 2001, s. 4). Gelişim süreci tamamladıktan sonra, etkinlikler ev sahibi destinasyona önemli katkı sağlamaktadır. Mega etkinlikler geçmişte çoğunlukla gelişmiş ülkeler tarafından yapılmaktayken, artık gelişmekte olan ülkelerin etkinliklerin sürdürülebilir kalkınmayı destekleyen önemli bir etken olduğunu fark etmesinin ardından, bu ülkelerde de Mega etkinliklerin arttığı gözlemlenmektedir. Örneğin, Güney Afrika, 1995 yılından bu yana pek çok uluslararası etkinliğe ev sahipliği yapmıştır (Jago vd., 2010, 221). Zhou tarafından Çin'de düzenlenen 2008 Pekin Olimpiyat Oyunları üzerine yapılan araştırma bulgularına göre, Çin'in bu etkinliği; bölgesel avantaj elde etmek, uluslararası tanınırlığını ve böylelikle turizmden aldığı payı artırmak, ekonomik sürdürülebilirlik ve ulusal gururu arttırmak amacıyla düzenlediği bulgusuna ulaşılmıştır (2006, s. 187). Öncel'in 2012 Londra Olimpiyat oyunları üzerine yaptığı inceleme sonucuna göre, bu oyunların ekonomik etkilerinin çok yüksek olduğu tespit edilmiş ve bir şehrin Mega etkinliğe ev sahipliği yapılabilmesi için altyapısının iyi olması, gelişmişlik düzeyi ve spor diplomasisinin iyi yürütülmesi gerektiği sonucuna varılmıştır (2018, s. 371).

Bu örneklere ve açıklamalara bağılı olarak, ölkemizde bir asırdan beri, tüm yurttta kutlanmakta olan bu bayram aynı zamanda bir mega etkinliktir.

3.2.2. Büyük Etkinlikler (*Hallmark*)

Büyük etkinlikler (hallmark), mega etkinlikler ile kıyaslandığında daha küçük çaplı etkinlikler olduğu görölmektedir. Büyük etkinlikler düzenlendikleri şehir ve bölgeyle bütünleşmiş etkinliklerdir. Hallmark etkinlikleri diğler etkinlik türlerinden ayıran en önemli özellik, etkinliğin tek bir yerde gerçekleşmesi, etkinliğin gerçekleştiğı yer ile beraber anılması ve birbirinden ayrı düşünölememesidir (Getz, 1997, s. 18). Hallmark etkinlikler, yerel toplum ve destinasyona rekabet üstünlüğü sağlayan, düzenlendiğı yerin gelenekleri, çekiciliğı ve imajı açısından önemli olan ve belirli aralıklarla tekrarlayan etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Tuna ve Akpınar, 2017, s. 271). Bu etkinlik çeşidi, ulusal ve uluslararası ziyaretçilere hizmet vererek destinasyon üzerindeki ekonomik çarpan etkisini artırmaya yardımcı olmaktadır. Örneğin, her yıl Sydney'in farklı bir kentinde düzenlenen 'The Sydney Gay and Lesbian Mardi Gras' etkinliğı düzenlendiğı destinasyona ekonomik olumlu etkiler kazandırmaktadır (Van Der Wagen, 2001, s. 4). Ayrıca, Brezilya'da 1930 yılından günümüze dek gerçekleşen Rio Festivali (Lewis ve Pile, 1996, s. 27) ve 1810 yılında Bavyera prensesinin düğün töreni ile başlayıp 200 yıldan fazladır Münih'te kutlanan Oktoberfest (Yang vd, 2011, s. 383) etkinlikleri verilebilmektedir. Büyük etkinliklerin genel özellikleri şunlardır (Yıldırım, 2017, s. 34):

- Büyük bir kitleye hitap etmektedir,
- Bölgeye yatırım yapılmasını sağlamaktadır,
- Ulusal veya uluslararası düzeyde düzenlenebilmektedir,
- Yüksek maliyet gerektirmektedir,
- Prestije sahip olmaktadır.

Bu etkinlik çeşidine dair açıklamalar, bu bayramın 2000 yılına kadar sadece Ankara'da düzenlenmesi nedeniyle bir hallmark özelliğı olan etkinlik olduğu düşünölebilir. Ancak 2000 yılından sonra bu etkinliğin İstanbul, Antalya, İzmir, Bursa illerinde de düzenlenmesi nedeniyle bu festival bir hallmark olarak betimlenemez.

3.2.3. Bölgesel Etkinlikler

Bölgesel etkinlikler; bölgenin imajını geliştirmenin yanısıra ulusal ve bölgesel çekiciliğı arttırarak uzun dönemde bölgesel ve ekonomik büyümeyi desteklemenin

hedeflendiği etkinliklerdir (Yıldırım, 2017, s. 34). Allen vd. (2010), bölgesel etkinliklerin düzenlendiği destinasyonun turizm talebini arttıran, medyanın ve büyük kitlelerin ilgisini çeken, ekonomik katkı sağlayan prestiji yüksek olan etkinler olarak ifade etmiştir. Van Der Wagen'e göre, (2001, s. 5) bölgesel etkinliklerin hedef pazarının yerli turistler olduğunu belirtmiştir. Örneğin, Sydney'de düzenlenen Üç-gün festivali yerli turistlerin katıldığı bir etkinliktir. Söz konusu festivalde caddelere stantlar kurulur, konserler ve çeşitli yarışlar düzenlenir. Buna benzer olarak açık tenis turnuvaları, Formula 1 yarışları ve Akbank Caz Festivali gibi örneklerde verilebilmektedir (Tuna ve Akpınar, 2018, s. 271). Türkiye Turizm Kalkınma Planlarına bakıldığında; turizmdeki mevsimsellik sorunu ve coğrafi dağılımın dezavantajlarının iyileştirilmesi ve bölgeler arası dengeli kalkınmanın sağlanabilmesi için bölgesel etkinliklere önem verilmesi gerekmektedir (Akça, 2016, s.724).

3.2.4. Yerel Etkinlikler

Yerel etkinlikler, öncelikle yerel halkın eğlenmesini ve sosyalleşmesini sağlayan etkinliklerdir (De Bres ve Davis, 2001, s. 329). Etkinlik çeşitleri arasında en bilinenidir. Janiskee (1996, s. 404) yerel etkinlikleri, "aile temelli eğlence etkinlikleri", Van Der Wagen da "küçük etkinlikler" şeklinde anlatılmaktadır (2001, s. 6). Yerel etkinlikler, diğer etkinlik türlerinden farklı bir yapıya sahiptir. Etkinliklerin başarılı olabilmesi için halkın ve organizatörlerin birlikte çalışması gerekmektedir. Küçük ölçekli yerel etkinlikler katılımcılarda yeni fikir ve deneyimlerin oluşmasına, kişilerin spor ve sanat aktivitelerine katılması ve kişilerin hoşgörü ve farklılık konularında cesaretlenmesine yardımcı olmaktadır (Yıldırım, 2017, s. 33).

Yerel etkinlikler yöredeki bağları geliştirmekte iş birliğini arttırıcı özellikleri birlikte barındırmaktadır. Büyüklük ve ölçek olarak en alt düzeyde olan bu etkinlikler etkinlik düzenleyicilerin deneyim kazanmaları için bir fırsat olmaktadır. Türkiye'de bazı il ve ilçeler hem ürettikleri tarımsal ürünlerin tanıtımına katkıda bulunmak hem de yerel halk arasında kaynaşmayı sağlamak adına her yıl düzenli olarak festivaller düzenlemektedir. Lapseki Kiraz Festivali, Manisa Mesir Macunu Festivali bu etkinliklere örnek olarak verilebilir (Yıldırım, 2017, s. 33).

Çalışmanın buraya kadar olan açıklamalarında; etkinlik kavramı, etkinliklerin turizm ile ilişkisi, etkinliklerin sınıflandırılmaları, etkinliğin temel özellikleri ve bayramların bu etkinlikler içindeki tanımı gibi konulara yer verilerek, bu bayramın aynı

zamanda bir turistik etkinlik olduğuna ilişkin bir kavramsal çerçeve oluşturmaya çalışılmıştır. Planlanan bu tez çalışmasında, bayramın çevresel katkılarının da (Ankara örneğinde) belirlenmesine çalışılacaktır. Bu nedenle, bu kavramsal çerçeveye etkinliklerin yöreye sağladığı katkı ve maliyetlerin de eklenmesi uygun görölmüştür.



4. ETKİNLİKLERİN KATKILARI VE MALİYETLERİ

Etkinliklerin bir amacı ve buna bağlı olarak da beklenen sonuçları vardır. Bu sonuçlar, ekonomik, sosyal ve kültürel, çevresel etkiler olarak dikkate alınmaktadır. Bu etkiler ise katkılar ve maliyetler şeklinde gerçekleşebilir. Katkı ve maliyetler etkinlik hazırlık aşamasında, etkinlik süresince ve etkinlik sonrasında görülebilmektedir (Sert, s. 31). Ayrıca, etkinlikler katkıları ve maliyetleri yönüyle de sınıflandırılmıştır. Bu amaçla yapılan sınıflandırmalarda; altı çeşit olumlu ve olumsuz etkinin yer aldığı Ritchie (1984)'nin çalışması dikkat çekmektedir. Burada etkiler; ekonomik, turizm / ticari, fiziksel, sosyo-kültürel, psikolojik ve politik olarak sınıflandırılmaktadır (MacArdle, 1998; Fredline, 2000; Byeon, 2002; James, 2007). Fredline ve Faulkner (2000)'ın yapmış olduğu araştırmada ise yine altı faktör belirlenmiştir. Bu faktörler: Toplum yararı, kısa vadeli olumsuz etkiler, uluslararası profil ve ekonomik katkılar, ekonomik maliyetler, fiziksel maliyetler ve altyapı ve tesis gelişimine katkı olarak sıralanabilir. Kim, Gürsoy ve Lee (2006)'nin çalışmalarında yedi faktör tanımlamıştır. Bu faktörler: Kültürel değişime katkı, ekonomik katkılar, doğal kaynak ve kültürel kalkınma dahil olmak üzere, olumlu etkileri gösteren üç faktör ve sosyal maliyetler, trafik yoğunluğu ve kirliliği, fiyatlarda yükselme ve inşaat fiyatlarındaki artışlar olmak üzere olumsuz etkileri gösteren dört faktör tespit etmiştir. Kim ve Walker (2012) ise daha çok etkinliklerin psikolojik yönüne dikkat çekmiştir. Bu bağlamda beş faktör geliştirmiştir. Bunlar: Gelişmiş görüntü sonucunda topluluk gururu, gelişmiş topluluk bağlantısı, etkinlik heyecanı, topluluk heyecanı ve topluluk altyapısını geliştirme çabalarından duyulan gururdur.

Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, en çok yinelenen boyutların ekonomik, sosyal ve kültürel, fiziksel çevre boyutları olduğu görülmektedir (Mathieson ve Wall, 1993; Kim ve Uysal, 2003). Buradan yola çıkarak bu üç boyut; katkılar ve maliyetler şeklinde iki başlık altında toplanarak açıklanmaya çalışılmıştır.

4.1.Etkinliklerin Katkıları

Etkinlikler ile öncelikli olarak ekonomik katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Ancak etkinlikler yalnızca ekonomik katkı sağlamamaktadır aynı zamanda fiziksel çevre ve sosyal-kültürel katkıları da bulunmaktadır (Getz, 2008, s. 419). Etkinliklerin bu katkıları Ritchie ve Crouch (2005, s. 123) tarafından şu şekilde ifade edilmiştir: Ekonomik Katkılar; harcamalarda artış ve istihdam yaratılması. Fiziksel Çevreye Katkılar; yeni tesislerin inşa edilmesi ve yerel altyapının iyileştirilmesi. Sosyal ve Kültürel Katkılar:

etkinlikler ile ilişkilendirilen faaliyetlere yerel halkın katılımında artış yaşanması, bölgesel geleneklerin ve değerlerin güçlendirilmesi ve artan yerel gurur ve toplum ruhudur. Bunlara ek olarak Allen vd. (2010, s. 39) de ekonomik katkılara; bölgesel gelirin artması ve vergi gelirinin artması, fiziksel çevreye katkılara; çevresel duyarlılığın artması ve harap alanların yenilenmesi, sosyal ve kültürel katkılara; deneyimlerin paylaşılması ve yeni fikirlerin oluşmasını eklemiştir.

4.1.1. Ekonomik Katkılar

Etkinliklerde ev sahibi destinasyonda yapılan harcamalar bölgenin ekonomik kalkınmasını etkilemektedir (Allen vd., 2010, s. 38). Yapılan bu harcamalar; konaklama, seyahat, mal ve hizmet satın almak olarak örneklendirilebilmektedir. Etkinliklerin genellikle ekonomik katkıları üç farklı kaynaktan ortaya çıkmaktadır.

Bunlardan ilki etkinlik katılımcılarına ilişkin harcamalar, yemekler, konaklama ve etkinliğe katılımı motive edilen diğer satın alımlardır. Diğer, etkinlik için yapılan yatırım harcamalarıdır. Bu harcamalar genel olarak fiziksel altyapının inşa edilmesini kapsamaktadır. Son olarak etkinliklerin hazırlanması ile ilgili yapılan harcamalar, personel giderleri, tanıtım ve promosyon giderleri gibi harcamaları kapsamaktadır (Karagöz, 2006, s. 42; Hodor ve Leistriz, 2007, s. 66; Argan ve Yüncü, 2015, s.27). Ramchandani ve Coleman (2012, s. 189)' a göre etkinliklerin birincil ekonomik girdi etkisinin, dış kaynaklardan bölgeye gelen direkt harcama miktarı (özellikle döviz cinsi harcamalar) olduğu kabul edilmektedir. Geniş anlamda bu potansiyel harcama etkisi iki kaynaktan sağlanmaktadır. Bu kaynaklar ziyaretçiler ve organizatörlerdir. Ziyaretçi bileşeni içerisinde ise yetkili personel ve etkinlik izleyicileri yer almaktadır.

Etkinliğin büyüklüğünün ne olduğuna bakılmaksızın (uluslararası, ulusal, bölgesel, yerel), etkinlikler fayda-maliyet veya ekonomik çarpan (çarpan etkisi) analizi ile incelenir (Dwyer vd., 2005, s. 352). Bu bağlamda, düzenlenen etkinliklerin sonucunda bu tür analizlerin gerçekleştirilmesi etkinliğin hedeflenen düzeyde katkı sağlayıp sağlamadığının belirlenmesine yardımcı olmaktadır (Shone ve Parry, 2010, s. 58). Watson vd. (2008, s. 574), bir sektördeki ekonomik değişikliklerin diğer işletmeler üzerinde nasıl bir dalgalanma etkisi olduğuna ve ekonomik etki analizinin bu etkiyi yakalamak için şu kategorileri içermesi gerektiğini vurgulamıştır:

- Doğrudan elde edilen gelirden oluşan etki,

- Doğrudan etkinin bir sonucu olarak ek gelirden oluşan dolaylı etki,
- Doğrudan ve dolaylı etkilerden kaynaklanan ek istihdam nedeniyle hane halkı harcamalarındaki değişiklikler.

Son yıllarda özellikle, uluslararası mega etkinliklerin gerçekleştirilmesindeki esas neden, ülke ve şehirler için çok fazla ziyaretçi çekmeleridir. Bölgeye gelen etkinlik katılımcılarının harcamaları bölge gelirine iyi bir katkı sağlamaktadır. Buna bağlı olarak da yerel ekonomide yeni sermayeler ortaya çıkmaktadır (Faulkner ve Faulkner, 2003, s. 93). Etkinliklerin olumlu ekonomik etkileri arasında kısa vadeli nakit enjeksiyonunda artış, yerel işletmelerde satışların artışı, yeni iş imkanlarının doğuşu, uluslararası ziyaretçilerden gelen para birimlerinin kazancı sağlanması ve yoksulluğun azalması sayılabilmektedir (Jago vd., 2010, s. 23; Ritchie ve Crouch, 2005, s. 123; Allen vd., 2010, s. 32).

Cannes şehrinin nüfusu yaklaşık 65-70 bin civarlarındadır. Ancak bu sayı Cannes Film Festivali yapıldığı zamanında 300 bini geçmektedir. Festival zamanında otellerde tam doluluk yaşanmakta ve gelen turistler şehre takribi 300 milyon dolar döviz bırakmaktadır (Tayfun ve Arslan, 2013, s. 194). McKay ve Webster (2016, s.7), İngiltere Müzik Festivali'nin etkileri üzerine yaptıkları araştırmada festival katılımcıların 2006-2007 yıllarında 41.8 milyon sterlin harcama yaptığını, 2010-2014 yılları arasındaki harcamalarının ise yaklaşık 1.01 milyar sterlin olduğunu belirtmiştir. Yunanistan yapılan Olimpiyat Oyunları sayesinde, gayri safi yurtiçi büyümenin %1.3'ünü artırmış ve 1997 ile 2005 yılları arasında yıllık bazda işsizlik oranının %1.9'unu düşürmüştür (Kasimati ve Dawson, 2009, s. 145). 2012 yılında yapılan Ankara Alışveriş Festivalinin, Ankara Ticaret Odası'nın verilerine bakıldığında şehre önemli ekonomik katkıları olduğu görülmektedir. Bu dönem de Ankara'ya gelen yerli turist sayısında yaklaşık %20 artış olmuştur. Yabancı turist sayısında ise sadece havalimanı girişleri dikkate alınarak %20'lik bir artış yaşadığı belirtilmiştir. Otelcilik sektöründe %45, otellerde kalan kişi sayısında ise %10'luk bir artış yaşanmıştır (Tayfun ve Arslan, 2013: 195). Amerika Kupası'nın gerçekleştirilmesiyle ilişkili 1986-1987'de Perth'de yapılan alt yapı ve tesislerin yapımında bir yılda yaklaşık 1350 kişi istihdam edilmiştir (Faulkner ve Faulkner, 2003, s. 101).

4.1.2. Sosyal ve Kültürel Katkılar

1990 ve 2000'li yılların başlarında kamu ve özel sektörün karar alma süreçlerinde “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” konusuna daha fazla önem verilerek, turizmin ve etkinliklerin sosyal ve kültürel etkilerine odaklanma giderek artmıştır (Wallstam vd., 2018, s. 6). Etkinliklerin sosyal ve kültürel etkilerinin öneminin kavranması sonucunda hem akademik hem de uygulama alanında araştırmalar hız kazanmıştır (Deery ve Jago, 2010, s. 8). Bu doğrultuda araştırmacılar etkinliklerin, etkinliğin düzenlendiği yerde yaşayan yerel halka birçok faydası olduğunu savunmaktadırlar. Bu faydalar arasında harekete geçme ihtiyacını karşılama, insanların her zaman sahip olduğu hayatın ayrılmaz parçası olan eğlence ihtiyacını karşılama, deneyimlerin paylaşılması, kaybolmaya yüz tutmuş geleneklerin tekrar ortaya çıkarılması, yeni fikirlerin oluşmasına fırsat verilmesi toplumsal gurur ve kültürel deneyimlerin artması sayılabilmektedir (Jago vd., 2010; Allen vd., 2010; Yılmaz, 2015; Akmeşe, 2018; Tuna ve Aknar, 2018). Bölgenin sosyal yaşam düzeyini arttırma, destinasyon ile ilgili farkındalık yaratma ve yerel mimariyi koruma gibi sosyal hedefleri olan etkinlikler yerel halkın katılımını cesaretlendirmektedir (Selam vd., 2004, s. 17). Ayrıca, etkinlik düzenlenen destinasyonlarda yatırımlar artmakta, bölge pazarlama stratejileri gelişmekte, gelirlerde artış yaşanmakta ve bölgesel tanıtım sağlanmaktadır (Raj ve Morpeth, 2006, s. 85). Mega etkinliklere ev sahipliği yapmak, bir ülkenin gelişmiş medya organlarını kullanmaya dayalı olarak ülkenin markasını ve sadakatini geliştirmesinin en etkili yollarından biri haline gelmiştir (Waite, 2003, s. 205).

Uluslararası festivallere dünyanın farklı yerlerinden ziyaretçilerin gelmesi sosyalleşmeyi ve tanıtımı da beraberinde getirmektedir. Örneğin, Rio de Janeiro şehrinin en bilinen uluslararası festivali Rio Karnavalıdır. Bu karnaval sayesinde dünyanın dört bir yanından insanlar Rio'ya gelmektedir (Atak, 2009, s. 44). Buna ek olarak Henderson vd. (2010, s. 66)'nin yaptıkları araştırma bulgularına göre ise yerel halkın %75'i etkinliklerin toplumsal gururu artırdığını söylemektedir.

Altın Portakal Film Festivalini konu alan Ekin (2011) tarafında yapılan bir araştırmada, festival sırasında gerçekleştirilen etkinliklerin yerli halk için eğlence ve sosyalleşme imkanı sağladığı, etkinlikler sayesinde değişik insanların bir araya gelerek sosyal etkileşimi kuvvetlendirdiği neticesine ulaşılmıştır. 2015 yılında yapılan başka bir araştırma da Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı üzerinedir. Karnavalın katılımcılar ve yerli halk arasındaki iletişim ve etkileşimi arttırdığı, insanların sosyal ve

kültürel birikimine katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Karaca vd., 2017, s. 235). Bir diğer araştırmada ise Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali'nin, yöredeki kültürel etkinliklerin artmasına bağlı olarak kültürel gelişmenin olduğu ve yerel halkın boş zamanlarını değerlendirme olanaklarının artmasına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir (Akmeşe, 2018, s. 65).

4.1.3. Fiziksel Çevre Katkıları

Etkinliklerin fiziksel çevreye katkıları; çevrenin tanıtılması, çevresel farkındalığın artırılması, altyapının geliştirilmesi, ulaşım ve iletişim ağının geliştirilmesi, çevre bilincinin oluşturulması, kentsel dönüşüm, yenilenme ve karbon ayak izinin minimize edilmesi olarak sıralanmaktadır (Jago vd., 2010, s. 223; Allen vd., 2010, s. 32; Hertanu ve Boitor 2012, s. 26; Tuna ve Aknar, 2018, s. 279). Mega etkinliklere ev sahipliği yapacak şehirler için kentsel yenilenme ve altyapı fırsatı sağlamaktadır. Cashman (2002, s. 5), Mega etkinliklerin fiziksel çevrede değişikliğe; ulaşım yollarında gelişmeye; turizm ve iş potansiyelinin artmasına sebep olduğunu belirtmiştir.

1992 yılında Barcelona'da yapılan Olimpiyat Oyunları, şehrin kentsel yapılanmasında önemli bir rol oynamıştır. Bu kapsamda çevre yolu yapılmış, demir yolu hattının büyük bir bölümü yenilenmiş ve kıyı şeridi düzenlenmiştir. Olimpiyat oyunları şehrin elektrik, su, telefon, yol ve kanalizasyon gibi yapılarının yenilenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Brunet, 1995, s. 19-20). Buna ek olarak etkinliklerle birlikte kentte spor donatıları da yapılmaktadır. Olimpiyatlar, spor donatılarının yapılmasını en güçlü şekilde etkileyen etkinliktir. Tüm spor branşları için uluslararası düzeyde yeterli ve etkin spor ve eğitim donatıları yapılmaktadır. Bu donatılar etkinlik sonrasında da sportif aktiviteler ve rekreasyon için kullanılmaktadır. Bir kentin genel süsü; geliştirilen ulaşım sistemi, ek olarak ekolojik projelerin varlığı; “kent atmosferinin” geliştirilerek bir kentin yeniden canlanmasına katkıda bulunmaktadırlar (Preuss, 1998, s. 202).

Çevresel etki çoğu kez sürdürülebilir kalkınma konseptini akla getirmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) aracılığıyla, “mevcut neslin ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini tehlikeye atmaksızın karşılayan kalkınma” olarak tanımlanmaktadır (WCED, 1987). Sürdürülebilir etkinlikler sosyal, kültürel, ekonomik faydaların yanında insanlar için değerli olan çevresel rolleri yerine getirmektedirler. Bu sebeple toplum tarafından sürekli desteklenen faaliyetlerdir (Getz, 2009, s. 70). Son yıllarda etkinlik endüstrisinde çevreye

karşı duyarlı uygulamalara ilişkin bir yönelim olduğu görülmektedir. Etkinlik organizatörleri yeşil politikalar üretmekte ve yeşil kongre şehirleri için çeşitli kriterler tanımlamakta ve sınıflandırmaktadır. Bunun yanı sıra toplantıların çevre üzerindeki etkilerini en aza indirmek için çeşitli programlar hazırlanmaktadır. Bu programlar su ve enerji tüketiminin azaltılması, atık suların arıtılması ve yeniden değerlendirilmesi, aydınlatma ve havalandırmanın rasyonelleştirilmesi gibi belirli konuları kapsamaktadır (Argan ve Yüncü, 2015, s. 32).

Pekin 2008 Olimpiyat Oyunları çevre koruma politikasının başlamasında etkili olmuştur. Bu politika sayesinde çevre kirliliğinin denetlenmesi ve su kaynaklarının düzgün kullanılması sağlanmıştır. Bu sayede Çin çevre dostu bir ülke olarak ilan edilmiştir. Sydney Olimpiyat Oyunları “Yeşil Oyunlar” şeklinde ifade edilmektedir (Çakıcı ve Yavuz, 2012, s. 11). Glyndebourne Müzik Festivali, 2012’de elektrik ihtiyacının% 95’ini sağlayan bir rüzgar türbini kurdu ve 2014 yılında Shambala Festivali dört yıl süren çabaların ardından ilk kez% 100 yenilenebilir enerji ile desteklendi (Mckay ve Webster, 2016, s. 19).

4.2. Etkinliklerin Maliyetleri

Etkinliklerin doğru planlanmaması sonucunda bir takım maliyetler ortaya çıkmaktadır. Ritchie ve Crouch (2005, s. 123), ekonomik maliyetlerin; etkinlik sırasında yaşanan fiyat artışları ve emlak sektöründeki spekülasyonlar, fiziksel çevre maliyetlerini; çevresel hasarlar ve aşırı kalabalık, sosyal ve kültürel maliyetleri ise kişisel veya özel nitelikte olabilen faaliyetlerin zamanla ticarileşmesi ve turistik isteklerin karşılanması için faaliyetin doğasının değiştirilmesi olarak ifade etmiştir. Sonraki yıllarda Allen vd. (2010, s. 39) ise ekonomik maliyetlerin; yanlış finansal yönetim ve enflasyonist bir ortam ortaya çıkması, fiziksel çevre maliyetleri; trafik sorunları, çöplerde artış, ses kirliliği ve hava, su, toprak kirliliği, sosyal ve kültürel maliyetleri de; yerli halk-ziyaretçi çatışmaları ve sosyal huzurun bozulmasını eklemiştir.

4.2.1. Ekonomik Maliyetler

Etkinlikler her zaman ekonomik katkı sağlamamaktadır. Etkinlik sonucu ortaya çıkan ekonomik maliyetler; fiyatların artması, maddi kayıplar, özgünlüğün kaybolması ve destinasyon imajının zarar görmesi olarak sıralanabilmektedir (Tuna ve Aknar, 2018, s. 280). Bunlara ek olarak konut fiyatlarında yaşanan artışlar, döviz kuru üzerine olumsuz etkiler ve yerel halk üzerine yüklenen alt yapı maliyetleri de olumsuz etkiler arasında yer

almaktadır (Jago vd., 2010, s. 224). Ayrıca, etkinlikler sırasında fiyatların genel seviyesinde de artışlar yaşanmaktadır. (Ritchie ve Crouch, 2005, s. 123).

Yanlış alınan kararların beraberinde finansal kayıpları getirdiği de bilinmektedir (Allen vd., 2010, s. 32). Örneğin, 2002 yılında The Commonwealth Oyunları öncesi Manchester'da spor alanları için 200 Milyon İngiliz Sterlini, altyapı ve ulaşım hizmetleri için ise 470 Milyon İngiliz Stelini değerinde yatırım yapılmıştır. Bu yatırım miktarı, İngiltere'de bir spor aktivitesi için o tarihe kadar yapılmış en büyük yatırım miktarıdır. Fakat Gratton vd. (2005, s. 998)'nin yaptıkları araştırma bulgularına göre farklı projelere bu miktarda yatırım yapılması durumunda yerel halk için daha büyük faydalar sağlanacağı bulgusuna ulaşılmıştır. Tahmin edilen yeni iş gücü sayısı 4900 iken gerçekleşen istihdam artışı sayısı 1450'de kalmıştır. Buna benzer başka bir örnek ise Türkiye'de Formula 1 yarış pistinin ilk olarak 60 milyon dolara gibi bir tutara mal olması planlanmıştır ancak 220 milyon dolara güçlkle bitirilmiş olmasıdır (Çakıcı ve Yavuz 2012: 7).

Etkinliklerin bir diğer ekonomik maliyeti, etkinliğin gerçekleştiği bölgedeki arsa ve konut değerindeki artışlardır. Örneğin, 2005 yılında İstanbul Grand Prix'te gerçekleşen Formula 1 nedeniyle, bölgedeki konut değerlerinin ortalaması; 2010 yılına kadar %3251 artış gösterirken, 2005 yılından sonra kat mülkiyeti m2 birim değerlerinin %3685 artış göstererek 10\$'dan 385\$'a yükseldiği tespit edilmiştir (Eryılmaz, 2012, s. 189). Cannes Film Festivali olduğunda merkezdeki en uygun otelde bile gecelik fiyatının 500 Euro'yu bulduğu görülmektedir. Bir restoranda yemeklerin ortalama fiyatı ise 40 Euro'dan 90 Euro'ya değişebilmektedir (Tayfun ve Arslan, 2013, s. 194).

Etkinlikler için yapılan yeni yapılar yanında alınan vergilerde yerel halk tarafından maliyet ya da olumsuzluk olarak algılanabilmektedir. Kim vd. (2006, s. 94) tarafından yapılan araştırmada, yeni inşaat maliyetleri nedeniyle halktan daha yüksek vergiler alınmasından kaynaklı, olumsuz bir maliyet algısı ve doğrudan ekonomik katkıların olmadığına dair algılar tespit edilmiştir.

4.2.2. Sosyal ve Kültürel Maliyetler

Etkinlikler doğru planlanmadığı durumlarda ise sosyal ve kültürel açıdan bazı olumsuzlukları beraberinde getirebilmektedir. Bu olumsuzluklar; iş süreçlerinin sekteye uğraması, yerel halkın kalabalıklardan bunalıp farklı yerlere taşınması, yaşam şekillerinin

değişmesi, kültürel yapının zarar görmesi, kültürel değerlerin ticarileştirilmesi gibi sosyal maliyetlerdir (Çakıcı ve Yavuz, 2012, s. 12). Allen vd. (2010, s. 32)'ne göre toplumsal yabancılaşma, kötü alışkanlıklarda artış, güvenlik sorunları, sosyal huzurun kaybolması, topluluk imajında bozulmalar ve etkinliklerin amacı dışında faaliyetler sergilenip kötüye kullanılması da sosyal maliyetler olarak sayılmaktadır.

Bir etkinlik ne kadar iyi organize edilirse edilsin, etkinliklerin organizasyonunu daha zor hale getiren ve eğlenmesini azaltan olası dış problemlerden ciddi şekilde etkilenebilir. 1987 yılında Avustralya'da gerçekleşmiş olan "America's Cup Yacht Race" ve "1980 Lake Placid Winter Olympics" etkinlikleri olduğu sırada suç oranlarındaki artış dikkat çekmiştir. Büyük çapta yapılan etkinlikler terör saldırılarının da hedefi olabilmektedir. Buna örnek olarak 1976 Münih Olimpik Oyunları gösterilebilir (Yeoman vd., 2004, s. 316). Mega etkinliklerin popülaritesi terörizm ile ilgili faaliyetlerde teröristlerin kendi hedeflerine ulaşmalarını sağlamak için fazla dikkat çekicidir (Essex ve Chalkley, 1998, s. 203). Buna bağlı olarak terör riskini yönetme konusundaki kapsamlı değerlendirme, etkinlik yöneticileri için daha önemli bir konu haline gelmiştir (Baker vd., 2007, s. 43). Güvenlik tehdidi, fiziksel sağlık ve mal kaybında ciddi hasara neden olabileceğinden, güvenlik yönetimi riski azaltmak ve olası riskli durumlara hazırlık yapmak için maliyetleri arttırmıştır. Örneğin, 2002 Salt Lake Kış Olimpiyat Komitesi, etkinlik hazırlık sürecinde güvenlik planlaması için fon miktarını artırmış ve federal hükümet ve hukuk ajanslarından ek fon almıştır (Berta, 2001). Güvenlik kaygısı yalnızca sakinlerin etkinliklere ev sahipliği yapma konusundaki algıları için önemli bir faktör değil, aynı zamanda ziyaretçinin karar alma sürecini ve davranışsal niyetlerini geliştirmede de önemli bir faktördür (Toohey, vd., 2003, s. 183). Kim vd., (2006)'nin yapmış olduğu çalışmada bir etkinliğe ve destinasyona yönelik algılanan riskin, o etkinlik ve destinasyonu ziyaret etmek için daha az ilgi yaratması ve ziyaret kararları arasında doğrudan bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Henderson vd. (2010, s. 66)'nin Singapur'da gerçekleştirilen Formula 1 etkinliğinin sosyo-kültürel etkilerini belirlemeye yönelik yaptıkları araştırma bulgularına göre, kişilerin günlük yaşam aktiviteleri artan araç sayıları ve trafik yüzünden aksama göstermektedir. Ayrıca kalabalıklaşan bölgede az da olsa kişisel güvenlik sorunları ve katılımcıların olumsuz fanatik davranışları nedeniyle yaşanan huzursuzluklar gözlemlenmiştir. Jago vd. (2010, s. 224)'nin mega spor etkinlikleri üzerine yaptıkları

araştırma bulgularına göre, etkinliklerin yapıldığı alanlarda suç oranlarında artış gözlemlenmekte, etkinlik döneminde izdiham yaşanmakta, gürültü yerel halkı rahatsız etmekte ve büyük bütçeli elit spor etkinliklerine odaklanıldığından toplumun yararlanabileceği spor faaliyetleri göz ardı edilmektedir.

4.2.3. Fiziksel Çevre Maliyetleri

Etkinliklerin çevresel etkileri yakın zamana kadar görmezden gelinmiş, karbon ayak izi ve etkinliklerin enerji maliyetleri etkiler arasında yer almamıştır (Getz, 2009, s. 70). Yeni tesis alanı ve genel altyapı geliştirme yolu ile destinasyon da çevre sorunlarına (örneğin biyolojik ve fiziksel kirlilik) neden olma olasılığı çok fazladır. Bu hava, su, toprak ve görsel kirliliği tetikleyen bir faktör olabilmektedir (Cashman, 2002, s. 10). Buradan yola çıkarak etkinliklerin, ev sahibi destinasyonlarda istenmeyen ve planlanmayan fiziksel çevre maliyetleri yarattığı söylenebilir. Bunlar; trafik sıkışıklığı, çevre kirliliğine neden olan atıklar (çöpler vb.), gürültü kirliliği ve çevredeki yapılara zarar verilmesidir (Allen vd., 2010, s. 32). Bunlara ek olarak etkinliğin yapıldığı destinasyonda aşırı enerji ve su kullanımı gerçekleşmekte ve havaya salınan karbon miktarında artış gözlemlenmektedir (Jago vd., 2010, s. 224).

Formula 1 yarışlarını inceleyen bir araştırmaya göre, yapılan yarışların doğaya ve fiziksel çevreye negatif etkileri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Formula 1 yarışları sırasında çok yüksek ses kirliliği yaşanmakta, gece yarışları sırasında aydınlatma için çok fazla enerji ihtiyacı ortaya çıkmakta ve yarışlar hava kirliliğine sebep olmaktadır (Henderson vd., 2010, s. 67). Formula 1 yarışlarında kullanılan arabalar kişisel kullanım için trafiğe çıkan arabalardan dokuz kat fazla karbondioksit salınımı yaparak havayı kirletmektedir (Pearce, 2009). McKay ve Webster ise müzik festivallerinin doğası gereği büyük bir karbon ayak izine sahip olduğuna dikkat çekmiştir. Toplam da İngiltere'de festival endüstrisi emisyonlarının yıllık 19,778 ton CO₂ olduğu tahmin edilmektedir (McKay ve Webster, 2016, s. 19).

Tekirdağ da yapılan bir araştırmada yerel etkinliklerin şehre olan etkileri incelenmiştir. Kiraz Festivalinin olduğu bir haftalık süreçte insanların festival alanına attığı çöplerin, çevre kirliliğine neden olduğu ve bunun yanında etkinlikler süresince yaşanan yoğun trafik, otopark sorunu göze çarpmıştır. Diğer bir çevresel maliyet olarak ise festival alanında satılan çeşitli kızartma ürünlerin yaydığı kötü kokular olduğu tespit edilmiştir (Kışioğlu ve Selvi, 2013, s. 95). Paydaşlar ve yerel halk etkinlikler sonucunda

oluşan kirliliğin altyapı ve üstyapı eksikliklerinden kaynaklandığına dikkat çekmektedir. Çanakkale 100. Yıl Anma Etkinliğinde bu sorun ön plana çıkmıştır. Atay ve Altunışık (2017, s. 125) yaptığı araştırma da etkinliğin yapıldığı yörenin ulaşılabilir olması gerektiğini dile getirilmiştir. Yapılan bu araştırmada paydaşlar arasında ulaşımın düzeltilmesi için gerekli altyapıların oluşturulması gerektiği ön plana çıkan konulardan biri olmuştur. Çanakkale'nin coğrafi konumu itibariyle ulaşım konusunda oldukça avantajlı olduğu (karayolu, havayolu, denizyolu) ancak var olan ulaşım olanaklarının yeterli düzeyde olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcılar açısından bakıldığında ise genel olarak düzensiz kalabalıktan, çevre kirliliğini arttırmasından ve güvenlik sorunlarından dolayı kaygılılardır. Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcıları üzerinden yapılan bir maliyetlerin azaltılması için şu öneriler geliştirilmiştir: Güvenlik önlemlerinin arttırılması, çevre kirliliği konusunda kişilerin bilinçlendirilmesi, taşıma kapasitesi ile ilgili çalışmaların yapılması, katılımcıların tekrar ziyaret etme eğilimlerinin arttırılması (Saçlı vd., 2019, s. 187).

Bazı durumlarda etkinlik mekanlarının inşası, vatandaşları aylarca kamu tesislerine erişimden mahrum bırakabilmektedir. Örneğin, Bondi Plajı'nda Sydney Olimpiyat oyunları için 10.000 kişilik bir Plaj Voleybol Stadyumu'nun oluşturulması sebebiyle yapılan inşaat, plajın ve yerel kültürel etkinlikler için kullanılan Bondi Pavyonu'nun Mayıs ayından Ekim 2000'e kadar altı ay boyunca kısmi olarak kapanmasına neden olmuştur. Bu sporun Sydney'de gerçekleşeceği duyurusu sonucunda en ünlü ve popüler plajlar, yerel kaynakların bir mega olay için yabancılaştırıldığı gerekçesi ile protesto edilmiştir (Cashman, 2002, s. 6).

5. BİR ETKİNLİK OLARAK 23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMI

Bu bayramın iyi anlaşılabilmesi için öncelikle, ismindeki "23 Nisan", "Ulusal Egemenlik" veya " Milli Hakimiyet" kavramlarının açıklanması gerekmektedir. "23 Nisan (1920)" Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)' nin Ankara'da Atatürk'ün 22 Nisan 1920 de çektiği telgrafta açıldığı gündür. Bu meclisin ilk toplantısı Ankara'ya gelen 115 üyenin katılımı ile gerçekleştirilmiş ve Müdafaayı Hukuk Hareketi dağınıklıktan kurtulmuş ve bu suretle kanuni ve hukuki bir organ tarafından temsil edilmeye başlamıştır (Akın, 1997, s. 91; Atatürk, 2005, s. 308). Bir yıl sonraki 23 Nisan (1921) tarihinde yapılan toplantıda 23 Nisan gününün millî bayram olması hususunda oylama yapılmış (TBMM Zabıt Ceridesi, 1921, s. 72-73) ve oylamalar sonucunda 23 Nisan günü "Millî Hâkimiyet Bayramı" olarak kabul ve ilân edilmiştir (Kocatürk, 2000, s. 398). Milli Hakimiyet Bayramı bu yıldan itibaren aynı zamanda Meclisin açılış tarihi de olan 23 Nisan günü kutlanmaya başlamıştır. Daha sonra çocuk bayramı olarak da adlandırılan bu bayramın tarihsel gelişim sürecine aşağıda detaylı olarak yer verilmektedir.

5.1.23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı

Bayramın 23 Nisan 1922 yılında Ankara'da gerçekleşen ilk kutlamalarından itibaren okul öğrencileri katılmaya başlamıştır. Bu durum bayramın havasını değiştirmiş ve kutlamalarda öğrencilerin varlığı dikkat çekmiştir. Öğrencilerin aktif olması nedeniyle, Himaye-i Etfal Cemiyeti 1923 yılındaki kutlamalarda cemiyet için bağış toplamaya başlamıştır. Mustafa Kemal Atatürk de cemiyete bu bağış konusunda destek vermiştir. Bu kapsamda 23 Nisan Hâkimiyet-i Milliye Bayramlarında çocuklar tarafından cemiyet rozetlerinin satılması, 23 Nisan ile çocuk kavramının daha da bütünleşmesini sağlamıştır (Cantürk, 2018, s. 30). Atatürk'ün de bu etkinliklere desteklemesi ile 23 Nisan, cemiyet tarafından 1925 yılında "Çocuk Günü" olarak 1926 yılından sonra ise "Çocuk Bayramı" olarak ifade edilmeye başlanmış ve 23 Nisan için Hâkimiyet-i Milliye Bayramı ile birlikte "Çocuk Bayramı" ifadesi eklenmiştir. 23 Nisan'ın Çocuk Günü olarak ilân edilmesinde savaş sonrasında Türkiye'de bakıma muhtaç çocukların fazla olması, çocuk ölüm oranının yüksek seyretmesi ve ülkenin geleceğinin teminatını nüfus artışında gören bir anlayışın hakim olması belirleyici olmuştur. Çocukların problemlerine çözüm getirecek tedbirlerin alınması için kaynak oluşturma çabasına geniş yer verilmiş, bir yandan bu amaçlarla büyüklere seslenirken, diğer yandan da çocuklara hayatlarında yeri olacak bir gün geçirtmeyi amaçlayan

programlar esas alınmıştı (Özçelik, 2011, s. 266). Bu tarihten itibaren “23 Nisan”, “Milli Hakimiyet” ve “Çocuk Bayramı” kavramları, birleştirilerek ve bununla ilgili belirlenmiş resmî bir kanun olmaksızın bu isim ile kutlanmaya başlamıştır.

1927 yılı Nisan ayında Himaye-i Etfal Cemiyeti tarafından düzenlenen çocuk balosuna Mustafa Kemal Atatürk de katılmıştır. Bu durum Atatürk’ün cemiyete ve çocuklara karşı olan sevgisini göstermektedir. Ankara Evkaf Otelinde¹ verilen bu balo dönemin en parlak balosu olmuştu (Gürbüz Türk Çocuğu, 1927, s. 1). Yine 1927 yılında Çocuk Bayramı, Millet Meclisinin açılış yıl dönümünde İstanbul’da da çok parlak bir şekilde kutlanmaya başlanmıştır. 1928 yılında da sadece Ankara değil Türkiye’nin hemen her tarafında çocuklar için etkinlikler düzenlenmiştir. Çocuklar için özel etkinliklerin yapıldığı diğer şehirlerden bazıları; İstanbul, İzmir, Samsun, Mersin, Bursa, Sivas, Edirne ve Kütahya’dır (Özçelik, 2011, s. 274). Ankara’da ki kutlamalar daha önceki yıllarda olduğu gibi çocukların 23 Nisan günü meydanda toplanması ile başlamıştır.

“Çocuk Bayramı” Atatürk ve devletin desteklemesi ile 1929 yılında “Çocuk Haftası” ismiyle bir haftaya uzatılmıştı (Cantürk, 2018, s.13). Dönemin Milli Eğitim Bakanlığı da tüm öğrencilerin bu etkinliklere katılabilmesi için o gün okullarda ders verilmemesini istemiştir. Bir hafta gibi uzun bir süreye çıkan 23 Nisan kutlamalarını cemiyetin yalnız başına gerçekleştiremeyeceği düşünüldüğünden 1929 yılı törenlerinin organizasyonunun Türk Ocaklarına verilmesine karar verilmiştir. Türk Ocakları 1 Nisan 1929 tarihi itibariyle Çocuk Haftasına dair organizasyonları planlamaya başlamıştır (Cumhuriyet, 1929, s.1). Bu tarihten sonra çocuklar bir hafta süreyle çeşitli eğlencelere katılmışlardır. Bu esnada şenlikler için Türkiye’nin farklı şehirlerinden çocuklar Ankara’ya gelerek bu etkinliklere katılmış ve onları Ankara’da yaşayan öğrenciler evlerinde ağırlamışlardır (İkdam, 1929, s. 3; Sonsaat, 1929, s. 3). Daha sonra 10 Nisan 1931 tarihinde Türk Ocaklarının kapanmasıyla, bayram programı kesintiye uğramıştır. Ancak bir yıl sonra Bayram programlarının düzenlenmesi, 10 Şubat 1932 tarihinde kurulan Halk Evleri tarafından devam ettirilmiştir.

1933 yılında 23 Nisan Çocuk Bayramı’na yeni bir etkinlik daha ilave edilmiştir. Bu etkinlik kapsamında çocukların TBMM’ye ziyaretleri başlamış ve bu sene Atatürk, 23 Nisan günü çocukları sarayda kabul edip, onlarla vakit geçirmiştir (Cantürk, 2018, s.13).

¹Ankara Palas Evkafı Müdürlüğü’ne bağlı olduğundan ilk dönemlerinde Evkaf Oteli olarak da anılmıştır (Sumbas, 2013, s. 193).

Bu davranış, diğer devlet büyükleri tarafından da örnek alınarak 2012 yılına kadar sürdürülecektir. Aynı şekilde, 23 Nisan etkinlikleri sırasında o dönem Milli Eğitim Bakanı olan Reşid Galip Bey'in yazdığı "Türk'üm-Doğruyum" andı da çocuklar tarafından stadyumlarda okunmuştur. Bu ant ileriki yıllarda okulların bayrak törenlerinde okunmaya başlamıştır (Kocatürk, 2000, s. 489). Dilde yalınlaşma üzerine yapılan çalışmalar sonucunda Atatürk 1934 yılında cemiyetin adı 'Türkiye Çocuk Esirgeme Kurumu' olarak değiştirilmiştir (Tarımeri, 2018, s. 2).

27 Mayıs 1935 tarihinde oluşturulan Milli Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun ile 23 Nisan "Millî bayram" yerine "Ulusal Egemenlik Bayramı" şeklinde değiştirilmiştir (T.C. Resmi Gazete, 1935 s. 5262). 23-30 Nisan Çocuk Haftası, ilk günü ise Çocuk Bayramı olarak kutlamaların sürdürülmesine rağmen "Çocuk Bayramı" kavramı kanundaki isime ilave edilmemiştir. Atatürk'ün vefatından sonra 1939 yılındaki kutlamalarda bu büyük yokluğu hissettirmemek için yine gerekli özen gösterilmiştir (Temizgüney, 2019, s. 150). İleriki yıllarda yapılan kutlamalar önceki kutlamalara benzer bir şekilde devam etmiştir. Buna ek olarak bilhassa muhtaç çocuklar için yardım kampanyaları da devam etmiştir. 11 Ağustos 1951 tarihinde alınan karar ile halkevleri kapatılmıştır (T.C Resmi Gazete, 1951). Bunun sonucunda da bayram kutlamaları sekteye uğramıştır. Bu olaylardan sonra, bayram aynı heyecan ile kutlanmak istenmiş olsa da basının ilgisine bakıldığında dönemin sosyo-politik gelişmelerinin gerisinde kaldığı anlaşılmaktadır.

1970'li yıllara gelindiğinde, bayram tekrar kalabalık bir şekilde kutlanmaya başlamıştır. 70'li yıllar bu bayram için bir dönüm noktasıdır. 1975'ten itibaren bu kutlamalara TRT Kurumu da katılmaya başlamıştır. Kurum, çocuk programlarını hafta boyunca yayınlamıştır. 1978 yılında Mecliste düzenlenen törenlere, Meclis Başkanlığı'nın onayı ile üye sayısı kadar çocuğun katılmasına karar verilmiştir (Akın, 1997, s. 93). UNICEF tarafından 1979 yılı Uluslararası Çocuk Yılı olarak duyurulmuştur. Türkiye'de bu yıl kapsamında mühim bir gelişme yaşanmıştır. 1979 yılında 23 Nisan Bayramı uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Bu yıl SSCB, Irak, İtalya, Romanya, Bulgaristan çocukları şenliklere katılmıştır. Gelen çocuklar, ilköğretim okulları vasıtasıyla yaşlılarında çocuğu olan bir Türk ailenin evine konuk olmuşlardır. Bu yıl 23 Nisan haftası, Ankara'da "şenlik yürüyüşü" ile başlamıştır. Her katılımcı kendi ülkelerinin geleneksel kıyafetlerini giyerek kendi müziklerinde dans ederek gösterilerini

sergilemiştir. Daha sonra, bu bayramı tüm dünya çocuklarına hediye eden Atatürk'ün, Anıtkabri ziyaret edilmiştir. Törenlerin devamında Türkiye Cumhurbaşkanı, TBMM Başkanı ve TRT Genel Müdürü'nün makamına uğranması ile tamamlanmıştır (Kozak ve Mutlu, 2020, s. 21). Buna ek olarak yine 1979 yılında Ankara'daki çocukların da yer almasıyla TBMM salonunda 1. Dünya Çocuk Parlementosu toplanmıştır. 2. Dünya Çocuk Parlementosu, 1987 yılında 56 ülkenin çocuk temsilcileri ile gerçekleşmiştir. 3. ise 1999 yılında 44 ülkeden bine yakın çocuğun katılımıyla gerçekleştirilmiştir (Cantürk, 2018, s. 66).

19 Mart 1981 tarihine gelindiğinde, Çocuk Bayramı Millî Güvenlik Konseyi tarafından resmi bir ad elde etmiştir. Bu doğrultuda “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramıdır” kararı ile bayramın resmî bir adı ve konumu olmuştur (T.C. Resmi Gazete, 1981, s. 2). 1985 yılına gelindiğinde TBMM ve TRT'nin düzenledikleri şenliklere her kıtadan, her renkten, her dilden ve her dinden toplamda otuz dört ülkeden çocukların katılımı ile bu bayram daha geniş kitlelere ulaşmaya başlamıştır (Cantürk, 2018, s. 14).

1992 Birleşmiş Milletler Rio “yeryüzü zirvesi” nde Gündem 21 başlıklı hareket planında her ülkenin kendi Yerel Gündem 21'ini oluşturması istenmiştir. Türkiye’de bu isteğin sonucu ancak 1996 BM İstanbul Habitat II Konferansı’nın etkisiyle elde edilmiştir. 1997 yılı sonunda belediyelerin içinde Kent Konseyleri açılmaya başlamıştır (Kestellioğlu, 2011, s. 121). Daha sonra ilgili yönetmeliğin 12. maddesine² dayanarak bu Kent Konseylerinin içinde Çocuk Meclisleri açılmıştır (Yalçinkaya ve Azrak, 2016, s. 154). Günümüze kadar gelen uygulama ile Türkiye’nin neredeyse her il ve ilçe belediyelerinde Çocuk Meclisleri açılmıştır. Bu meclisler Çocuk Bayramı için çeşitli etkinlikler hazırlayan bir kuruluş haline gelmiştir (Mezkit, 2019, s. 205-206).

Ankara’daki törenler 2013 yılına kadar Milli Eğitim Bakanlığı tarafından, farklı illerden gelen öğrenci ve öğretmenlerden oluşan topluluğun Anıtkabir'i ziyaretiyle başlatılmıştır. Aynı zamanda, izci ve öğrencilerden oluşan topluluk da Ulus'taki Atatürk Anıtı ve Kızılay'daki Zafer Anıtı ile Atatürk Orman Çiftliği'ndeki anıta çelenk koymuşlardır (Kozak ve Mutlu, 2020, s. 22). Bu törenlerden sonra, 19 Mayıs Stadyumu'nda bayram kutlamaları yapılmıştır (Hürriyet, 2002). Ancak 2012 yılına

²KENT KONSEYİ YÖNETMELİĞİ ÜÇÜNCÜ BÖLÜM MADDE 12 – (1) Kent konseyleri, görev alanına giren konularda meclis ve çalışma gurupları oluşturabilir
(<https://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.10687&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=kent%20kons>).

gelindiğinde milli bayram kutlama yönetmeliği değiştirilmiştir. Bu kapsamda tören akışında da bazı değişiklikler yapılmıştır. Örneğin, 23 Nisan bayramında çocukların devlet büyüklerini yerlerinde ziyaret edip koltuklarına oturduğu merasim sona ermiş, stadyumda yapılan etkinlikler kapalı spor salonlarına taşınmış, şenliklerin herkesin katılabildiği alışveriş merkezleri ve parklarda gerçekleştirilmesine karar verilmiştir (Sabah, 2013). Ayrıca, etkinliklerin artık Milli Eğitim Bakanlığı tarafından değil belediyeler ya da topluluklar tarafından düzenlenmesine başlanmıştır.

2013 yılından sonraki yıllarda da herhangi bir değişiklik olmadan bayramın aynı şekilde kutlamaları sürdürülmüştür. Ancak 2020 yılına gelindiğinde belki de daha sonraki yıllarda da devam edecek farklı bir bayram kutlama şekline gidilmiştir. “Hayat Eve Sığar” Kampanyası ile çok farklı bir kutlama yapılmıştır. Farklı bir uygulama getirmesi nedeniyle bu dönem ayrı bir başlık altında açıklanmıştır.

5.2.Covid-19 Pandemi Döneminde 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk

Bayramı Etkinlikleri

1 Aralık 2019 tarihinde ilk olarak Çin Vuhan'da görülen 2019-20 korona virüs pandemisi, bir salgındır (Wikipedia, 2020). Dünya Sağlık Örgütü tarafından açıklanan korona virüsler ile ilgili resmî tanımlar ve bilgilerden yola çıkarak T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından 29 Haziran 2020’de yayınlanan Covid-19 Genel Bilgiler Raporu’nda şu bilgiler yer almaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı Covid-19 Raporu):

“Korona virusler (CoV), soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS-CoV) gibi daha ciddi hastalıklara kadar çeşitli hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. 31 Aralık 2019’da Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Çin Ülke Ofisi, Çin’in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde etiyolojisi bilinmeyen pnömoni vakalarını bildirmiştir. 7 Ocak 2020’de etken daha önce insanlarda tespit edilmemiş yeni bir koronavirüs (2019- nCoV) olarak tanımlanmıştır. Daha sonra 2019-nCoV hastalığının adı COVID-19 olarak kabul edilmiş, virüs SARS CoV’e yakın benzerliğinden dolayı SARS-CoV-2 olarak isimlendirilmiştir.”

Dünya Sağlık Örgütü, COVID-19 salgınını 30 Ocak’ta “uluslararası boyutta halk sağlığı acil durumu” olarak belirtmiş, en az 113 ülkede COVID-19 salgınına rastlanması, virüsün bu kadar hızlı yayılması ve ölümcül olmasından dolayı 11 Mart’ta pandemi olarak

belirtilmiştir. Türkiye’de COVID-19’a ilişkin çalışmalar 10 Ocak 2020 de başlamış ve bu doğrultuda T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu oluşturulmuştur. Bu kurulun birinci toplantısı 22 Ocak’ta gerçekleştirilmiştir. Ülkemizde ilk COVID-19 vakası 11 Mart’ta tespit edilmiştir.

Bu süreçte gerek ulusal gerekse küresel bağlamda, sokağa çıkma kısıtlaması, karantina uygulamaları, sınırların kapatılması gibi pek çok önlem uygulamaya başlamıştır (Duran ve Acar, 2020, s.65). Türkiye de alınan önlemlere bakıldığında (BBC, 2020); okulların kapatılması, iş yerlerinin kapatılması, sokağa çıkma, yurtdışına çıkma yasağı, yurtiçinde seyahat yasağı gibi çok sıkı uygulamalara gidildiği, ancak 1 Haziran 2020 tarihinden sonra kademeli normalleşme kapsamında bazı kuralların gevşetildiği görülmektedir. Halen ülkemizde toplu gösteriler, (bayram, festival, kongre vb.), toplu olarak yapılan birçok eğlence ve kutlamalarda yasaklar uygulanmaktadır.

Her ne kadar ülkelerin uyguladıkları tedbirleri ne zaman kaldıracağı bilinmese de turizm sektörünün bu dönem kötü etkilenmiştir. 2019 yılına bakıldığında Türkiye’nin turizm sektöründen ortalama 34,5 milyar Dolar gelir elde ettiği ve 52 milyon turist sayısı ile dünyanın en fazla turist çeken yedinci ülkesi olduğu görülmektedir. 2020 yılı için yapılan yaz rezervasyon sayısının, önceki yılki sayıların yanına yaklaşması mümkün görünmemektedir (Karakaya, 2020). Uçuşların durdurulması ve seyahat kısıtlamalarının olması nedeniyle hem münferit hem de grup rezervasyonlarının çoğu iptal edilmiştir. Turizm işletmeleri bu iptaller karşısında iki yol tercih etmiştir. Birincisi rezervasyon iptal sırasında herhangi bir ücret kesintisi olmaksızın tam iade yapılması, ikincisi öncelikle müşterileri kaybetmemek için indirim, sonra ödeme gibi uygulamalarla ileri bir tarihe ertelenmesini sağlamak, koşullar uygun hale gelmez ise iptal işleminin yapılmasıdır (Demir, vd., 2020, s.96). 2020 yılında turizm sektöründen elde edilen gelir 12 milyar Dolar olurken, turist sayısı da yalnızca 12 milyon kişiye ulaşabilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021). Bu durum uluslararası turizm gelirlerinde yaklaşık 20 milyar Amerikan doları kayıp anlamına gelmektedir.

Turizmdeki diğer alanlarda olduğu gibi etkinliklerin düzenlenmesinde de sıkıntılar yaşanmış ve birçok festival, bayram, şölen iptal edilmiştir. Bu bağlamda her yıl uluslararası düzeyde kutlanan bu bayram da COVID-19 nedeniyle ortaya çıkan yasaklardan etkilenmiş ve her yıl yapılan törensel kutlamalar düzenlenememiştir. Bayramın düzenlendiği tarihlerde sokağa çıkma yasağının olması, sınırların kapalı olması ve

müsabakaların iptal edilmesi sebebi ile 2020 yılında **100.yılı** kutlanan bu bayram evlerden kutlanmıştır. Bu kapsamda TRT her sene düzenlediği 23 Nisan Çocuk Şenliği için 'Türkiye'nin Çocukları' kampanyası düzenlemiştir. Bu kampanya doğrultusunda “*Videonu çek, TRT’ye gönder, 23 Nisan’da seni bütün Türkiye izlesin*” sloganı oluşturulmuştur. Kampanyaya Türkiye’nin her yerinden ve yurtdışından 171 bin 177 çocuk katılmıştır (Kozak ve Mutlu, 2020, s. 22). 23 Nisan için evlerini süsleyen çocuklar, evde şarkı söylerken, şiir okurken veya dans gösterileri yaparken çektikleri videolarını TRT’ye göndermişlerdir (Hürriyet, 2020). 23 Nisan günü bu videolar, TRT Çocuk da gün boyu gösterilmiştir (http-13). Akşam 21.00’da halkın balkonlarına çıkarak İstiklal Marşı’nı okuması için İletişim Bakanı çağrı yapmıştır (Milliyet, 2020). Ayrıca, bu yılki bayram için Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) özel bir marş hazırlamıştır. Bestesi Gazi Üniversitesi Müzik Bölümünde Öğretim Üyesi olan Doç. Dr. Mehmet Efe’ye aittir. Sözlerini Şermin Yaşar ve Mehmet Efe’nin kaleme aldığı, bu marşın düzenlemesi Serkan Sönmez tarafından yapılmıştır. Gazi Üniversitesi Müzik Bölümü, Hacettepe Devlet Konservatuvarı, Prof. Dr. Mehmet Sağlam Ortaokulu, Ulubatlı Hasan Ortaokulu öğrencileri marşı evlerinde seslendirmişlerdir. 100. yıl marşına özel bir klip de hazırlanmıştır. Bu klip çekiminde korona virüs önlemleri nedeniyle görüntüler çocukların aileleri tarafından cep telefonları ile çekilmiştir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2020).

Ankara Büyükşehir Belediyesi 23 Nisan günü çocukları balkonlara çağırarak, “Evimiz Bayram Yeri” sloganıyla 10 üstü açık gezi aracı Ankara’daki yedi merkez ilçesinde 14.30-17.00 saatleri arasında gezerek çocuk şarkıları ve marşları çalmıştır (Kozak ve Mutlu, 2020, s. 23). Ayrıca, animasyon ekiplerinin gösterileriyle çocuklara eğlenceli saatler yaşatmışlardır (Ankara Büyükşehir Belediyesi, 2020). Bir başka etkinlik düzenleyen belediye de Lüleburgaz’dır. Belediye “Umudum Yeşersin” etiketi ile çocukların sosyal medya üzerinden gelecekte beklentilerini yazmalarını istemiştir. Ardından çocukların paylaştıkları bu notlar çeşitli ağaçların tohumları ile birlikte uçan balonlara bağlanmış ve gökyüzüne salınmıştır. Uçan balonların düştüğü yerde toprağa karışarak yeşereceği düşünülmektedir (Sözcü, 2020). Bunlara ek olarak bazı özel firmalarda çocukların on-line olarak katılabilecekleri birkaç etkinlik düzenlemişlerdir. Online atölyeler, 23 Nisan’a özel tiyatro oyunun kaydı, on-line kitaplar, dijital ortamda dinlenmesi ve okunması için sesli çocuk kitapları bunlara örnektir (Habertürk, 2020).

Bu bayramın gerek ulusal önemi gerekse uluslararası yayılımı nedeniyle iptali yerine televizyonlarda sanal olarak kutlaması, uzaktan da olsa ülkede bir coşku yaratmış, çocuklar ve ebeveynler için unutulmaz anılara vesile olmuştur.

Pandemi ile mücadele içinde geçen bir yıl sonrasında 2021 yılına gelindiğinde halen virüs tehdidi nedeniyle sokağa çıkma kısıtlaması devam etmiş ve gerçek bayram kutlaması yapılamamıştır. Bu yılda sanal olarak ve evlerde kutlanmıştır. Bu kapsamda Çankaya Belediyesi 23-30 Nisan tarihleri arasında Çocuk Tiyatrosu günleri hazırlamıştır. Tüm çocuklar bu gösterilere belediyenin sosyal medya sayfasından izleyebilmiştir (Çankaya Belediyesi, 2021). Etimesgut Milli Eğitim Müdürlüğü de çocukları saat 13.30'da balkonlarından İstiklal Marşı'nı ve 23 Nisan şarkısını söylemeye davet etmiştir (Etimesgut Milli Eğitim Müdürlüğü, 2021). Pera Müzesi zoom meeting uygulaması üzerinden çocuklara üç boyutlu sergi turu yaptırmış ve ardından sergiye yönelik atölye çalışması yaptırmıştır (Pera Müzesi, 2021). Kırklareli Valiliği köylerdeki çocuklara evlerini süslemeleri için bayrak ve balonlardan oluşan koliler hazırlayıp göndermişlerdir (CNN Türk, 2021).

Bu bayram kapsamındaki en önemli etkinlik olan Dünya çocukları ile buluşmalar yine gerçekleşmemiştir. Ancak çocuklar ülkelerinden de olsa kutlama yapabilmişlerdir. Türkiye Maarif Vakfı'nın 44 ülkede bulunan okullarında sosyal mesafe kurallarına dikkat ederek gösteriler düzenlenmiştir (Anadolu Ajansı, 2021). Rusya da Devlet Çocuk Kütüphanesi'nde Türk ve Rus çocukların birlikte katıldığı yarışmalar düzenlenerek eğlenceli vakit geçirmeleri sağlanmıştır (CNN Türk, 2021). Saraybosna'da Boşnak, Sırp ve Hırvat çocukların katılımıyla bayram çok büyük bir coşkuyla kutlanmıştır. Gürcistan'da da Türk ve Gürcü öğrenciler, bayram sebebiyle Türkiye'nin Tiflis Büyükelçisi Levent Murat Burhan'ı ziyaret etti. Büyükelçi sembolik olarak makamını bir Türk ve bir Gürcü öğrenciye devretti (Cumhuriyet, 2021).

5.3.İlgili Literatür

23 Nisan bayramı, yapıldığı etkinlikler kapsamında az sayıda da olsa detaylı araştırmalara konu olmuştur. Bu çalışmalar, o günlerin etkinlik anlayışını ortaya koyarken, konunun Türkiye Cumhuriyeti tarihi açısından önemine de vurgu yapması bakımından dikkate değerdir. Bu amaçla yapılan çalışmalardan ilkinde, 1922-1929 yılları arasındaki çocuk bayramı kutlamaları ele alınmıştır. 1927 yılına kadar kutlamalar Meclis önünde yapılan resmigeçit törenleri ile yapılmıştır. Çocuklar ve öğrenciler de resmigeçit

törenlerinde yer alarak kutlamalara renk katmışlardır. 1927 yılında “23 Nisan” bütün halkın gözünde çocuk bayramı olarak görülmeye başlamıştır. Bu yıl Mustafa Kemal Atatürk de bayram kutlamalarında çocuklar için bir takım düzenlemeler yapmıştır. Otomobillerinden birini çocuklar için ayırmış ve Cumhurbaşkanlığı bandosunun çocuk balosunda görev yapmasını sağlamıştır. Bayramda geçit töreninden sonra spor yarışmaları ile eğlenen çocuklar ayrıca Çocuk Esirgeme Kurumuna yardım toplamak için rozet dağıtmışlardır. Bu şekilde kuruma önemli tutarlarda yardım toplanmıştır. “Çocuk Bayramı” Mustafa Kemal Atatürk ve devletin de destek vermesi sonucunda 1929 yılında “Çocuk Haftası” adıyla yedi güne çıkarılmış ve kutlamaların organizasyonu Türk Ocaklarına bırakılmıştır. Bu kapsamda konferanslar verilmiş, eğlenceler düzenlenmiş, annelere çocuk bakımı eğitimleri verilmiş, çocuklara değişik hediyeler dağıtılmıştır. Türk Ocağı tarafından Çocuk Haftası dolayısıyla meme çocuğu, mama çocuğu ve oyun çocuğu çağlarındaki çocuklar arasında “Gülbüz Çocuk Yarışması” yapılmıştır. Bunlara ek olarak ocağın yönetimi çocuklara bırakılmış ve aralarından birisi başkan seçilmiştir. Bayram etkinliklerine katılmak için farklı şehirlerden de öğrenciler Ankara’ya gelmiştir. Bu öğrencilerin konaklamaları Ankara’daki kendi yaşlıları olan öğrencilerin evlerinde olmuştur. Bayramın amacı, çocukları birkaç gün neşelendirmek değil, bayram vasıtasıyla çocuk sorunlarını toplumun gündemine taşıyabilmek ve çocuk ölümlerini azaltarak nüfus artışının desteklenmesinin sağlayabilmektir (Özçelik, 2011; Aslan, 2011).

Etkinlikler yönüyle incelenen sonraki dönem 1932-1951 yılları arasındır. Bu dönemdeki kutlamalarda törenler İstiklal Marşı ile başlamış ardından resmigeçitler yapılmıştır. Bir hafta boyunca süren kutlamaların diğer günlerinde çeşitli konferanslar düzenlenmiş, oyunlar oynanmış, müsabakalar yapılmış ve çocuklar için balolar verilmiştir (Aydın, vd., 2016). Bu kapsamda, 1950 yılından sonraki yapılan kutlamaların dönemsel incelemelerinin yapılmadığı da tespit edilmiştir. 2007 yılında yapılan bir töreni inceleyen çalışmada, törenin Milli Eğitim Bakanı’nın yapmış olduğu konuşma ile başladığı, Anıtkabir’e çelenk konulması ve İstiklal Marşı’nın okunulmasının ardından etkinliklerin başladığı belirtilmiştir. Etkinliklerin şiir okunması, resmigeçitlerin yapılması ve ardından çocukların dans gösterileri vb. şenliklerle 20-26 Nisan tarihleri boyunca devam ettiği belirtilmiştir (Sofi, 2008, s.23-27).

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını doğrudan etkinlik ve turizm ile ilişkilendiren ve doğrudan saha araştırmasına dayalı çok az sayıdaki araştırma

örneklerinden ilki Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yöneliktir. Bu çalışmasında Kızılırmak (2006), Türkiye’de gençlik ve çocuk etkinlikleri ile ilgili toplam 28 kutlama yapıldığını belirlemiştir. Turizme katılması gereken bu etkinlikler arasında 23 Nisan Çocuk Bayramı ve bu kapsamda düzenlenen gençlik şöleni, gençlik haftası ve çocuk şölenlerini de ifade etmiştir (s. 190). Daha sonraki araştırma ise Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ilköğretim ve ortaöğretim kurumlarında çalışan beden eğitimi öğretmenlerinin hazırlık aşamasında, tören sırasında ve kutlama sonrasında karşılaştıkları problemlerin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır (Sofı, 2008, s. 41). Belirlenen problemler; öğrencilerden para istenmesi, sağlık ve güvenlik ile ilgili, kutlama programlarına katılan öğrencilerin ihtiyaçlarının karşılanmaması, öğrencilerin aileleri maddi sorunlar nedeniyle para vermek istememesidir (s.122). Bu doğrultuda, Bayramların maddi giderlerinin sponsorlarca ya da başta Milli Eğitim Bakanlığı olmak üzere diğer resmi kurum ve kuruluşların desteği ile karşılanması önerisi sunulmuş ve böylece milli bayramlar amacına yönelik daha güzel ve görkemli bir şekilde kutlanabileceği önerilmektedir (s. 124).

Mezkit, (2019) tarafından yapılan konu ile ilgili etraflı bir çalışmada, Türkiye’de 1926-1938 yılları arasında kutlanan 23 Nisan Millî Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın millî kimlik oluşumuna yardımcı olan unsurları belirlenmiştir. Bu amaçla, bayram etkinlikleri kapsamında yayımlanan gazete ve dergilerdeki bayram nutukları, şiirleri, hikâye ve destanları, özlü sözler, reklam ve karikatürleri incelenmiştir. Bunun sonucunda milletin istiklale olan inancını ve milletin hâkimiyeti öğretisini hâkim ideoloji kılmak, Cumhuriyet’in ‘ideal çocuk projesi’ne yönelik duyguları pekiştirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Mezkit, 2019, s. 225-226). Milli kimlik ve 23 Nisan Bayramını konu alan bir diğer çalışmada da aynı şekilde etkinliklerin gazete haberleri üzerinden değerlendirilmesi yapılmıştır. 2001–2007 tarihleri kapsamında yürütülen araştırmada, bu tür etkinliklerin bireylerde; tutum, inanç, bilgi değişikliğine neden olduğu görülmüştür. Ancak gazetelerin, milli günlerdeki yazılarında, çocuklara ve gençlere yatırım yapılmaması, eğitime önem verilmemesi gibi günümüz Türkiye’ sine yönelik yaptıkları eleştiriler karamsar bir tablo çizdikleri de belirlenmiştir (Polat, 2009, s.249-251).

Milli bayram etkinlikleri ile ilgili öğretmen ve öğrenci görüşlerinin incelendiği son dönem bazı çalışmalarda da benzer konuların ele alındığı görülmektedir. Örneğin, Açıknel (2010) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, bu bayramın öğrencilerde vatan ve millet

sevgisinin, vatandaşlık bilincinin gelişmesinde katkısı olduğu (s. 85) belirlenmiştir. Erdem (2019) tarafından yapılan Sivas halkının milli bayram etkinlikleri ile ilgili görüşlerinin çalışmada ise milli bayramların birlik ve beraberliği pekiştirdiği, milli duyguları harekete geçirdiğine dair benzer sonuçlara ulaşılmıştır (s. 39).

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı etkinlikleri kapsamında buraya kadar yapılan açıklamalara dayanarak; bu bayramın kültür yanında, ilk günlerden bu yana cumhurbaşkanı ve bakanlar gibi resmi şahsiyetlerin katıldığı bir tören olması sebebiyle politik ve resmi bir etkinlik olduğu söylenebilir. Aynı zamanda, bayram kapsamında yapılan törenlerde çeşitli dans gösterileri, eğlenceler ve oyunlar oynanması; sanat ve eğlence etkinliği yönünün olduğuna da işaret etmektedir. Bunların dışında, 23 Nisan salt çocuk bayramı değil, aynı zamanda bir ulusun egemenliğin de temsil etmektedir. Bu nedenle, bu bayram, tüm toplumu ilgilendiren bir kültürel etkinlik olarak kategorize edilebilmektedir. Bunlara ek olarak, başta sadece Ankara’da kutlanan bu etkinliğin son dönemlerde tüm Türkiye’de hatta uluslararası platformlarda kutlanmaya başlanması ise bu etkinliğin mega düzeye geldiğini göstermektedir.

Bu bayram ile ilgili yapılan kapsamlı açıklamalar sonucunda gelinen noktada şu söylenebilir; bir mega etkinlik olan bu bayramı doğrudan turistik etkinlikler ile ilişkilendiren herhangi bir çalışma bulgusuna rastlanılmamıştır. Bu gerekçe ile bu araştırmanın sorusu;

“23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın Bir Etkinlik Olarak Ankara Turizmine Katkıları” olarak belirlenmiştir.

6. “23 NİSAN ULUSAL EGEMENLİK VE ÇOCUK BAYRAMININ” ANKARA TURİZMİNE KATKILARI VE MALİYETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle, araştırmanın önemi ve amacından bahsedilmiş, daha sonra araştırmanın anket ve görüşmeden oluşan karma kurgusu nedeniyle, araştırma süreci hakkında detaylı açıklamalara gidilmiştir. Sonrasında verilerin analizi ve bulgular kısmı yer almaktadır.

6.1. Çalışmanın Önemi ve Amacı

Bu araştırmada 1920 yılından beri Türkiye’de organize edilen ve önemli bir mega etkinlik olan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın, Ankara turizmine olan katkıları ve maliyetlerinin değerlendirilmesine çalışılacaktır. Çalışma, çocuk bayramının bir turistik değer olarak ele alınması, bu uluslararası ve mega etkinliğin bu yöndeki kullanımına ya da tanınırlığına farkındalık yaratması bakımından önemlidir. Bilindiği gibi Ankara Türkiye Cumhuriyetinin başkenti olması yanında, önemli bir yakın tarih ve kültür merkezidir. Şehir ya da kent dokusundaki doğallık ve imkanları itibarıyla da önemli bir turistik merkezdir. Ancak Ankara’nın, turizm bağlamındaki tanınırlığı hak ettiği yerde değildir. Halbuki, Ankara içinde birçok kültürel, sanatsal ve kentsel öğeleri barındıran modern bir destinasyondur ve birçok festival, kongre, şenlik gibi mega etkinliğe ev sahipliği yapmaktadır. Bu nedenle, planlanan bu araştırma, Ankara’nın kültürel turistik değerlerine dikkat çekmek, tanıtımı ve imaj çalışmalarında farklı bir konseptten bakış açısı yaratmak ve etkinlik turizmi bağlamındaki zenginliklerini gözler önüne sermektir. Bu gerekçelerle önemsenen ve ele alınması planlanan bu çalışmada; bu bayramın Ankara turizmine olan katkılarının ve bu etkinlik süresince katlanılan maliyetlerin neler olduğunun belirlenmesine çalışılacaktır. Çalışmanın alt amaçları olarak ise bu bayramın Ankara’nın fiziksel çevre, ekonomik ve sosyo-kültürel çevresine olan katkıları ve bu kapsamda karşılaşılan maliyetleri belirlenecektir. Bu amaçlara ek olarak, yaşanan Covid-19 pandemisi (2020) sonucunda bu bayramın aktif bir şekilde kutlanamamasının etkileri de belirlenmeye çalışılacaktır.

6.2. Yöntem

Bu araştırmada nicel ve nitel yaklaşımın birlikte kullanıldığı karma yöntemden yararlanılmıştır. Veri toplamada, geniş kapsamlı bir örneklem hacmi hedeflendiği için anket tekniği ile verilerin toplanması planlanmıştır. Ancak bu süreçte yaşanan (2020-

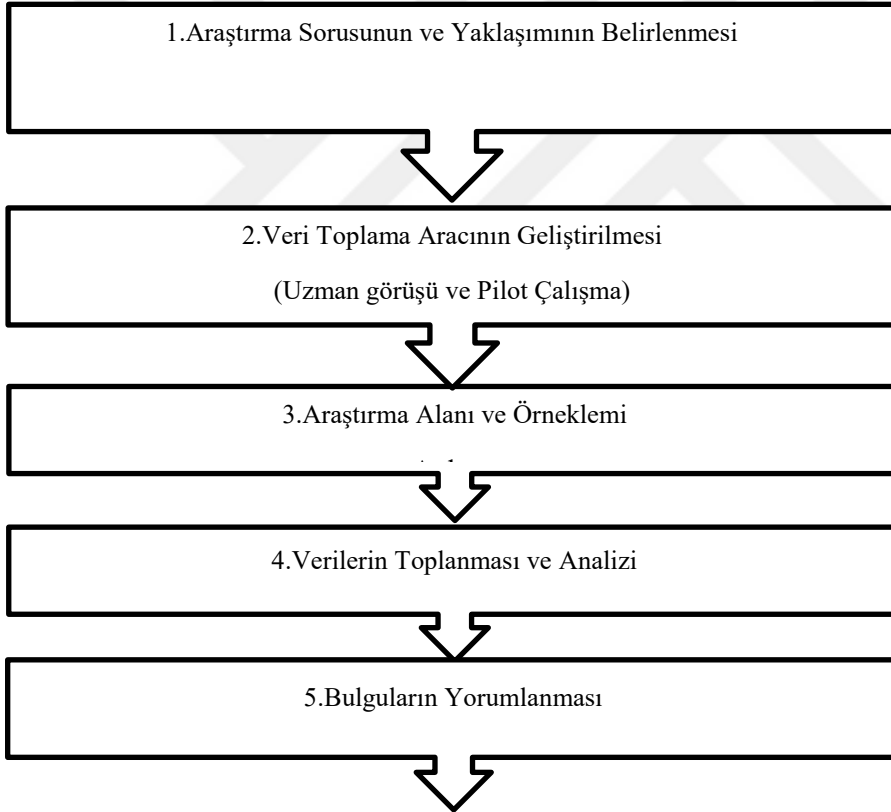
2021 yılı) pandemi nedeniyle, bayram sadece televizyonlardaki aktivitelerle kutlanmıştır. Anket sorularının, bu bayramın gerçek aktivitelerle kutlanmasına yönelik çevresel etkilerini kapsamaması nedeniyle, bu forma pilot araştırma sonrasında bir açık uçlu soru eklenmesine karar verilmiştir. Böylelikle, araştırmaya nitel özellik kazandıran “pandemi dönemine ait algıların” ayrıca belirlenmesine çalışılmıştır.

Karma yöntem, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin araştırma sorularını tek başına cevaplamakta yetersiz olduğu durumlarda yararlanılan birbiri ile ilişkili bütüncül bir yöntemdir (Fırat, vd., 2014, s.69). Karma yöntem, araştırma sorularını çok yönlü ve çok kapsamlı bir şekilde ele almak amacı ile nitel ve nicel yöntemleri beraber kullanarak yapılan araştırma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018, s. 322). Creswell (2006) karma yöntem için “*nicel ve nitel yaklaşımları birlikte kullanmak, her iki yaklaşımı tek başına kullanmaya oranla araştırma problemlerini daha iyi anlamamızı sağlar.*” şeklinde belirtmiştir (s. 5). Bu doğrultuda karma yöntem olarak tasarlanan bu çalışmanın eşzamanlı ve dönüşümsel olarak yürütülmesi planlanmıştır.

Bu yöntemde, nicel ve nitel veriler eşzamanlı ve dönüşümsel yaklaşımla aynı zamanda toplanıp, analiz edilmektedir. Verilerin birleştirilmesi yorumlama aşamasında yapılabileceği gibi eğer veri dönüştürülmüşse veri analizi esnasında da yapılabilmektedir. Araştırmaya ayrıntılı bir şekilde bakılması veya farklı bir bakış açısı ile incelenmesine imkân vermesi, aynı zamanda çalışılan olguyu da daha iyi anlamayı sağlaması açısından bu araştırmada da bu tasarım faydalı görülmüştür (Baki ve Gökçek, 2012, s. 10). Bu bağlamda, nicel ve nitel veriler aynı zamanda ve aynı soru formu üzerinden toplanmıştır. Ancak analiz aşamasında öncelikle, nicel veriler analiz edilerek, ortaya çıkan yeni etkinlik boyutlarına/temalara bağlı olarak (literatürde bulunan boyutlar aynı kalabilir ya da değişebilir) nitel verilerin içerik analizi yapılmıştır. Nicel verilerden elde edilen yeni duruma göre boyutların yeniden test edilmesi ve belirlenen bu temalar (temel boyutlar) üzerinden içerik analizine gidilmesi, bu çalışmaya dönüşümsel bir bakış açısı sağlayarak, karma yöntemin doğru uygulanmasına da katkı sağlamaktır. Bu durum, her iki araştırmanın birbirinden ayrı iki araştırma gibi yürütülmesi kaygısını da ortadan kaldırmaktadır. Bu doğrultuda aynı zamanda araştırma bulgularının doğrulanması yapılacağı gibi elde edilen sonuçların güçlendirilmesi de hedeflenmektedir.

6.3. Araştırma Süreci

Araştırma süreci Şema 1’de detaylı olarak gösterilmektedir. Şemada görüleceği gibi çalışma toplam beş aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte yer alan ancak, kavramsal kısım açıklamalarına dayalı olarak belirlenen araştırma sorusu tüm araştırmalarda olduğu gibi ilk aşamadır. Araştırma sorusu kavramsal kısımda yer alan açıklamalardaki gerekçelere bağlı olarak “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının Ankara turizmine olan katkıları ve maliyetleri” olarak bu bölümlerin sonunda belirlenmiştir. Yöntem kısmında ise karma yaklaşım ile ilgili açıklamalara detaylı olarak yer verilmiştir. Temel soru ve genel yaklaşımın belirlenmesinden sonraki aşamalara aşağıda alt başlıklar halinde verilmektedir.



Şema 1: Araştırma Süreci

6.3.1. Veri toplama aracının geliştirilmesi (Uzman görüşü ve Pilot çalışma)

Araştırmada bilhassa sosyal bilimler alanında en çok kullanılan tekniklerden biri olan, anket tekniği kullanılmıştır. Anket, araştırma evrenini/örneklemi oluşturarak kişi, grup veya örgütlerden elde edilecek verileri, tek tipleştirilmiş ifadeler elde edebilme

amacıyla oluşturulan veri toplama aracı olarak tanımlanmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013, s. 53). Araştırmada Kim (2012) tarafından doktora tezinde geliştirilen ve Ek-1’de sunulan “Büyük Ölçekli Spor Etkinliğine Ev Sahipliği Yapmanın Yerel Halk Tarafından Algılanan Sosyal Etkileri ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçekteki sorular araştırmanın amacını ve literatürde bahsedilen etkinliklerin katkıları ve maliyetlerini kapsamassından dolayı tercih edilmiştir. Kim’in yapmış olduğu bu çalışma 2015 yılında makale olarak yayınlandığı için ayrıca kullanım için izin alınmasına gerek kalmamıştır. Bu anket formu Türkçeye çevrilmiş ve ardından ölçeğin kapsam (içerik) geçerliliğine bakılması için uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşleri üzerine yapılan çalışmalar özünde nitel bir çalışmadır. Ancak kapsam geçerlilik oranları, nitel çalışmaları nicel çalışmalara dönüştürmeye yardımcı olan bir yöntemdir (Yurdugül, 2005, s. 1). Kapsam geçerliliği, bir ölçekteki maddelerin ölçülmesi istenen değerleri ne kadar ölçtüğü ile ilişkilidir (Rubio, vd., 2003, s. 94). Kapsam geçerliliğini sayısallaştırmak için en sık kullanılan tekniğin *Lawshe’in İçerik Geçerliliği Oranı* olduğu belirtilmektedir. Bu tekniğe göre, alanda yeterlilik sahibi olan en az 5 en fazla ise 40 uzman olması önerilmektedir (Yurdugül, 2005, s. 2). Bu çalışmada, 12 akademisyen, etkinlikte görev almış 3 uzman ve etkinliğe katılmış 1 tecrübeli kişi olmak üzere toplamda 16 kişiden uzman görüşü alınmıştır.

Tablo 6.1. Görüş alınan uzmanlar

Görev yeri	Mesleği	Sayı
Anadolu Üniversitesi/ Turizm Fakültesi	Akademisyen	6
Anadolu Üniversitesi/ Meslek Yüksekokulu	Akademisyen	3
Hacettepe Üniversitesi/ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	Akademisyen	2
Ariva Turizm Seyahat Acentası/ Ankara	Araştırmacı	1
TRT İç Yapımlar Koordinatörü/Ankara	Etkinlik Koordinatörü	3
Yapı Kredi Bankası/ Ankara	Ankara Satış Temsilcisi (2003 yılında katılımcı)	1
Toplam		16

Form uzmanlara 19 Ağustos 2019 – 05 Eylül 2019 tarihleri arasında e-mail aracılığıyla ve yüz yüze olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmiştir. Her bir madde uzman görüşleri “gerekli”, “gereksiz” ve “gerekli ancak yetersiz” şeklinde derecelendirilmiştir. Tek bölümden oluşan uzman görüş formundaki 65 ifadeyle, bu bayramın Ankara turizmine etkisi açısından değerlendirmeleri istenmiştir. İfade, bayramın Ankara turizmine etkisini belirten bir ifade ise “Gerekli”, eğer bayramın Ankara turizmine etkisini belirtmeyen bir ifade ise “Gereksiz”, ifadenin gerekli ancak düzeltilmesini gerektiğini düşünüyorlarsa “Gerekli ama yetersiz” seçeneğini işaretlemeleri istenmiştir. Uzman görüşüne gönderilen forma Ek- 2’de yer verilmiştir.

Uzman görüşlerinin alınmasından sonraki aşama, elde edilen puanların Lawshe tekniği kullanılarak hesaplanmasıdır. Lawshe tekniğine göre, herhangi bir maddeye “Gerekli” diye ifade eden uzman sayılarının, toplam görüş belirten uzman sayısına oranının 1 eksiği ile kapsam geçerlilik oranları (KGO) elde edilir.

$$KGO = \frac{N_g}{N/2} - 1$$

Bu formülde; N_g , maddeye “Gerekli” diyen uzmanların sayısını ve N ise görüş belirten toplam uzman sayısını göstermektedir. Lawshe (1975), farklı uzman sayıları için $p=0,05$ (tek yönlü) güven aralığı asgari kapsam geçerliliği oranlarını tablo halinde belirtmiştir (Tablo 6.2).

Tablo 6.2. *Lawshe'nin minimum kapsam geçerliliği oranları*

Uzman sayısı	Minimum değer
5	,99
6	,99
7	,99
8	,78
9	,75
10	,62
11	,59
12	,56
13	,54
14	,51
15	,49
20	,42
25	,37
30	,33
35	,31
40	,29

Araştırmada görüşüne başvurulmuş uzman sayısı 16 olduğu için tabloya göre maddelerin geçerli olabilmesi için kapsam geçerlilik oranının her bir madde için 0,49 ve üzerinde olması gerekmektedir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen kapsam geçerlilik testinin sonuçları Tablo 6.3'te yer almaktadır.

Tablo 6.3. Uzman görüşlerinin toplanması ve kapsam geçerlik oranlarının elde edilmesi

Sorular	Gerekli	Gereksiz	Gerekli ama yetersiz	Kapsam Geçerlilik Oranları
1	4	4	8	-0,50
2	13	3	0	0,62
3	14	0	2	0,72
4	13	1	2	0,62
5	15	0	1	0,87
6	15	0	1	0,87
7	5	3	8	-0,38
8	12	1	3	0,50
9	13	3	0	0,62
10	8	2	6	0,00
11	13	1	2	0,62
12	15	0	1	0,87
13	9	3	4	0,12
14	12	4	0	0,50
15	14	1	1	0,72
16	12	2	2	0,50
17	9	1	6	0,12
18	12	2	2	0,50
19	12	2	2	0,50
20	12	1	3	0,50
21	7	3	6	-0,13
22	4	5	7	-0,50
23	14	0	2	0,72
24	15	1	0	0,87
25	12	1	3	0,50
26	4	6	6	-0,50
27	8	0	8	0,00
28	11	2	3	0,37
29	13	1	2	0,62

30	13	2	1	0,62
31	12	1	3	0,50
32	10	4	2	0,25
33	9	5	2	0,12
34	13	3	3	0,62
35	8	4	4	0,00
36	10	4	2	0,25
37	12	1	3	0,50
38	9	5	2	0,12
39	14	2	0	0,72
40	12	4	0	0,50
41	13	2	1	0,62
42	7	6	3	-0,13
43	12	4	0	0,50
44	14	2	0	0,72
45	14	2	0	0,72
46	14	2	0	0,72
47	13	3	0	0,62
48	12	4	0	0,50
49	3	9	4	-0,63
50	14	2	0	0,72
51	5	6	5	0,38
52	4	10	2	-0,50
53	7	6	3	-0,13
54	12	5	0	0,50
55	9	3	4	0,12
56	13	3	0	0,62
57	13	0	3	0,62
58	10	6	0	0,25
59	14	0	2	0,72
60	12	4	0	0,50
61	13	0	3	0,62

62	12	4	0	0,50
63	8	7	1	0,00
64	13	0	3	0,62
65	8	4	4	0,00
Uzman Sayısı	16			
Kapsam Geçerlilik Ölçütü	0,49			
Kapsam Geçerlilik İndeksi	1,82			

Uzman görüşü sonucunda, 1, 7, 10, 13, 17, 21, 22, 26, 27, 28, 32, 33, 35, 36, 38, 42, 47, 49, 52, 53, 55, 58, 63 ve 65. ifade olmak üzere toplam 24 ifade yeterli kapsam geçerlilik oranına sahip olmadıkları için elenmiştir. Buradaki fazla sayıdaki ifadenin geçersiz bulunması, etkinlik turizmi kapsamında yer alan konuların, bir şenlik ve bayram niteliğindeki 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi özel bir etkinlik alanının temsil etme konusundaki yetersizliğine bağlanmıştır. Uzmanlar bu süreçte; *“Geliştirilmiş toplum güzelliği”, “Genel turizm yapısında hızlandırılmış gelişim”, “Toplum geliştirme yatırımlarının artması”, “Toplumsal gelişimin hızlandırılması”, “Kültürüm hakkında nasıl hissettiğimi pozitif etkilemesi”, “Diğer kültür ve ziyaretçilerin anlayışını arttırması”, “Etkinliklerin tadını çıkartma fırsatını arttırması”, “Medya bilinirliğini geliştirmesi”, “Artan trafiğe bağlı yerel yolların zarar görmesi”, “Kentsel gelişimin uzun vadede olumsuz etkilenmesi”, “Güvenlik riskleri / kaygıları nedeniyle artan psikolojik kaygıların oluşması”, “Yerel halkın itibarının zarar görmesi”, “Destekleyenler ile destekçi olmayanlar arasında artan sosyal çatışmalar”* ifadelerinin tam olarak anlaşılmadığı ve çıkartılabileceği önermişlerdir.

Buna ek olarak; *“Yeni bir etnik grubu tanıma fırsatı sağlaması”, “Ev sahibi toplumun ulusal tanınırlık fırsatını arttırması”, “Yerel halkın uluslararası tanınırlığını arttırması”* “Yörenin iyileşen imajı”, *“Etkinlikler ile ilgili prestijli bir imaj yaratması”, “Yerel topluma çevresel zarar verilmesine neden olması”, “Gelecekteki olaylar için teröristlerin ilgisini çekmesi”, “Artan siber saldırı riski”* ifadelerinin de sırasıyla 24, 31, 34, 48 ve 51. ifadelerle benzer olduğunu belirtmişlerdir. Geriye kalan *“Toplumda sosyal*

birliğin gelişmesi”, “*Gönüllü fırsatını arttırması*” ve “*Gayrimenkul fiyatlarının artması*” ifadeleri 0,49 kapsam geçerlilik oranının altında kalmıştır. Uzman görüş alma sürecinde bazı ifadelerin elimine edilmesi yanında, ayrıca, uzmanlar tarafından düzeltilmesi istenilen ifadeler, anlam kaymasına yol açmayacak şekilde yeniden düzenlenmiştir.

Uzman görüşleri doğrultusunda, yeterli kapsam geçerlilik oranına sahip 41 ifadeye Ek 2’de yer verilmiştir. Değişen anket sorularının yapı geçerliliğine ve güvenilirliğine bakılması için pilot çalışma yapılmıştır. Oluşan bu 41 ifadeli anket formuna demografik sorularda eklenerek pilot çalışmada kullanılmak üzere düzenlenmiştir. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda Ankara turizmine etkileri ile ilgili 41 ifade “1. kesinlikle katılmıyorum, 2. katılmıyorum, 3. ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4. katılıyorum ve 5. kesinlikle katılıyorum” tepki kategorilerinden oluşan 5’li Likert Ölçeğe göre düzenlenmiştir. Bu 41 ifade de 1-23 arası sorular şenliğin katkılarını, 24-41 arasındaki sorular ise maliyetlerini ölçmektedir. Anketin ikinci kısmında da demografik sorular yer almaktadır. Böylece demografik sorularla beraber 46 sorudan oluşan anket formu pilot çalışmada uygulanmak üzere hazır hale getirilmiştir. Pilot çalışmada kullanılacak soru ifadelerine ve Anket formuna Ek- 3’te yer verilmiştir. Pilot çalışmaya başlamadan önce katılımcılar için gönüllü katılım formu hazırlanmış ve anket formu 5 Kasım 2019 tarihinde Anadolu Üniversitesi Etik Kurulun onayına gönderilmiştir. 25 Kasım 2019 tarihinde kuruldan onay çıkması sonucunda pilot çalışmaya başlanmıştır.

26 Kasım-30 Aralık 2019 tarihinde yüz yüze anket yöntemi ile 50 katılımcının katıldığı bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma için kabul edilen örneklem büyüklüğünün ana kitleyi temsil eden en az 40-50 kadar katılımcıya uygulanmasının yeterli olduğu belirtilmektedir (Şencan, 2005, s. 744). Bu pilot çalışmada bayram ile ilgili katılımcı grubu olarak belirlenen; *izleyiciler, esnaf ve işletmeciler, Valilik, Kültür ve Turizm Bakanlığı, öğretmen, öğrenciler, organizatörler ve TRT, belediyeler ve muhtarlıklara* ulaşılması hedeflenmiştir. Ancak, yaklaşık bir ay sonunda, toplam 50 kişiye ulaşılmıştır Bu kapsamda organizatörler ve TRT ile öğrenci ve öğretmenlerden geri bildirim alınamamıştır. Esas araştırma sürecinde bu katılımcı gruba da ulaşılması hedeflenmektedir. Elde edilen geçerli anket sayıları ve katılımcı grupları Tablo 6.4’de özetlenmiştir.

Tablo 6.4. Katılımcılara göre anketlerin dağılımı

Katılımcı Grubu	Sayı	Dağıtılan Anket Sayısı	Geçerli Anket Sayısı
1-İzleyiciler	23	23	23
2-Esnaf ve İşletmeciler	14	14	13
3-Belediyeler	10	10	10
4-Muhtarlar	7	7	2
5-Öğrenciler	---	---	-----
6-Öğretmenler	----	-----	-----
7-Valilik	1	1	1
8-Kültür ve Turizm Bakanlığı	1	1	1
9-Organizatörler ve TRT	-----	-----	-----
Toplam	56	56	50

Pilot uygulama kapsamına alınan katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında, 33'ünün kadın, 17'sinin ise erkek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların yaşlarının 21-51 ve üzeri olarak değiştiği anket formunda, katılımcıların yaşlarının büyük çoğunluğunun 31-35 (11 kişi) aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerinin çoğunlukla üniversite (17 kişi) ve lise mezunu (16 kişi) olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde, 30'unun evli, 20'sinin ise bekar olduğu sonucuna varılmıştır. Pilot araştırmanın uygulandığı katılımcıların gelir düzeylerinin 1500 - 3501 TL ve üzeri olarak değiştiği ve katılımcıların 17'sinin 3501 TL ve üstü olduğu ve 12'sinin ise 2001-2500 TL arası aylık gelirlerinin olduğu görülmüştür.

Uzman görüşü ile kapsam geçerliliğine bakılan anket formunun pilot çalışma sonucunda yapı geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiştir. Yapı geçerliliği (faktör analizi), gözlemlenen çok sayıdaki değişken içerisinde gruplandırılmış temel değişkenleri ya da faktörleri tanımlayarak değişken sayısını azaltma işlemidir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 275). 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara turizmine katkıları ve maliyetlerini belirlemek için hazırlanan bu anketin, gerçekte bu yapıyı ölçüp ölçmediğini ve ölçmek istenilen yapıya ilişkin bağımsız faktörleri ortaya çıkarmak amacıyla bu analize başvurulmuştur. Yapılan faktör analizi ile ilk olarak 11 faktör 41 ifade oluşmuştur.

Faktör analizi sonucunda oluşan faktörlerin altında en az 3 ifade olmalıdır (Velicer ve Fava, 1998, s. 231; Costello ve Osborne, 2005, s. 5; Çam ve Arabacı, 2010, s. 66). Buna bağlı olarak faktörlerin altında bir ve iki ifade bulunanlar çıkarılmış ve analiz tekrar yapılmıştır. Tekrar yapılan analiz sonucunda 6 faktör 30 ifade ortaya çıkmış ve KMO 0,58 olmuştur. Field (2013, s. 695), KMO için alt sınırın 0,50 olması gerektiğini ifade etmiştir. Sonuç olarak yapılan bu faktör analizi sonucunda 1, 2, 4, 6, 17, 20, 21, 22, 23, 35, 36 soruları çıkartılmıştır. Elde edilen bu 6 boyut ve ifadeleri tablo 6.5’de gösterilmiştir.



Tablo 6.5. Faktör Analizi Sonuçları

1. Sosyal Maliyetler		1	2	3	4	5	6
33	Terör riskinin artması (ör. bomba tehdidi, siber vb.)	0,864					
34	Ziyaretçilerden gelen rahatsızlıkların artması (Ör. holiganlar, bozukluk ve vandalizm)	0,847					
31	Yeni tesislerin çevre kirliliğini arttırması	0,783					
32	Suç oranının artması	0,770					
41	Ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma meydana gelmesi	0,705					
30	Gürültü kirliliğinin artması	0,587					
40	Yerel halkın yaşam düzeninin bozulması	0,557					
2. Fiziksel Çevre Maliyetleri							
25	Park yeri bulma zorluğu oluşturmaları		0,856				
27	Yolların kapanma ve trafiğin aksama olasılığının artması		0,836				
24	Trafik sıkışıklığına sebep olması		0,782				
26	Toplu taşıma araçlarını kullanmayı zorlaştırması		0,739				
28	Çöp ve atık miktarının artması		0,705				
29	Hava kirliliğinin artması		0,650				
3. Sosyal Katkılar							
18	Uluslararası etkinliklere ilginin artması			0,826			
19	Kaliteli eğlence fırsatı sağlaması			0,767			
5	Yerel ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi (Ör. Tren,otobüs)			0,709			
16	Yerel kültürün korunması için teşvik sağlaması			0,656			
3	Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)			0,620			
15	Kültürel etkinlik sayısını arttırması			0,596			
4. Kültürel Katkılar							
12	Vatanseverliğin güçlendirilmesi				0,774		
14	Toplumun aidiyet (bağlılık) duygusunu artması				0,748		
10	Yerel halkın milli duygularının gelişmesi				0,732		
11	Toplumsal birlik ve beraberlik ruhunun güçlendirilmesi				0,662		
13	Toplumsal çatışmasının azalması				0,555		
5. Ekonomik Katkılar							

9	Yerel halkın gelirinin artması					0,832	
8	Ekonomik koşulların iyileştirilmesi					0,817	
7	Yerel halk için iş fırsatlarının artması					0,681	
6. Ekonomik Maliyetler							
38	Kamusal borçların artması						0,704
39	Yerel halka etkinlikte öncelik verilmemesi						0,680
37	Bölge ve yöredeki ürünlerin fiyatlarının artması						0,652

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,586
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1202,728
	df	435
	Sig.	0,000

Yapı geçerliliği test edilen anket formunun ardından güvenilirliğinin de test edilmesi için analizlere tabi tutulmuştur. Güvenilirlik analizi, veri toplamak için oluşturulan ölçme aracındaki ifadelerin, kendi aralarında tutarlı olup olmadığını test etmek amacı ile yapılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2013, s. 280). Güvenilirlik analizi için pek çok yöntem geliştirilmiştir. Bu çalışmada güvenilirlik analizi için en yaygın kulan Cronbach Alpha yöntemi kullanılmıştır. Her bir madde için tespit edilen tek bir Alpha değeri olabileceği gibi, ölçekteki tüm maddelere ait ortalama bir Alpha değeri de olabilmektedir. Tüm maddeler için elde edilen Alpha değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve genel olarak kabul gören bu değerin en az 0.7 veya daha büyük olmasıdır (Kılıç, 2016, s. 47). 30 ifadenin toplam Alpha katsayısı 0,90 olarak çıkmıştır. Bu durumda ölçek güvenli bulunmuştur.

Tablo 6.6. *Güvenilirlik Analizi Sonuçları*

	İfade Sayısı	Cronbach Alpha
Faktör 1	7	0,908
Faktör 2	6	0,902
Faktör 3	6	0,845
Faktör 4	5	0,796
Faktör 5	3	0,875
Faktör 6	3	0,788
TOPLAM	30	0,908

Pilot araştırma sonucunda, katılımcı görüşleri ve bu yıl yaşanan pandemi nedeniyle bayramın aktif olarak kutlanamayacağı dikkate alınarak anket soru formuna bir “açık uçlu soru” eklenmiştir. Açık uçlu soru, aslında görüşme yönteminin yazılı hale getirilmiş biçimidir (Kozak, 2018, s. 97). Açık uçlu sorular, yapılandırılmış seçeneklerin aksine katılımcıların araştırma hakkında fikri, duygusu, kanısı vb. ortaya çıkarmayı hedefleyen, boş bırakılan alanları doldurmayı gerektiren sorulardan oluşmaktadır (Cengiz, vd., s. 132). Bu sorular anket formlarında özellikle formun son kısmında ‘konusunda düşüncelerinizi belirtiniz’ şeklinde bir boşluk bırakılarak katılımcıların düşüncelerini kendi kelime ve cümlelerle ifade etmesini mümkün kılabilir (Çoşkun, vd., 2017 s. 92). Bu doğrultuda hazırlanan açık uçlu soru; “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının 2020 yılında Covid-19 virüs pandemisi nedeniyle aktif olarak kutlanamamış olması, sizce Ankara turizmine nasıl yansımıştır?” şeklinde anket soru formunun sonunda katılımcı görüşüne sunulmuştur.

6.3.2. Araştırma evreni ve örneklem

Araştırmanın çalışma alanı Ankara’daki 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kapsamında yer alan katılımcılardır. Bu etkinliğin katılımcıları: Valilik, Kültür ve Turizm Bakanlığı-KTB), etkinlik organizatörleri ve TRT, Belediyeler, muhtarlar, öğretmenler, öğrenciler, işletmeciler ve esnaf ile bayrama katılan izleyiciler olarak belirlenmiştir (Timur vd., 2014, s. 62). Ankara, bu bayramın 1920 yılında bu ilde ilan edilmesi (Temizgüney, 2019, s. 147) ve 1979 yılından beri TRT’nin hazırladığı uluslararası düzeydeki etkinliklerin sadece Ankara’da yapılması (41 yıl) bakımından tercih edilmiştir. Ancak, bu bayram ile ilgili törenler ve şenlikler 2000 yılından sonra

İstanbul, Antalya, İzmir, Bursa, Konya, Gaziantep, Nevşehir ve Samsun illerin de yapılmaya başlanmıştır (http-14).

Araştırmada veriler amaçlı örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Bu örneklemede araştırmanın amacına uygun kriterler belirlenmekte ve bu kriterlere göre seçilen örneklemin, araştırma evrenini bütün özellikleri ile temsil edebildiği varsayılmaktadır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Bu doğrultuda bayram ile ilgili olduğu düşünülen; İzleyiciler, Esnaf ve İşletmeciler, Belediyeler, Muhtarlar, Öğrenciler (lise ve lisans öğrencileri), Öğretmenler, Valilik, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Organizatörler ve TRT çalışanları örneklemini oluşturmaktadır.

Bilimsel araştırmalarda evreni temsil edecek örneklem büyüklüğünün belirlenmesi, araştırma sonuçlarının evrene genellenmesi için gerekli faktörlerden biridir. Özdamar (2001), test edilen insan sayısı 10.000 den az olan evrenleri *sınırlı evren*, test edilen insan sayısı 10.000 den fazla olan evrenleri ise *sınırsız evren* olarak ifade etmiş ve örneklem büyüklüğünün hesaplanması için bazı formüller vermiştir. Araştırmada öncelikle, evren sayısı bilinmediği için sınırsız evren formülü³ ile bir hesaplama yapılmıştır. Bu formülde; standart sapma değerinin karesi X anlamlılık düzeyinin karesi / örnekleme hatasının karesidir (akt. Ural ve Kılıç, 2013, s. 45). Anlamlılık düzeyi 1-0,05, örnekleme hatası da 0,05 olarak alınmaktadır. Bu formül doğrultusunda yapılan işlem sonucunda örneklem sayısının en az 353 kişiden oluşması gerekmektedir. Krejcie ve Morgan (1970) ise araştırmalarda evren büyüklüğüne bakılarak örneklem büyüklüğünün ne kadar olması gerektiğine dair bir tablo önermişlerdir. Bu bilgiye dayanarak, araştırmadaki evren sayısının bilinmediği ve evren hacmi belirli bir büyüklüğe ulaştıktan sonraki örneklem sayısının sabit kaldığı bilgisine dayanarak örneklem sayısının en az 384 kişi olarak belirlenmesine karar verilmiştir.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

Tablo 6.7. *Evren Büyüklüklerine Karşılık Örneklem Büyüklükleri (Coşkun, vd., 2017, s. 144)*

Evren Büyüklüğü	Örneklem Büyüklüğü
100	80
500	217
750	254
1.000	278
100.000	384
1.000.000	384
100.000.000	384

6.3.3. Verilerin toplanması

Araştırmanın gerçekleştirildiği dönemde yaşanan COVID-19 pandemisi nedeniyle anket formu Google Form üzerinden on-line ortama dönüştürülmüştür ve gönüllü olarak katılmak isteyen ve ulaşılabilen tüm katılımcılardan da veriler on-line ortamda toplanmıştır. Anket formları, *İlk aşamada*, Kültür ve Turizm Bakanlığının internet sitesi üzerinden Bakanlık çalışanlarına mail aracılığı ile gönderilmiştir. *İkinci aşamada*, öncelikle Yenimahalle ve Çankaya'da⁴ bulunan ilkokulların isimlerine ulaşılmıştır. Ardından sosyal medya üzerinden daha önce bu etkinliklere katılmış öğretmenlere ve öğrencilere ulaşılmıştır. *Üçüncü aşamada*, Yenimahalle ve Çankaya Belediyelerinin sayfalarından muhtarların isimlerine ulaşılmış ve sosyal medyalarının üzerinden anket formları gönderilmiştir. *Dördüncü aşamada* ise TRT ve etkinlik organizatörleri, esnaf, valilik ve belediye çalışanlarının isim ve maillerine ulaşamadığı için bu yerlere yasaklar hafifletildiği zaman (maske ve mesafe kurallarına dikkat ederek) gidilmiş ve yüz yüze anket yapılmıştır. Bu süreçte her bir katılımcı grubundan ulaşılan geri dönüş sayılarına Tablo. 6.8'de yer verilmiştir.

⁴ Yenimahalle ve Çankaya Belediyesinde bulunan ilkokul ve muhtar sayıları diğer belediyelere kıyasla daha fazla olduğu için araştırma kapsamına bu iki belediye alınmıştır (http-14; http-15; http-16).

Tablo 6.8. Katılımcı Grubu

Katılımcı Grubu	Sayı	Gönderilen Anket Sayısı	Geri Dönen Anket Sayısı
1-Esnaf ve İşletmeciler	99	99	97
2-Belediyeler	10	10	10
3-Muhtarlar	50	50	15
4-Öğrenciler	100	100	70
5-Öğretmenler	211	211	156
6-Valilik	7	7	7
7-Kültür ve Turizm Bakanlığı	45	45	22
8-Organizatörler ve TRT	40	40	30
Toplam	562	562	407

Nicel verilerin analiz işlemleri için örneklem büyüklüğünün ne kadar olması gerektiği ile ilgili pek çok araştırmacı değişik fikirler sunmuştur. Bazı araştırmacılar madde sayısının 10 katı örneklem olması gerektiğini savunurken (Ural ve Kılıç, 2013, s. 46; Çoşkun, vd., 2017, s. 144) bazıları ise madde sayısının en az 5 yada 4 katı olması gerektiğini savunmaktadır (Büyüköztürk, 2002, s. 480; Kozak, 2018, s.136). Comrey ve Lee (2013, s. 217), örneklem sayısını 200 kişi orta, 300 kişi iyi, 500 kişi çok iyi, 1000 ve üzeri kişiyi mükemmel olarak nitelendirmişlerdir. Araştırmada 35 maddelik bir ölçek formu kullanıldığı göz önüne alındığında 407 katılımcı ile araştırmanın yapılmış olması istatistiki işlemler için gerekli sayıya ulaşıldığı şeklinde ifade edilebilir.

6.3.4. Verilerin analizi

Araştırmanın bu bölümünde nicel ve nitel verilerin analizinde takip edilen adımlara detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

6.3.4.1. Nicel verilerin analizi

Veriler analiz edilmeden önce, verilerin analize uygun olup olmadığı kontrol edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle verilerin frekans dağılımlarına bakılarak hatalı, aralık dışı ve mükerrer kodlamalar tespit edilmiştir. Ardından eksik verilere bakılmış ve 3 denekte eksik veri olduğu keşfedilmiştir. Eksik veri sayısının az olması sebebi ile bu denekler silinmiştir. Verilerin analize uygunluğunun değerlendirilmesinin ardından analizde parametrik ya da parametrik olmayan yöntemlerden hangisinin kullanılacağına

karar verilmesi için normal dağılıma bakılmıştır. Bir örneklemden toplanan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini incelemek için Kolmogorov-Smirnov Testi kullanılmış (Çoşkun, vd., 2017, s. 215), katkı ve maliyet boyutlarında yer alan ifadelerdeki p değerlerinin 0,05'ten büyük olduğu görülmüştür (Bakınız. EK-5). Bu sonuca bağlı olarak anket soru formunda yer alan ölçek sorularının analizinde parametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir.

Bu aşamaların ardından ölçek ve demografik verilere ilişkin betimleyici istatistikler incelenmiş ve ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin analizler yapılmıştır. Ölçeğin boyutlarının belirlenmesi ve yapı geçerliliğinin sağlanmasında açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerin açıklanmasını ve değerlendirilmesini sağlamak için değişkenleri daha az sayıdaki asıl boyutlarına indirgeyerek analizin yapılmasını sağlayan bir tekniktir (Çoşkun, vd., 2017, s. 270). Güvenilirlik ise bir araştırmanın değişik durum ve dönemlerde yeniden yapılması durumunda benzer sonuçlara ulaşıp ulaşılmayacağının göstergesidir. Alfa katsayısından yola çıkarak ölçeğin güvenilirliği, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ için son derece güvenilirdir ve $0,80 \leq \alpha < 1,00$ için güvenilirlik yüksektir olarak belirtilmektedir (Kozak, 2018, s. 132).

Nicel analizlerde bu bayramın yaratmış olduğu etkilerin katılımcı demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Araştırmada cinsiyet, medeni durum gibi bağımsız iki grubun karşılaştırılmasında parametrik testlerden T testi; yaş ve eğitim durumu gibi birbirinden bağımsız ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında ise ANOVA testi kullanılmıştır (Ural ve Kılıç, 2013, s. 265-269).

6.3.4.2. Nitel verilerin analizi

Araştırmada sorulan “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının 2020 yılında Covid-19 virüs pandemisi nedeniyle aktif olarak kutlanamamış olması, Ankara turizmine nasıl yansımıştır?” açık uçlu soruya verilen cevapların dökümüne Tablo 6.9’da yer verilmektedir. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünün belirlenmesi konusunda kesin kurallar bulunmamaktadır. Bunun nedeni nitel araştırmaların temel amacının genelleme yapmak olmamasıdır (Yılmaz ve Kozak, 2014, s. 70). Verilen cevapların, genel cevap sayısı ile eş değer olma gibi bir koşulun olmamasına rağmen, katılım temsil oranının %25 üzerinde olması yapılacak analiz için yeterli tekrar sıklığı ve görüş çeşitliği sağlaması bakımından yeterli olacağı düşünülmektedir (Patton, 2002, s. 246).

Tablo 6.9. Açık Uçlu Soru Formu Cevap Sayısı

Katılımcılar	Sayı	Gönderilen Anket Sayısı	Geri Dönen Açık Uçlu Cevap Sayısı
1-Esnaf ve İşletmeciler	100	100	4
2-Belediyeler	10	10	6
3-Muhtarlar	50	50	-
4-Öğrenciler	100	100	10
5-Öğretmenler	211	211	17
6-Valilik	7	7	-
7-Kültür ve Turizm Bakanlığı	45	45	15
8-Organizatörler ve TRT	40	40	15
Toplam	563	563	67

Ankete eklenen açık uçlu sorunun cevaplarının değerlendirilmesinde, içerik analizine başvurulmuştur. İçerik analizi, yazılı metinlerin, görsellerin ya da söyleyişlerin içeriği incelenerek, hangi kavramlara ne kadar yer verildiğine ya da hangi düşüncelere vurgu yapıldığına bakılarak bir sonuç elde edilmesine çalışılmasıdır (Kozak, 2018, s. 125). Bu doğrultuda toplanan verilerin ilk olarak kavramsallaştırılması, ardından elde edilen kavramlara göre mantık çerçevesi içinde hazırlanması ve buna bağlı olarak da veriyi belirten temaların tespit edilmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 242). Araştırmada içerik analizi araştırmacı tarafından manuel olarak gerçekleştirilmiştir. Açık uçlu soru formuna verilen cevaplar neticesindeki yazılı metinlerden elde edilen verilerin sıklık durumuna göre bir ana fikir oluşturulmaya çalışılmıştır (Bilgin, 2006, s. 19). Bu aşamada öncelikle kodlar, sonrasında benzeşen kodların bir araya getirilmesi ile temalar oluşturulmuştur. Sonuçlar bu yeni temalar çerçevesinde yorumlanmıştır.

Nitel yaklaşımların geçerlilik ve güvenilirliğini arttırmak için sık başvurulmuş üçgenleme tekniğinden burada da yararlanılmıştır. Üçgenleme tekniği iki ya da daha fazla veri toplama yönteminin ya da iki ya da daha fazla veri kaynağının sonuçlarının karşılaştırılması sonucunda elde edilir (Başkale, 2016, s. 25). Bu araştırmada; veri toplama yöntemi olarak anket ve açık uçlu sorudan yararlanılması, veri kaynağı olarak da İzleyiciler, Esnaf ve İşletmeciler, Belediyeler, Muhtarlar, Öğrenciler, Öğretmenler, Valilik, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Organizatörler ve TRT çalışanlarına başvurulması

nitel yaklaşımın geçerlilik ve güvenilirliğini arttırılması hedeflenmiştir. Çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini sağlamak için ayrıca içerik analizinde kod ve temaların oluşturulmasında, yöntem bilgisi ve deneyimi olan tarafsız kişilerin görüşlerinin alınması da gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla daha önce görüşlerine başvurulmuş uzman havuzundan 6 akademisyenden yardım alınmıştır. Akademisyen görüşleri birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen ortak görüşler ile kodlar ve temalar oluşturulmuştur.

6.3.5. Bulguların yorumlanması

Araştırmanın bu bölümünde analiz ve bulgulara yer verilmiştir. İki bölümden oluşan bu bölümde ilk olarak nicel analiz ve bulgular yorumlanmış ardından ikinci bölümde nitel analiz ve yorumları bulunmaktadır.

6.3.5.1. Nicel bulgular

Araştırmanın nicel verilerinin sunulduğu bu bölümünde öncelikle, anket soru formunda bulunan katılımcılara ilişkin demografik bilgilerin dağılımına, sonrasında etkinlik ile ilgili ifadelerle dayalı ölçekte bulgularının analizine ve katılımcıların demografik özellikler ile belirlenen etkinlik faktörleri arasındaki mevcut ilişkilerin değerlendirilmesine yer verilmektedir.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve gelirlerine yönelik demografik özelliklerine yönelik bilgilere Tablo 6.10'da yer verilmektedir.

Tablo 6.10. Demografik Bilgiler

Demografik Bilgiler	Dağılım Kriterleri	Sıklık n=407	Yüzde %
Cinsiyet	Kadın	219	53,8
	Erkek	188	46,2
Yaş	20 ve altı	5	1,2
	21-25	51	12,5
	26-30	75	18,4
	31-35	66	16,2
	36-40	62	15,2
	41-45	45	11,1
	46-50	46	11,3
	51+	57	14
Eğitim Durumu	İlköğretim	17	4,2
	Lise	119	29,2
	Ön Lisans	53	13,0
	Lisans	174	42,8
	Yüksek Lisans	31	7,6
	Doktora	13	3,2
Medeni Durum	Evli	225	55,3
	Bekar	182	44,7
Gelir	1500 TL ve altı	36	8,8
	1501-2000 TL	16	3,9
	2001-2500 TL		

	2501-3000 TL	45	11,1
	3001-3500 TL	58	14,3
	3501 TL ve üzeri	91	22,4
		161	39,6

Tablo 6.10'a bakıldığında, katılımcıların cinsiyetlerinin birbirine yakın değerde olduğu dikkat çekmektedir (kadın %53,8; erkek %46,1). Katılımcıların arasında çok fazla sayısal farkın olmaması, cinsiyet temelinde 23 Nisan Bayramının bir turistik etkinlik olduğuna yönelik algının her iki cinsiyet açısından aynı düzeyde olduğunu göstermektedir. Etkinlikler ile ilgili yapılan diğer çalışmalara bakıldığında (Çelik, 2009, s. 104; Ekin, 2011, s. 88; Kömürcü, 2013, s. 49; Akmeşe, 2018, s. 56) benzer sonuçların olduğu görülmektedir. Konuya en fazla ilgi gösteren yaş grubunun bu çalışmada da 26-40 yaş dilimi arasında yoğunlaşması ise (Yemenoglu vd., 2013, s. 18; Özkan vd., 2015, s. 63; Akmeşe, 2018, s. 56) bilinçli yaş grubunda bu tür bayramlara daha fazla önem verdiklerine işaret etmektedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde lisans mezunu (%42,8) katılımcıların daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bunu sırasıyla lise (%29,2), ön lisans (%13), yüksek lisans (%7,6), ilköğretim (4,2) ve doktora (3,2) takip etmektedir. Diğer etkinlik araştırmalarında da katılımcıların genel eğitim durumları aynıdır (Çelik, 2009, s. 104; Ekin, 2011, s. 88; Kömürcü, 2013, s. 49; Akmeşe, 2018, s. 56). Ancak Ankara Alışveriş Festivali üzerine yapılan bir araştırmada ise katılımcıların genel eğitim durumu lise mezunu olarak kayıt edilmiştir (Tayfun ve Arslan, 2013, s. 197). Medeni durumlarına bakıldığında evli (%55,3) ve bekar (%44,7) katılımcıların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu bayramla ilgili görüş vermek isteyen kişilerin evli ya da bekar olmalarının önemli bir ayırıcı olmadığı söylenebilir. Gelir durumlarında da 3501 TL ve üzeri (%39,6) gelir durumuna sahip katılımcılar daha yüksektir. Etkinlik ile ilgili yapılan diğer araştırmalarda da benzer bir durum vardır (Akmeşe, 2018, s. 56; Kahraman, 2020, s.66; Akkil, 2021, s. 53). Bu durum, günümüzde bir tür sosyal sorumluluk olarak görülen araştırmalara katkı vermede kişilerin belli bir gelir düzeyinde olmasına işaret etmesi bakımından dikkate değerdir.

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara Turizmine Katkısına İlişkin Bulgular

Bayramın Ankara turizmine katkısını belirlemek için oluşturulan anket sonucu elde edilen ifadelere ilk olarak faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda, 30 farklı ifadeden oluşan yapı gruplandırılarak kendi içlerinde anlam bakımından ilişkili beş ana faktör elde edilmiştir. Bunlar sosyal ve ekonomik maliyet, fiziksel çevre maliyeti, kültürel katkı, ekonomik katkı ve sosyal katkıdır. Faktör analizine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 6.11'de gösterilmektedir. Daha sonra, beş başlık altında gruplandırılan bu faktörlerin demografik değişkenler ile ilişkisine bakılmıştır.

Faktör Analizi Sonuçları

Katılımcıların bayramın katkılarına yönelik algılarını oluşturan boyutları belirlemek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi; gözlemlenen çok sayıdaki değişken içerisinden gruplandırılmış temel değişkenleri ya da faktörleri tanımlayarak değişken sayısını azaltma işlemidir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 275). Çalışmada açımlayıcı faktör analizi yapılmadan önce, verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığına bakılmıştır. Veri setinin faktör analizi için uygunluğunun ve örneklem yeterliliğinin test edilmesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett's küresellik testinden yararlanılmıştır. Veri seti üzerinde gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucunda KMO değeri 0.913 ve Bartlett testi p değeri 0,000 olarak belirlenmiştir. KMO katsayısının 0,50'den yüksek, Barlett testi p değerinin 0,05'ten küçük çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Field, 2013, s. 695). Böylece, elde edilen verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu saptanmıştır.

Verilerin faktör analizine uygun olduğuna karar verildikten sonra analiz uygulanmıştır. Faktör analizinde “varimax yöntemi” yoluyla ölçeğin faktör yapısı oluşturulmuş ve faktör sayısının belirlenebilmesi için faktörlerin özdeğerleri, açıkladıkları varyans yüzdeleri ve faktör yükleri incelenmiştir. Faktör analizinde Kaiser'ın, özdeğeri 1 ya da 1'den daha büyük olan faktörler kuralı temel alınmıştır (Şencan, 2005, s. 403). Bu doğrultuda özdeğeri 1'den büyük olan beş faktör belirlenmiştir. Maddelerin seçiminde 0,30'dan yüksek faktör yükü olan maddeler dikkate alınmış ve çalışmada 0,30'un altında bir değer olmadığından hiçbir madde çıkartılmamıştır (Büyüköztürk, 2002, s. 474).

Faktör analizinin son aşaması olan faktörlerin adlandırılması ise gruplanan değişkenlerin bütün olarak ifade ettikleri anlamlar ve literatürdeki kullanım dikkate alınarak yapılmıştır (Güriş ve Astar, 2014: 369). Tablo 4'te görüldüğü üzere ölçek beş faktörlü bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Faktörlerin Cronbach's Alpha güvenirlik değerleri 0,612 ve 0,661 değerleri arasında değişmektedir. Ölçeğin toplam güvenirlik katsayısı 0,913 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler ölçeğin güvenilir olduğunu (0,7 veya daha büyük) göstermektedir (Kılıç, 2016, s. 47). Bayramın Ankara turizmine katkısına ilişkin algısında ortaya çıkan varyansın %71,12'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Sosyal bilimlerde açıklanan toplam varyansın %60'tan büyük olması beklenmektedir (Nakip, 2003, s. 412). Toplam varyansın %71,12 çıkması ölçeğin geçerliliğini göstermektedir. Buna ek olarak ortaya çıkan boyutların, Kim (2012)'in çalışması ile örtüşmesi de ölçeğin yapı geçerliğine işaret etmektedir. Ölçeğe ilişkin faktörlerin özdeğerleri, açıklanan varyansları, Cronbach Alpha değerleri, ortalamaları ve faktör yükleri Tablo 6.11'de belirtilmiştir.

Tablo 6.11. *Faktör Analizi Sonuçları*

Faktör ve İfadeler	Faktör Yükleri					Ortalama	Öz Değer	Açıklanan Varyans	Cronbach Alfa
	1	2	3	4	5				
1. Sosyoekonomik Maliyetler							9,586	%31,95	0,661
27. Kamusal borçların artması	0,831					3,00			
30. Ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma meydana gelmesi	0,808					2,64			
25. Ziyaretçilerden gelen rahatsızlıkların artması (Ör. holiganlar, bozukluk ve vandalizm)	0,797					3,07			
23. Suç oranının artması	0,794					2,95			
29. Yerel halkın yaşam düzeninin bozulması	0,769					3,04			
24. Terör riskinin artması (ör. bomba tehdidi, siber vb.)	0,748					3,20			
28. Yerel halka etkinlikte öncelik verilmemesi	0,730					3,18			
26. Bölge ve yöredeki ürünlerin fiyatlarının artması	0,719					3,45			
22. Yeni tesislerin çevre kirliliğini arttırması	0,653					3,22			
<i>Faktör Ortalaması</i>						3,08			

2. Fiziksel Çevre Maliyeti						6,713	%22,37	0,630
18. Yolların kapanma ve trafiğin aksama olasılığının artması		0,859				3,73		
16. Park yeri bulma zorluğu oluşturmaları		0,854				3,80		
17. Toplu taşıma araçlarını kullanmayı zorlaştırması		0,837				3,61		
15. Trafik sıkışıklığına sebep olması		0,783				3,73		
19. Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)		0,752				3,75		
20. Hava kirliliğinin artması		0,662				3,35		
21. Gürültü kirliliğinin artması		0,607				3,38		
<i>Faktör Ortalaması</i>						3,62		
3. Kültürel Katkı						2,468	%8,22	0,615
8. Vatanseverliğin güçlendirilmesi			0,882			4,53		
7. Toplumsal birlik ve beraberlik ruhunun güçlendirilmesi			0,855			4,49		
6. Yerel halkın milli duygularının gelişmesi			0,830			4,45		
10. Toplumun aidiyet (bağlılık) duygusunu artması			0,791			4,41		
9. Toplumsal çatışmasının azalması			0,596			4,35		
<i>Faktör Ortalaması</i>						4,45		

4. Ekonomik Katkı							1,357	%4,52	0,622
1. Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)				0,842		3,92			
2. Yerel ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi (Ör. Tren,otobüs)				0,824		4,03			
4. Ekonomik koşulların iyileştirilmesi				0,669		4,20			
3. Yerel halk için iş fırsatlarının artması				0,649		4,24			
5. Yerel halkın gelirinin artması				0,603		4,20			
<i>Faktör Ortalaması</i>						4,12			
5. Sosyal Katkı							1,213	%4,04	0,612
13. Uluslararası etkinliklere ilginin artması					0,767	4,11			
14. Kaliteli eğlence fırsatı sağlaması					0,763	4,12			
11. Kültürel etkinlik sayısını arttırması					0,664	4,35			
12. Yerel kültürün korunması için teşvik sağlaması					0,596	4,30			
<i>Faktör Ortalaması</i>						4,22			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy					0,913				
Cronbach's Alpha					0,924				
Açıklanan Genel Varyans					%71,12				

Faktör dağılımı ile ilgili düzenlenen Tablo 2'ye bakıldığında; **birinci faktörün** toplam varyansın %31,95'i ile *Sosyoekonomik Maliyeti açıkladığı*; sonrasında **ikinci** sırada %22,37 ile *Fiziksel Çevre Maliyeti*; %8,22 varyans açıklaması ile *Kültürel Katkının üçüncü faktör*; yine toplam varyansın %4,52'sini açıklayan *Ekonomik Katkı dördüncü faktör* olarak ve %4,04'ü karşılayan varyans değeri ile *Sosyal Katkı* ise **beşinci faktör** olarak belirlenmiştir.

Açıklanan varyans bakımından bu Bayramın Ankara turizmine etkisini açıklayan en önemli faktörün sosyoekonomik maliyet olduğu ve bunu sırasıyla; fiziksel çevre maliyeti, kültürel katkı, ekonomik katkı ve sosyal katkının izlediği görülmektedir. Bu sonuçlar, konuyla ilgili (Kim, 2012) bir başka araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Ancak bu araştırmada, ekonomik ve sosyal maliyetler birlikte algılanarak tek bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak faktörlerin dağılımları ve önem yükleri de farklıdır. Örneğin, “topluluk görünürlüğü” faktörü önceki araştırmada birinci faktör olarak belirlenirken, burada bu boyutla ilgili sorular yeteri kadar anlaşılmadığı için bu çalışmanın pilot çalışma aşamasında çıkartılmıştır. Bayram için algılanan ikinci sıradaki faktör fiziksel çevre maliyeti iken Kim (2012)'in araştırmasında bu faktörler beşinci ve sekizinci sırada yer almıştır. Bu öncelikli faktör olma durumu, ülkemizde etkinliklerden sonra ortaya çıkan atıkların ve çevre kirliliğinin çok olmasına bağlanabilir. Yine kültürel katkı faktörü bu Bayram için önemi ve üçüncü sırada algılanırken, Kim (2012)'in araştırmasında bu faktör altıncı sıradadır. Buradaki öncelikli olma durumu ise Bayramın milli duygulara hitap etmesine ve meclis açılışına kadar ulus olarak yaşanmışlıklara atıfta bulunmasına dayandırılabilir. Ancak ekonomik katkı faktörü her iki çalışmada da dördüncü sırada olmuştur. Sosyal katkı faktörü ise önceki araştırmadan çok gerilerde beşinci faktör olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum sosyal, kültürel konuların birbiri ile yakından ilgili olmasına bağlanabilir. Sonuç olarak bu araştırma bulgularının etkinlikler ile ilgili faktörleri önemli ölçüde karşıladığı söylenebilir. Diğer etkinliklerin katkı ve maliyetlerini belirleyen bu faktörler, 23 Nisan Bayramı'nın da etkilerinin belirlenmesinde yol gösterici olmuştur. Ayrıca, dikkatli bakıldığında, Bayramın ekonomik, çevresel ve sosyal kültürel katkılarından çok maliyetlerine öncelik verilmiş olması da dikkat çekicidir. Bu duruma benzer bir sonuçta yine etkinlikler ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada katılımcılar kültürel katkı ve sosyal maliyeti en önemli faktör olarak belirlemiş, daha sonra ise ekonomik yarar ve sosyal yarar faktörünün önemli olduğu ifade edilmiştir

(Çelik, 2009, s. 111). Güney Kore’de bir mega etkinliğin etkisine ilişkin yerel halk üzerine yapılan bir çalışmada (Kim vd., 2015, s. 28) ekonomik katkıların, fiziksel ve çevresel maliyetlere oranla daha fazla etkilediği belirlenmiştir. İlgili çalışmalarda da görüldüğü gibi bu zamana kadar yapılan çalışmalarla benzer sonuçlar elde ettiği dikkat çekmektedir.

Tablo 6.12’de araştırmaya katılan katılımcıların Bayramın Ankara turizmine katkısına yönelik her bir faktöre verdikleri cevaplara ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 6.12. Faktörlerin Frekans ve Yüzde Dağılımları

Faktörler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sosyoekonomik Maliyet	71	17,4	120	29,4	111	27,1	10	8,2	95	17,9
Fiziksel Çevre Maliyeti	38	9,3	77	18,8	108	26,7	59	11,8	125	33,4
Kültürel Katkı	1	0,2	21	5,3	59	14,4	46	11,3	280	68,8
Ekonomik Katkı	13	3,2	31	7,6	94	23,1	65	16	204	50,1
Sosyal Katkı	10	2,5	24	5,9	81	19,9	47	17,4	245	54,3

Katılımcıların %29,4’ü Bayramın Ankara turizmine sosyoekonomik maliyet gösterdiğine katılmamakla beraber, %27,1’i kararsız ve toplamda (katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum) % 26,1’ i bir maliyet unsuru olduğunu ifade etmiştir. Fiziksel çevre maliyetine ise katılım toplam % 45,2’ dir. Kültürel katkı faktörüne ise en yüksek katılımlı (toplam % 80,1) cevap verilmiştir. Bu faktörü yine en yüksek katılım oranı ile ekonomik katkı (toplam % 66,1) ve sosyal katkı (% 71,7) takip etmiştir. Bu bilgiler katılımcıların büyük çoğunluğu bayramın ekonomik, kültürel ve sosyal katkısının bariz olarak olumlu yönde algıladığını gösterirken, sosyoekonomik maliyetinin de önemli olduğunu; fiziksel çevre maliyeti algısının ise önemli oranda tercih edildiğini göstermektedir.

Demografik Veriler ile 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara Turizmine Katkısına Yönelik Bulgular

Bayramın katkısının demografik özelliklere göre analizinde ilk olarak veri türünün normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğunu belirlemede ilk olarak çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Çarpıklık değerlerinin +2 ve -2 arasında olması verilerin normal dağılım gösterdiğini göstermektedir (Alpar, 2014, 152). Çalışmadaki tüm verilerin bu değerler aralığında olduğu belirlenmiştir. Normal dağılıma yönelik yapılan bir sonraki test ise Kolmogorov Smirnov Testidir. Test sonucunda ifadelerle ait verilerin istatistiksel olarak normal dağılım gösterdiği ($p > 0,05$) kabul edilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterdiğine yönelik yapılan tüm istatistiki çalışmaların sonuçları Ek 5'de gösterilmiştir. Bu doğrultuda ikili değişkenler için t testi, ikiden fazla değişkenler için ANOVA Testi yapılmıştır. Verilerin ANOVA Testine uygunluğunu kontrol etmek için varyansların homojenliği testi Levene testi ile yapılmıştır ve varyanslar homojen bulunmuştur. Tablo 4'te analizler sonucunda anlamlı farklılıklar yer almaktadır. Diğer bulgulara ise EK-6'da sunulmaktadır.

Tablo 6.13. 23 Nisan Bayramının Katkıları ile Demografik Özellikler İlişkisi

İfade	Dağılım Kriterleri	Sıklık	Ort.	St. Sapma	f-Değeri	Anlam Düzeyi (p)	Fark
Kültürel Katkı	20 ve altı(a)	5	4,4400	,60663	2,044	0,049	d > g*
	21-25(b)	51	4,4196	,66363			
	26-30(c)	75	4,5173	,70373			
	31-35(d)	66	4,7030	,54603			
	36-40(e)	62	4,4581	,80522			
	41-45(f)	45	4,3511	,84224			
	46-50(g)	46	4,2348	,94686			
	51+(h)	57	4,3474	,68923			
Sosyal Katkı	20 ve altı(a)	5	4,5500	,87321	2,229	0,031	a > f*
	21-25(b)	51	4,3382	,66675			
	26-30(c)	75	4,3233	,88032			
	31-35(d)	66	4,4091	,78769			
	36-40(e)	62	4,2823	,85589			
	41-45(f)	45	3,9111	1,10802			
	46-50(g)	46	4,0054	1,01172			
	51+(h)	57	4,1228	,71671			

* Varyansların homojenliği sağlandığından Tukey Testi sonuçları baz alınarak değerlendirme yapılmıştır. Sadece anlamlı sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 6.13’e bakıldığında, 23 Nisan Bayramının Ankara turizmine katkılarının kültürel (p=0,04) ve sosyal (p=0,03) faktörlerde ve sadece yaş değişkeninde ortaya çıktığı görülmektedir. Bakıldığında, 31-35 yaş grubu ve 46-50 yaş grubu bu Bayramın kültürel katkılarını “katılıyorum” (4.70- 4,55) düzeyinde tercih etmişlerdir. Her iki yaş grubu da Bayramın bir etkinlik olarak Ankara turizmine kültürel katkısı olduğuna inanmaktadır. Sosyal katkı da ise 20 yaş altı katılımcılar bayramın sosyal katkı sağladığı görüşüne katılırken (4,55), 41-45 yaş grubu katılımcılar ise (3,91 ortalama) kararsız kalmıştır. Bu sonuçlar, etkinlik ile ilgili yapılan daha önceki bir başka araştırmanın 46 yaş üstünün

etkinliklerin sosyal katkısına katılım oranının, 20 yaş altına göre daha yüksek (Çelik, 2009, s. 67) sonucu ile örtüşmemektedir. Bu durum, festival benzeri etkinliklerin sosyal etkilerinin 20 yaş altı katılımcılar için daha az önemli algılanmasına işaret etmektedir. Ancak Çocuk Bayramına önem verdiklerini göstermektedir.

Demografik Veriler ile 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara Turizmine Maliyetine Yönelik Bulgular

Bayramın maliyetinin demografik özelliklere göre analizinde ikili değişkenler için T testi, ikiden fazla değişkenler için ANOVA analizi yapılmıştır. Verilerin ANOVA Testine uygunluğunu kontrol etmek için varyansların homojenliği testi Levene testi ile yapılmıştır ve varyanslar homojen bulunmuştur. Tablo 5'te analizler sonucunda anlamlı farklılıklar yer almaktadır, diğer bilgilere ise EK-6'da yer verilmektedir.

Tablo 6.14. 23 Nisan Bayramının Maliyetleri ile Demografik Özellikler İlişkisi

İfade	Yaş	Sıklık	Ort.	St. Sapma	t-Değeri f-Değeri	Anlam Düzeyi (p)	Fark
<i>Fiziksel Çevre Maliyeti</i>	Evli	225	3,51	,760	-0,388	0,037	
	Bekar	182	3,75	,725			
<i>Fiziksel Çevre Maliyeti</i>	20 ve altı(a)	5	4,4400	,60663	3,328	0,002	d >h*
	21-25(b)	51	4,4196	,66363			
	26-30(c)	75	4,5173	,70373			
	31-35(d)	66	4,0584	,54603			
	36-40(e)	62	4,4581	,80522			
	41-45(f)	45	4,3511	,84224			
	46-50(g)	46	4,2348	,94686			
	51+(h)	57	3,1980	,68923			
<i>Sosyoekonomik Maliyet</i>	İlköğretim(a)	17	3,8824	,93415	6,314	0,000	a >f*
	Lise(b)	119	3,3287	1,16475			a >d*
	Ön lisans(c)	53	3,3145	1,07345			b >d*

	Lisans(d)	174	2,8206	1,05508			b > f*
	Yüksek lisans(e)	31	3,1039	1,29320			
	Doktora(f)	13	2,4615	,61838			
Sosyoekonomik Maliyet	1500 ve altı(a)	36	3,2037	1,27339	2,309	0,044	b > f*
	1501-2000(b)	16	3,5486	1,02276			
	2001-2500(c)	45	3,2963	1,16100			
	2501-3000(d)	58	3,2778	1,12741			
	3001-3500(e)	91	3,0952	1,02380			
	3501 ve üzeri(f)	161	2,8854	1,13505			

* Varyansların homojenliği sağlandığından Tukey Testi sonuçları baz alınarak değerlendirme yapılmıştır. Sadece anlamlı sonuçlara yer verilmiştir.

Tablo 6.14'te görüldüğü üzere Bayramın fiziksel çevre, sosyoekonomik maliyetleri ile demografik faktörler arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılık öncelikle fiziksel çevre maliyeti ile medeni durum ($p=0,03$) ve yaş değişkeni ($p=0,00$) arasındadır. Bu kapsamda medeni durum değişkeninde bekar katılımcıların bayramın fiziksel çevre maliyeti ile ilgili düşüncesi 3,75 ve evli katılımcıların ise 3,51 ortalama ile kararsız olarak belirlenmiştir. Bekar katılımcıların katılım oranı biraz daha yüksek olmakla beraber ortalamaları benzer düzeydedir. Yaş değişkeninde de yapılan analiz sonucunda 31-35 yaş grubu ve 51+ yaş grubu arasında anlamlı bir farklılık yaşandığı tespit edilmiştir. Bayramın fiziksel çevre maliyetini 31-35 yaş grubu 4,05 ortalama ile “katılıyorum” derken, 51+ yaş grubu 3,19 ortalama ile “kararsız” kalmıştır. Bu sonuç, orta yaş sınıfının fiziksel çevre hassasiyetinin ileri yaş grubuna göre daha yüksek olmasına bağlanabilir.

Anlamlı farklılık çıkan bir diğer faktör de sosyoekonomik maliyettir. Sosyoekonomik maliyetler konusunda eğitim ($p=0,00$) ve gelir ($p=0,04$) durumu değişkeninde anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda ilk olarak eğitim durumu

ile ilgili yapılan analize bakıldığında, bayramın sosyoekonomik maliyetine ilköğretim ve lise mezunlarının, lisans ve doktora mezunlarından daha çok katıldığı tespit edilmiştir. Ortalamalarına bakıldığında ilköğretim mezunu katılımcılar 3,88 ortalama ile lise mezunu katılımcılar da 3,32 ortalama ile “kararsız” kalmışlardır. Ancak lisans mezunu (2,82 ortalama) ve doktora mezunu katılımcıların (2,46 ortalama) bu bayramın sosyoekonomik maliyeti olduğu görüşüne katılmadıkları yolunda bulgulara ulaşılmıştır.

Bayramın maliyetleri ile iki farklı gelir durumu değişkeni arasında (1501-2000 TL arası geliri olanlar ile 3501 TL ve üzeri geliri olanlar) anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. 1501-2000 TL arası geliri olan katılımcılar 3,54 ortalamaları ile sosyal ve ekonomik maliyeti konusunda “kararsız” kalırken, 3501 TL ve üzeri geliri olan katılımcılar 2,88 ortalama ile bayramın sosyoekonomik maliyetine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara dayanarak, daha az kazanan esnaf ya da katılımcı grubunun bu etkinliklerin maliyetlerinden daha çok etkilendikleri, ancak gelir miktarı arttıkça sosyoekonomik olumsuz etkilere daha toleranslı bakıldığı söylenebilir. Bu sonuçlar “refah düzeyi arttıkça etkinlikleri destekleme oranı artar” diyen bir başka (Bayram vd., 2017, s. 93) araştırma sonucunu da desteklemektedir.

6.3.5.2. Nitel bulgular

Araştırmanın nitel verilerinin sunulduğu bu bölümünde pandemi sonrası anket sonuna eklenen açık uçlu soruya verilen cevaplar analiz edilmiş ve bulguları raporlanmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan kodlara, katılımcı sıklıklarına ve temalara Tablo 6.15’te yer verilmiştir.

Tablo 6.15. Açık uçlu soruya verilen cevaplar

Soru	Kodlar	Katılımcılar	Sıklık	Tema
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının Covid-19 virüs pandemisi nedeniyle kutlanamamış olmasının Ankara turizmine etkisi nasıl olmuştur?	1.Kutlamaların aksaması	(BÇ1, ÖT1, ÖT4, ÖT7, ÖT9, ÖC8, ÖC11, TRT2, TRT15, TBÇ8, ES3, ES4)	12	Covid 19 Pandemisi
	2.100.yıl telafisi	(ÖT2, ÖT3, ÖT16, ÖT18, TBÇ9, TBÇ15, TRT6, BÇ3, ES4)	9	
	3.Pandemi	(ÖT3, TBÇ6, BÇ1, BÇ4, BÇ6, ÖC10)	6	
	4. Sanal kutlama	(ÖT1, ÖT7, ÖT18, TBÇ6, TBÇ15, ÖC11, ES4).	7	
	1.Turistik etkinlik	(TBÇ4, TBÇ5, TBÇ10, TBÇ11, BÇ5)	5	Turizm ve Tanıtım
	2.Bayram	(TBÇ15, ÖC3, TBÇ12, ÖT4)	4	
	3.Tanıtım	(TBÇ1, TBÇ10)	2	
	4.Turist	(TBÇ5, BÇ1, BÇ4, BÇ5, ÖT9, ÖC11, TRT2,	12	

		ÖC3, ÖC4, ÖC8, ES2, ES3)		
	1. Ekonomik sıkıntılar	(TBÇ1, TBÇ5, TBÇ10, BÇ2, ÖT13, ÖT14, ÖT15, ÖC5, ÖC6, ÖC10, ÖC11, TRT1, TRT2, TRT4, TRT5, TRT10, TRT11, TRT12)	18	Ekonomik Etkiler
	2. İşletmelerin kapanması	(TBÇ6, BÇ1, BÇ4, BÇ6, ÖC10)	5	
	3. Ziyaretçi olmayışı	(ES2, ES3, TBÇ5, BÇ1)	4	
	4. Zarar etmek	(TBÇ5, ÖC11, TRT4, TRT5, ES1, ES2, ES4)	7	
	5. Vergi Borçları	(ES3, ES4)	2	
	1. Milli birlik ve beraberlik	(TRT3, TRT13, TRT14, ÖT5, ÖT12, TBÇ4, TBÇ15)	7	Sosyal ve Kültürel Etkiler
	2. Sosyalleşmeme	(TBÇ7, TRT7, ES1)	3	
	3. Kültürel etkileşimsizlik	(TBÇ3, TBÇ4, TBÇ11, TBÇ13, ES2, BÇ3, ÖC9)	7	
		(ÖT7, ÖC3)	2	

	4.Heyecan eksikliği			
	1.TRT Televizyonu	(ÖT7, ÖC1, ÖC2, ÖC9)	4	Etkinlikler
	2.TV ya da sosyal medyada şarkı söylemek	(TBÇ14, ÖT8, ÖT11, ÖT17, ÖT19, ÖC7, TRT9, TRT15, ES4)	9	
	3.Bayrak süslemeleri	(TBÇ14, ÖT17, TRT9, ÖT11)	4	
	4.Sanal Yarışmalar	(ÖC6, ÖC10)	2	
	5.Sanal Konserler	(ÖT5, ÖT9, ES1, TBÇ5)	4	

Yapılan içerik analizi ve uzman görüşleri sonucunda beş tema ortaya çıkmıştır. Oluşan bu temalar; Covid 19 pandemisi, turizm ve tanıtım, ekonomik etkiler, sosyal ve kültürel etkiler ve etkinlikler olarak belirlenmiştir. Nicel araştırma bulgularının yorumlanmasına destek olan bu temalara ilişkin açıklamalar detaylı olarak alt başlıklar halinde verilmiştir.

Tema 1: Covid 19 Pandemisi

Açık uçlu soruya verilen cevapta sıklıkla dile getirilen kavram, pandemi (6 katılımcı) olmuştur. Çünkü pandemiye yaşanan sokağa çıkma ve seyahat kısıtlamaları son iki yıl içinde 23 Nisan çocuk Bayramı tarihlerini de kapsamakta ve kutlamaları da etkilemiştir. Özellikle otel rezervasyonları, uçuşlar, festivaller ve etkinliklerin iptal edilmesi bu nedenle bayramın ekonomik ve sosyal katkılarını azaltırken, maliyetlerini artırıcı yönde olacağına dair kaygıların dillenmesine neden olmuştur.

ÖT2; ‘Bayram coşkusunu caddelerde, sokaklarda, okullarda kutlayamamak toplumumuzu oldukça üzmüştür.’

ÖC11; ‘Pandemi yüzünden evden çıkamaz olduk. Bir yandan hasta olmaktan korkuyoruz bir yandan evde bunaldık. Bayramın böyle bir günde es geçilmemesi çok güzeldi. Çocuklar televizyonda veya sosyal medyalarda olsa da yine gösterilerini yapabilmıştır.’

Türkiye’de *Hayat Eve Sığar* kampanyası ile yürütülen kutlamalar eskisi gibi heyecan yaratmamış ve katılımcıların Bayram ile birlikte bu pandeminin de hayata dair getirdiği zorlukları aktarmalarına yol açmıştır (12 katılımcı).

ES4; ‘Atatürk’ün bizlere çocuklarına armağan ettiği bu bayramı evde kutlamak çok üzücüydü. Biz Cumhuriyet çocukları olarak ellerimizle bayraklarla balkonlarda kutlamak zorunda kaldık. Pandemi nedeniyle evlerimizden çıkamaz olduk. Bu güzel günde Atanın yanına bile gidemedik inşallah bir an önce biter bu salgın.’

Katılımcılar özellikle 2020 yılında 100.yılı kutlanan Çocuk Bayramının pandemiden sonra telafisinin mutlaka yapılması gerektiğini de belirtmiştir (9 katılımcı).

ÖT3; ‘Bir halk oyunları antrenörü olarak sağlık açısından olumlu olsa da çocuklar hazırlanmış oldukları etkinliklerden maruz kalmış oldular bu durum onları olumsuz etkiledi virüs kontrol altına alındığı zaman bu durumun telafisinin olması gerektiğini düşünüyorum.’

BÇ6; ‘Herşeye çok etkisi olmuştur ama önemli olan sağlık diğer her şey zamanla hallolur. Sağlığımız yerinde olsun başka bir şey istemeyiz.’

Vaka sayılarının giderek artması ve turizm sezonu öncesi kritik durumu hafifletmek için 2021 yılında tüm şehirlerde tam kapanma uygulamalarına halen devam edilmektedir.

Tema 2: Turizm ve Tanıtım

Turizm ve tanıtım teması ile ilgili olarak bu Bayram ile Ankara’ya gelen turist sayısı ve turizm gelirleri sıklıkla dile getirilmiştir. Literatür de yer alan, ‘*etkinlikler sayesinde destinasyonlar çok sayıda ziyaretçi çekebilmekte ve gelen ziyaretçilerin harcama yapmalarını sağlayabilecek kapasiteye sahip olabilmektedir*’ bilgisi 23 Nisan Bayramı etkinliklerinin Ankara’ya da önemli bir ziyaretçi akımı sağladığını ve bir destinasyon haline gelmesinde ve şehrin tanınırlığında önemli olduğunu göstermektedir. Yine bu tema çerçevesinde bu etkinliğin, Ankara’ya olan çeşitli ekonomik ve kültürel faydalarından da bahsedilmektedir. Özellikle bu dönemde şehirde yaşanan şenlik havasından özlemle bahsedilmektedir. Katılımcılar, geçmişte bu dönemde şehre olan ilginin çok fazla olduğunu, adeta bir canlanma yaşandığını şehrin her ortamda bu

hareketlilikten yararlandığını, uluslararası ziyaretlerin olduğunu, başka illerden çok sayıda öğrenci ve ziyaretçinin geldiğini ifade etmişlerdir (5 katılımcı).

TBÇ10; ‘Bayram kutlamaları dünya çocuklarının ülkemize gelmesini sağlamaktadır. Bu durumda ülkemizin tanıtımını sağlıyordu. Ülkemizde bir hareketlilik renkli görüntüler kalabalıklar oluyordu. Bu günlerden 2 senedir mahrum kalıyoruz.’

ÖC11; ‘Ülke dışından gelecek olan ziyaretçiler pandemi dolayısıyla gelememiştir. Bu durum turizmi çok fazla etkilemiştir.’

Sonrasında ise pandemi dönemindeki bayram kutlamalarında bu kalabalık, coşkulu şenlik havasının kalmadığı (4 katılımcı) Ankara’nın dünya çocukları ve ülkemizin çocuk gelişlerinden mahrum kaldığını, bunun da başta turizm olmak üzere birçok alanı olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir (12 Katılımcı). Bazı katılımcılar konuyu doğrudan turizm ile ilgilendirerek, yabancı ziyaretçilerin ve çocukların gelememesinin ülkemiz ve Ankara için önemli bir tanıtım (2) eksikliği olduğunu ifade etmişlerdir.

TBÇ11; ‘Özellikle kültür turizmi bakımından olumsuz etkilediğini düşünmekteyim.’

ÖC3; ‘Yerli yabancı turist ve turizm açısından eksikliği hissedilmiştir.’

TBÇ12; ‘Her sene yapılan turistik etkinliklerin yapılamaması ile birlikte yüzüncü yılı olmasının şerefine başka bir tarihte muhakkak telafi kutlamalarının yapılması gerekliliğini ve mümkün oldukça da coşkulu ve de eğlenceli bir şekilde kutlanmaya devamının sağlanmasının mecburi bir vatan borcu bilinmesi gerektiğini düşünmekteyim.’

Temaları oluşturan kritik konulara bakıldığında, aslında Ankara turizmi ve 23 Nisan Çocuk ve Egemenlik Bayramının yerel halk bağlamında birbiri ile ilişkili olarak algılandığı, bu kapsamda yapılan etkinliklerin aynı zamanda bir turistik ve tanıtım faaliyeti olarak kabul gördüğü söylenebilir.

Tema 3: Ekonomik Etkiler

Bu temada katılımcı görüşleri Bayramın ekonomik yönünde yoğunlaşmaktadır. Etkinliklerin yöreye sağladığı ekonomik katkılar düşünüldüğünde, bu bayram ile ekonomik bağlantının Ankara bağlamında ortaya çıktığı söylenebilir. Daha önceki yıllarda Şenliklerin yapıldığı, Kızılay Meydanı, Ulus, TBMM ve Anıt Kabir civarındaki esnafın çok iyi kazandığı, otellerin ve kafelerin dolu olduğu belirtilmiştir.

BÇ1; ‘İlk TBMM binasının ve Anıtkabir’in ziyaret edilme oranını çok azaltmıştır. Bu nedenle şehir dışından gelen turist sayısı azalmıştır. Oteller, lokantalar, cafeler, ulaşım vs ile ilgili gelirler azalmıştır.’

BÇ4; ‘Her yıl kutlamalara ev sahipliği yapan Ankara, gelen kişilerin konaklama yeme -içme alışveriş Bayraklar, oyuncaklar vs. gibi gelirlerinden yoksun kalmıştır. Buda maddi olarak eksi olmuştur.’

Ancak son iki yıldır ertelenen ve televizyonlardan kutlanan bu etkinliğin, tüm katılımcılarda derin ekonomik sıkıntılara (18 katılımcı) neden olduğu, bu dönemdeki kapatma uygulamalarının (5 katılımcı) yerel halkı mağdur ettiğini, işten çıkarmaların arttığı (4 katılımcı), tüm işletmelerin ekonomik sıkıntı yaşadığı ifade edilmiştir.

TBÇ5; ‘Önce ki yıllarda her il ve ilçelerden olan katılımların hatta dünya genelinde olan katılımların bu sene ki Covid-19 sebebi ile olmamasının büyük ölçekte ekonomik etkisi olmuştur.’

Bu görüşlerin yanı sıra kimi esnaf yaşanan bu kapanma sonucunda işletmelerini kapatmak zorunda kaldıklarından ve çok zarar ettiklerinden (7 katılımcı) bahsederken, kimi esnafta vergi borçlarından bahsetmiştir.

ES4; ‘Bu virüs her şeye zarar verdi. Dükkanlarımızı kapatmak zorunda kaldık, satışlar durdu. Elektrik, su, vergi borçları aldı başını gitti.’

TBÇ5; ‘Bu dönemde zarar etmeyen tek sektörün sağlık olduğunu düşünüyorum. Onun dışındaki her sektörü bence kötü etkiledi. Hepimiz ekonomik olarak sıkıntı yaşıyoruz. Ülkemize turistler gelememiş, gerekli etkinlikler yapılamamış ve bunun sonucunda da pek çok işletme zarar etmiştir.’

Bayramın kutlanmaması sonucunda ortaya çıkan ekonomik etkilere bakıldığında katılımcıların çoğu ekonomik sıkıntılardan, istihdam sağlanamamasından, zarar ettiklerinden ve vergi borçlarından bahsettikleri görülmektedir. Bu ifadeler ekonomik maliyet olarak görülmektedir. Ancak literatür de yer alan etkinliklerin yapıldığı zaman ortaya çıkan ekonomik maliyetlerden farklı olduğu dikkat çekmektedir. Etkinlikler yapıldığında ortaya çıkan ekonomik maliyetler genel olarak ürünlerde fiyat artışı yaşanması, yerel halka yüklenen alt yapı maliyetleri vb. şeklindedir. Ortaya çıkan bu ekonomik etki kodlarının daha çok etkinlikler yapıldığı zaman ortaya çıkan ekonomik katkılardaki ifadeler ile örtüştüğü görülmektedir. Bu katkılara örnek olarak, gelen ziyaretçilerin harcama yapması ve istihdam sağlaması verilebilir.

Tema 4: Sosyal ve Kültürel Etkiler

Katılımcılar Bayramın sosyal ve kültürel etkisi olduğunu düşünmektedir. Kutlandığı zaman bayrama pek çok dünya çocuklarının geldiğini bu sayede onların kültürlerini tanıma ve kendi kültürümüzü tanıtmaya şansı yaşadığımızı belirtmişlerdir. Ancak yaşanan bu sınır kapamaları sonucunda dünya çocukları ülkemize gelememiş ve etkinlikler iptal edilmiştir. Bu duruma bağlı olarak da kültürel etkileşimin (7 katılımcı) yaşanmadığını ifade etmişlerdir.

TBÇ3; ‘Kültürel anlamda olumsuz etkilenmiştir. Her sene ülkemize dünya çocukları gelir Türk ailelerinin yanında kalırlardı. Birbirimize kültürümüzü gösterme şansımız olurdu. Çocukların bundan mahrum kalması çok üzücü... Ben küçükken bu duyguyu yaşamışım. 23 Nisan için bizim evimizde bir Sırp öğrenci kalmıştı. Onunla hala görüşürüz. Çok güzel bir duygu oluyor bunu bence her çocuk yaşamalı.’

TBÇ13; ‘Her şeyden önemlisi halkın kültürel bir gelenekten uzak kalması gündeme gelmiştir. Özellikle 100.yılı olması sebebiyle böylesi önemli bir değerimizi evden kutlamaya çalışmak çok üzücüydü.’

Aynı şekilde bayramın yerel halkı dayanışma, birlik ve beraberlik duyguları (7 katılımcı) anlamında da beslediğini ifade etmişlerdir. Pandemi insanların bu duygulardan yoksun kalmasına neden olmuştur. Bu duygunun yanısıra bayramın kutlandığı zamanlardaki hissedilen heyecan duygusunun yoksunluğuna (2 katılımcı) da değinmişlerdir.

TRT3; ‘Olumsuz bir etkisi olmuştur. Balkondan da olsa yine birlik ve beraberlik duygusu yaşatılmaya çalışıldı ama kesinlikle hissedemedim. Evlerimizi süsleyip çocukları eğlendirmeye çalıştık ama gösteriler ile kutladığımız günlerde hissettiğimiz o duygunun yanına bile yaklaşamadı. Umarım bir an önce her şey normale döner.’

ÖT12; ‘Uzaktan da olsa çocuklarımıza yine de birlik ve beraberliği yaşatmaya çalıştık. Ama kesinlikle gerçek kutlamalardaki gibi olmadı. Aynı heyecanı yaşayamadık. Aynı duyguları hissedemedik.’

Bu etkilerin dışında bazı katılımcılar da etkinliklerin on-line ortama taşınması sonucunda yeterince sosyalleşemediklerini (3 katılımcı) ifade etmişlerdir. On-line etkinliklerin yüz yüze toplu bir şekilde yapılan etkinliklerin tadını vermediğini belirtmişlerdir.

TBÇ7; ‘Bu pandemi yüzünden ne arkadaşlarımızla görüşebiliyoruz ne ailemizle görüşebiliyoruz. Her şeyi internetten yapar olduk. Etkinlikler internetten yapılıyor. Sevdiklerimizi internetten görebiliyoruz. Hiçbir şey yüz yüze yapıldığı zamanlardaki tadı vermiyor.’

Katılımcıların ifadelerine bakıldığında, Bayramın insanların sosyalleşmesini ve kültürel etkileşim yaşamasını sağladığı yönündeki ifadeler dikkat çekmektedir. Buna ek olarak insanların önceki yıllarda bayram kutlamalarını heyecan ve coşku ile yaptıkları görülmektedir. Bu durum literatürde yer alan etkinliklerin yerel halkın sosyalleşmesini sağladığı ve kültürel deneyimlerini arttırdığı yönündeki görüşler ile örtüşmektedir.

Tema 5: Etkinlikler

Bu temada katılımcıların pandemi sonucunda 23 Nisan Bayramı kapsamında yapılan etkinliklerdeki değişimlere dikkat çektiği görülmektedir. Son iki yıldan bu yana sadece sanal olarak yapılan kutlamalarda TRT ve diğer televizyon kanallarındaki programlar ve evlerdeki balkonlardaki kutlamaların farklı bir etkinlik olduğundan bahsetmişlerdir (4 katılımcı). Çocukların videolarını yayınlaması, bazı sosyal medya hesaplarında oluşturulan etiketler (9 katılımcı) çok gerçek hissi vermemekle beraber az da olsa Bayram havası estirmiştir.

ÖC2; ‘TRT’de gün boyu çocukların videoları paylaşıldı. Yine bir şekilde kutlamaları sağlanmış oldu.’

ÖT8; ‘Sosyal medyada #evde23nisan etiketi ile aileler çocukların şarkı söyledikleri dans ettikleri videoları yüklemiş evde de olsa yine bir şekilde çocuklarına bugünü kutlatmaya çalışmıştır. Bu zor günlerde bu şekilde yine kutlanmaya çalışılarak ne kadar önemli bir gün olduğunu bir kez daha göstermiştir.’

Bunlara ek olarak aileler de çocuklarına bayram havasını ve coşkusunu hissettirmek için evlerini bayraklar ile süslemişlerdir (4 katılımcı). Bunun dışında da sanal yarışmalar (2 katılımcı) ve sanal konserler (4 katılımcı) gibi on-line etkinlikler yapılmıştır.

TBÇ14; ‘Kızımın bugünün eksikliğini hissetmemesi için evi bayraklar ile süsledik. Hazırlamış olduğu gösteriyi bizlere yapmasını sağladık. Akşamda balkonda alkış yaptık. Çok farklı ve halkın sahiplendiğini gösteren bir durum olmuştu çok güzeldi.’

ÖC6; ‘Bugünü yüz yüze kalabalık içinde kutlamak daha güzel olabilirdi ama yine de çocuklar için sosyal medya üzerinde konserler verildi resim yarışmaları düzenlendi. Onların bugünü boş geçirmemesi sağlandı.’

Görüldüğü gibi pandemi öncesinde etkinler; dünya çocuklarının ülkemize gelerek dans gösterileri yapması, Türk ailelerinin evlerinde kalarak kültürel etkileşim sağlaması, ülkemizdeki tüm çocuklar bugüne özel gösteriler hazırlaması, şiirler okunması, şarkılar söylenmesi, Ankara'daki simge yerlere ziyaretler düzenlenmesi şeklinde yapılırken, pandemi döneminde bu etkinlikler on-line (çevrim içi) ortamlarda yapılmaya başlanmıştır. Katılımcılar, Ankara ve Türkiye için önemli ekonomik ve kültürel sonuçları olan bu Bayramın on-line ortamda kutlanmasının yarattığı bazı olumsuz sonuçlardan bahsederken; sadece 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının sanal olarak kutlanmasına gösterilen özenden dolayı memnuniyetlerine de belirtmişlerdir.



7. TARTIŞMA

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara turizmine katkısının incelenmesi amacıyla yürütülen bu çalışmaya başlandığı dönemde Covid-19 salgını henüz tüm dünyada hissedilir boyutlarda değildi. Bu nedenle çalışma, nicel olarak tasarlanmış ve verilerin toplanması için bir anket soru formu hazırlanmıştı. Ancak pilot araştırma verileri toplanırken pandemi sıkıntısının Türkiye'de de hissedilmeye başlaması nedeniyle, pilot araştırma sonunda gelen öneriler doğrultusunda anket formuna bir adet açık uçlu soru eklenmiştir. Açık uçlu soru ile son iki senedir (2020) gerçek aktiviteler ile kutlanamayan bu Bayramın yansımalarının değerlendirilmesi de hedeflenmiştir.

Öncelikle nicel verilerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu doğrultu da katılımcıların Bayramın gerçek törenlerle kutlandığı zamanki katkı ve maliyetleri ile ilgili olarak algıladıkları toplam beş boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; *sosyoekonomik maliyet*, *fiziksel çevre maliyeti*, *kültürel katkı*, *ekonomik katkı* ve *sosyal katkı*dır. Bu faktörlerin ortalamalarına bakıldığında katılımcıların Bayramın maliyeti ile ilgili konularda daha düşük tercih puanında bulundukları ve genellikle kararsız kaldıkları, buna bağlı olarak da orijinal çalışmada ayrı bir faktör olarak ortaya çıkan ekonomik maliyet ve sosyal maliyet boyutlarının bu çalışmada tek bir faktör altında toplandığı dikkat çekmektedir. Katılımcılar her iki bağlamdaki maliyet ifadelerini tek bir faktör olarak algılamışlar, birbirinden ayrı olan sosyal ve ekonomik maliyetlerinin ayırımına gitmemişlerdir. Bu durumun, Bayramın pandemi öncesi gerçek törenlerle kutlandığı zamana yönelik algılarda ortaya çıkması, pandemenin henüz katılımcılarda olumsuz bir algı yaratmadığına bağlanabilir. Bu boyut altında ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma yaşanması, suç oranını arttırması, kamusal borçların artması ve ürünlerin fiyatlarının artması gibi bazı olumsuz görüşler yer almaktadır. Alanyazında da sosyoekonomik maliyetler ile ilgili benzer görüşlere rastlanmaktadır (Ap, 1990, s. 612; Kim vd., 2006, s. 92; Byeon vd. 2009, s. 67; Akmeşe, 2018, s. 73). İkinci en yüksek varyansa sahip maliyet, fiziksel çevre maliyetidir. Bu boyut kapsamında yolların kapanması, trafik sıkışıklığının yaşanması, park yeri bulmada sıkıntı yaşanması, çevreye atılan çeşitli atıklar, hava kirliliği ve gürültü kirliliği yer almaktadır. Bazı araştırmalarda trafik sıkışıklığı ve yolların kapanması sosyal maliyet boyutu altında yer alırken (Delamere, 1998, s. 61; Çelik, 2009, s. 111; Sert, 2013, s. 64), bazı araştırmalarda ise fiziksel çevre maliyeti boyutu altında yer almaktadır (Ap, 1990, s. 612; Chen, 2011, s. 118; Prayag vd. 2013, s. 635).

Araştırmada katılımcıların Bayramın katkıları ile ilgili en yüksek düzeyde tercihte bulundukları faktör, kültürel katkı boyutu olmuştur. Kültürel katkı boyutunda vatanseverliğin güçlendirildiği, birlik ve beraberlik duygusunun güçlendirildiği ve toplumun aidiyet duygusunu arttırdığı belirtilmektedir. Bu sonuçlar benzer araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir (Besculides vd., 2002, s. 306; Türker ve Türker, 2014, s. 86; Ersoy, 2017, s. 85). Ancak, Besculides vd. (2002)'nin yapmış olduğu araştırmada kültürel katkı boyutuna katılım düzeyi, bu araştırmada olduğu gibi yüksek düzeyde olmamış, katılımcılar kültürel katkı konusunda kararsız kalmıştır. Bu çalışmadaki ikinci önemli faktör ekonomik katkıdır. Katılımcılar, bayramın yerel ekonomiyi canlandırdığı, bayram süresince yerel işletmelere ekonomik hareketlilik getirdiği ve yerel halk için daha çok iş fırsatı yarattığı yönünden ekonomik olarak olumlu algıladıkları belirlenmiştir. Bu durum daha önceki birçok araştırma sonucunda da “bölgelerin festivaller aracılığıyla ekonomik kazançları artırdığı” şeklinde sık sık ortaya çıkmıştır (Felsenstein ve Fleischer, 2003, s. 390; Çelik, 2009, s. 111; Chen, 2011, s. 120; Kim ve Petrick, 2015, s. 31). Katılımcılar, daha önceki bazı araştırmalarda görüldüğü gibi (Prayag vd., 2013, s. 635; Sert, 2013, s. 61) bu Bayramın da uluslararası etkinliklere olan ilgiyi ve sayıyı arttırdığı, eğlence fırsatı ve aile ile vakit geçirme imkanı sağladığı gibi bazı sosyal katkıları olduğunu ifade etmişlerdir (Gursoy vd., 2004, s. 175; Kim ve Uysal, 2008, s. 167; Çelik, 2009, s. 111; Ekin, 2011, s. 91).

Nicel değerlendirmeler sonunda, Bu bayramın bir turizm etkinliği olarak algılandığı ve katkıları kadar, maliyetlerinin de olduğu yolunda bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular önemli ölçüde önceki araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir. Ancak bu bayramın maliyeti boyutunda *sosyoekonomik* boyut gibi farklı bir boyut elde edilmiştir. Bu durum, Bayramın ekonomik yönden maliyetlerinin sosyal maliyet algısını da kapsayacak şekilde gerçekleşmesine bağlanabilir.

Katılımcıların açık uçlu soruya verdikleri cevapların içerik analizi sonucunda, farklı temalara ulaşılmıştır. En ağırlıklı ortaya çıkan tema “covid 19 pandemi” olarak belirlenmiştir. “pandemi yüzünden kutlamaların aksaması”, “100.yılıının telafisinin yapılması” yönünden istekler, *covid 19 pandemisi*'nin her alanda olduğu gibi bu Bayramın kutlanmasında da başat bir algı olduğuna işaret etmektedir. Pandeminin, yaşanan kapanmalar ve yasaklamalar sonucunda dünya çocukları ve turistlerin ülkemize gelemediğinden, buna bağlı olarak da ülke turizmini ve tanıtımının olumsuz

etkilendiğinden sık sık bahsetmişlerdir. Dolayısıyla, burada nicel bulgularda olmayan *turizm ve tanıtım* teması ortaya çıkmıştır. Covid 19 pandemisine bağlı olarak ortaya çıkan bir diğer farklı tema da *etkinlik* temasıdır. Yaşanan bu süreçte pandemi etkinliklerin seyrini değiştirmiş, etkinlikler artık tamamen sanal ortamda yapılmaya başlanmıştır. Bu Bayramın da boş geçilmemesinin mutlu ettiği, ancak gerçek törenler ile kutlandığı zamanki duyguyu yaşatmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca, nitel değerlendirmelerde, nicel sonuçlarla örtüşen *ekonomik etkiler* ile *sosyal ve kültürel etkilere* de yer verilmiştir. Katılımcılar, yaşanan bu pandemi sonucunda çok fazla ekonomik sıkıntı yaşadıklarını, ziyaretçilerin azaldığını, işten çıkarmaların arttığını, vergi borçlarının biriktiğini ve zarar ettiklerini ifade etmişlerdir. Bunlara ek olarak bu dönemde etkinliklerin sanal ortamda kutlanmaya başlanmasının milli birlik ve beraberlik duygusunu hissettirme konusunda yetersiz kaldığını ve eski heyecanı hissedemediklerini de belirtmişlerdir. Eski kutlamalarda ülkemize gelen dünya çocukları ve turistler sayesinde kültürel etkileşim sağlandığı ancak bu dönemde bundan da yoksun kaldıklarına değinmişlerdir.

Bakıldığında, katılımcıların alanyazında yer alan etkinlik katkı ve maliyetlerini bu Bayram için de önemsedikleri görülmektedir. Bulguların pandemi öncesi ve sonrası görüşlerini yansıtmaları ve özellikle açık uçlu sorunun pandemi dönemine ait görüşleri doğrudan temsil etmesi nedeniyle elde edilen bulgular, bu Bayramla ilgili genel bir algı sunması bakımından dikkate değerdir. Katılımcılar bir etkinlik olarak bu Bayramın, Ankara iline olan katkı ve maliyetlerinin neler olduğuna işaret etmişlerdir. Bu öncelikler, Bayramın bir turistik etkinlik olarak görülmesi bakımından önemlidir. Özellikle, nitel verilerdeki tema ağırlıklarının, nicel bulgulardaki faktörler ile benzerlik göstermesi bu durumu daha net olarak ortaya koymaktadır. Her iki dönemde de katılımcılar, bu etkinle ilgili olarak benzer konulara gönderme yapmışlardır. Sadece “pandemi”, “turizm ve tanıtım” ve “etkinlikler” şeklinde ortaya çıkan üç tema nicel bulgulardan farklıdır. Bu temalar ise bu dönemdeki algıların öncekilerden hangi noktada farklılaştığına işaret etmektedir. Şöyle ki, pandemi, Ankara turizmi ve tanıtımını olumsuz olarak etkilemiş; sosyal ve ekonomik maliyetlerin algısında artışa neden olmuştur.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Etkinlikler, bir yöre ya da bölgenin turistik tanınmasında, tutundurulmasında, sezonluk olma probleminin çözümünde, bir ekonomik ve sosyal değerin veya yörenin imajının yaratılmasında önemlidir. Günümüzde ulusal ve uluslararası olarak gerçekleştirilen etkinlikler turistik hareketliliğe yol açmaktadır. Bu hareketlilik ise yörenin ekonomik ve sosyal yönden gelişmesine katkı sağlamaktadır. Ancak etkinliklerin yöreye sağladıkları katkılarının yanısıra yöreye getirdikleri maliyetleri de söz konusudur. Araştırmada Türkiye de 100 yıldır ulusal, 42 yıldır uluslararası düzeyde kutlanan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın Ankara turizmine yönelik katkılarının ve maliyetlerinin etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu temel amaca bağlı olarak bu etkilerin fiziksel, sosyoekonomik, sosyal, kültürel ve ekonomik çevre bağlamında ortaya çıkan etkilerinin belirlenmesine de çalışılmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü dönemde Covid-19 Pandemisinin başlaması nedeniyle, Bayramın sanal olarak kutlanmasının getirdiği maliyetler de saptanmıştır.

Bayramın gerçek törenlerle kutlandığı dönemlere ait bulgular ağırlıklı olarak, anket soru formu ve beş temel boyutta toplanmıştır. Anket soru formu belirlenen 562 katılımcıya gönderilmiş ancak 407 katılımcıdan geri dönüş olmuştur. Demografik bulgular; katılımcıların kadın/erkek ve evli/bekar dağılımının birbirine yakın değerlerde olduğu, 26-40 arası yaş diliminde yoğunlaştığı, çoğunluğun lisans mezunu olduğu, 3501 TL ve üzeri gelir grubunda olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlar, Bayramın turistik etkinlikleri ile ilgili örneklemin cinsiyet bazında eşit dağılım gösterdiği, yüksek eğitim diliminde olduğu, yetişkin grupta yer aldığı ve asgari ücretin üzerinde bir gelir grubunda olduğuna işaret etmektedir.

Araştırmada, Bayramın Ankara turizmine etkisinin hangi faktörler bazında gerçekleştiği yolunda önemli bulgulara da ulaşılmıştır. Bayramın Ankara turizmine etkisini açıklayan en önemli faktörün sosyoekonomik maliyet olduğu ve bunu sırasıyla fiziksel çevre maliyeti, kültürel katkı, ekonomik katkı ve sosyal katkının takip ettiği belirlenmiştir. Elde edilen faktörler Kim (2012)'in çalışması ile ekonomik ve sosyal maliyetlerin tek bir faktör altında toplanması dışında benzerdir. Bunun nedeni, Bayramın son dönemlerdeki ekonomik maliyetinin, sosyal maliyeti düşündürmeyecek kadar yoğun olumsuz algılanmasına bağlanabilir.

Araştırmada, belirlenen bu faktörlerin demografik durumla ilişkisine de bakılmıştır. Bayramın etkisinin yaş, eğitim ve gelir durumuna göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda sosyal katkı algısının en yüksek olduğu yaş aralığının 20 yaş altı katılımcılar olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç etkinlikler ile ilgili yapılan diğer çalışmalardan farklıdır. Burada 20 yaş altı katılımcılar Çocuk Bayramının sosyal katkısının önemli olduğuna yönelik tercihte bulunmuşlardır. Fiziksel çevre maliyeti algısının en yüksek olduğu yaş aralığı ise 31-35 yaş grubu katılımcılardadır. Bu sonuç orta yaş grubun fiziksel çevre hassasiyetinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer yandan, yapılmış diğer araştırmalardaki bulgulara benzer olarak bu araştırmada da eğitim ve gelir durumu arttıkça Bayramın oluşturduğu sosyoekonomik maliyetlere daha toleranslı yaklaşıldığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın üçüncü aşamasında Covid-19 ile ilgili doğrudan bilgi almaya yönelik açık uçlu soruya yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Bu aşamada içerik analizi yapılmış ve 22 kod, beş tema elde edilmiştir. Bu temalar; Covid 19 pandemisi, turizm ve tanıtım, ekonomik etkiler, sosyal ve kültürel etkiler ve etkinlikler olarak belirlenmiştir. Bakıldığında temalar ile nicel analiz sonucunda ortaya çıkan faktörler önemli ölçüde örtüşmektedir. Ancak iki tema pandemi dönemindeki kutlamalarla ilgili olarak farklı konularda ortaya çıkmıştır. Bu durum yaşanan pandeminin Bayram ile ilgili algıları da etkilediğini göstermektedir. Katılımcıların çoğu pandemiye bağlı olarak yaşanan kapanmalar sonucunda kutlamaların aksadığından ve yüzüncü yılı olması sebebiyle hak ettiği şekilde kutlanamadığından, pandemi sonrasında mutlaka telafisinin yapılması gerektiğinden bahsetmişlerdir. Bu duruma bağlı olarak da ülkemize dünya çocukları ve turistlerin gelemediğine ve bunun turizm ve tanıtımı olumsuz etkilediğine değinmişlerdir. Ayrıca, yaşanan pandemi sebebiyle etkinliklerin sanal ortama yönelmesinden çok memnun olmadıklarını da ifade etmişlerdir. Bunların dışında bayramın gerçek törenler ile kutlandığı zamanki katkıları ile ilgili görüşlerin, bu dönemde maliyet yönlü olumsuz ifadeler şeklinde yer aldığı görülmüştür. Aynı şekilde Bayramın katkısı olarak görülen milli birlik ve beraberlik duygusunu güçlendirme ve eğlence fırsatı sağlama yönündeki algıların, pandemi döneminde maliyet faktörü haline geldiği de dikkat çekmektedir.

Bu sonuçlar, aynı zamanda katılımcıların bu Bayramı Ankara için bir turistik etkinlik olarak gördüklerine de yorumlanabilmektedir. 100 yıldır kutlanan böylesi önemli bir etkinliğin daha önce turizm açısından ele alınmış olmaması nedeniyle bu araştırmanın

sonuçları ayrıca kıymetlidir. Bu kapsamda katılımcıların Bayramın pandemi öncesine yönelik maliyeti ile ilgili algılarının katkı algısından düşük olduğu; pandemi sonrasındaki görüşler de ise maliyet algısında artış olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara dayanarak 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının bir turistik ürün ya da turizm etkinliği olarak ele alınması için yetkili kişilere ve akademisyenlere şunlar önerilebilir:

- Bayram ile ilgili tanıtımlar yeterli olsa da Ankara'nın turistik öğelerinin tanıtımı yetersiz kalmıştır. Bayram ve Ankara turizmi birlikte ele alınabilir. Örneğin, 23 Nisan haftası turları, 23 Nisan sanat gösterileri, müze ziyaretleri, tanıtım dokümanları hazırlanabilir. Böylece Ankara'nın turizm markasında “çocuk bayramı” teması da eklenerek Bayramın Ankara ile bütünleşmesi sağlanabilir.
- Bayram ile ilgili algılanan maliyetlerden olan fiziksel çevre maliyeti kapsamında katılımcıların yolların kapanması, park yeri bulmada zorluk yaşanması ve kirliliğin artmasına yönelik ifadelerinden yola çıkarak Bayramın yapıldığı zaman çevre düzenlemelerine dikkat edilebilir. Yaşanan trafik sıkışıklığının önüne geçilebilmesi için de katılımcıların toplu taşımalara yönlendirilmesi sağlanabilir. Bu kapsamda Bayram zamanı toplu taşımalar ücretsiz olabilir.
- Etkinlik organizasyonlarından genelde yerel yönetim boyutu kapsamında turizm il müdürlüğü ve belediyeler sorumludur. Ancak bu Bayram ile ilgili etkinlikler genel olarak belediyeler ve milli eğitim il müdürlüklerinin yanı sıra TRT gibi kuruluşlar tarafından düzenlenmektedir. Bayram kapsamında belediyeler kendi bünyesinde bulunan etkinliklere önem vermektedir, ancak diğer belediyelerin düzenlemiş olduğu etkinliklere gerekli tanıtım ve desteği göstermektedir. Bu nedenle, bir belediyede olan etkinlik bütün belediyelerce belediye sınırlarında bulunan kişilere duyurulabilir.
- Bu araştırma pandemi döneminde yapılması sebebi ile 407 kişi üzerinde yapılabilmektedir. İleriki araştırmalarda daha fazla katılımcı ile Türkiye örnekleminde bakılabilir.

- Bundan sonraki kutlamalarda engelli ve yaşı gibi dezavantajlı grupların daha fazla katılımlarının sağlanması için Belediyeler tarafından destek programlar geliştirilebilir, gerçek törenler ile sanal kutlamalar hibrid (melez) olarak sürdürülebilir.
- Covid-19 pandemisinin bu Bayramın kutlanamamasına ve Ankara turizmine etkisi daha kapsamlı araştırmalarla ortaya koyulabilir.



KAYNAKÇA

- Açikel, H., (2010). *Tarih eğitimi ve milli bayramlar: Milli bayramlarda okullarda yapılan kutlamaların öğretmen ve öğrenci görüşleri açısından değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Akardaş, Y. (2006). *Bir icra biçimi olarak Türk halk müziğinde konser olgusu ve seçilmiş konser dinleyicilerinin sosyal profili*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akay, R. A. (2014). Etkinlik yönetimi uygulamalarında yaratıcı rekabet ve sosyal medyanın entegrasyonu. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4 (4): 55-70
- Akça, Y. (2016). Türkiye'nin kalkınma planlarında turizm politikası. *International Conference on Eurasian Economies*.
- Akın, V. (1997). 23 Nisan Millî Hakimiyet ve Çocuk Bayramı'nın tarihçesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(3), 91-96.
- Akkil, A. (2021). *Festival Ziyaretçilerinin Sadakatlerini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Gaziantep Gastronomi Festivali Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.
- Akmeşe, S. (2018). *Etkinlik turizmi kapsamında yerel mutfak festivallerinin etkileri: Uluslararası Mengen aşçılık ve turizm festival örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Karabük: Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksu, A., Yılmaz, G. ve Gümüş, F. (2013). *Kongre ve fuar yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktaş, E. ve Göztaş, A. (2017). *Etkinlik yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Allen-Dicker, J., Auerbach, A. ve Herzig, S.J. (2017). Perceived safety and value of inpatient “very important person” services, *Journal of Hospital Medicine*, 12 (3): 177-179
- Allen J., O'Toole W., McDonnell I. ve Harris R., (2010). *Festival and Special Event Management* (Fifth Edition), John Wiley and Sons Ltd., Milton Queensland Australia,.

- Alpar, R. (2014). *Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenilirlik*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anadolu Ajansı, 2021. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/maarif-okullari-44-ulkede-23-nisani-kutladi/2218543> (Erişim tarihi 23.04.2021).
- Ankara Büyükşehir Belediyesi (2020). <https://www.ankara.bel.tr/haberler/buyuksehirden-baskentli-cocuklara-ozel-23-nisan-kutlamasi/> (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of tourism research*, 17(4), 610-616.
- Argan, M.T. ve Yüncü, D. (2015). *Etkinlik pazarlama yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Armenakyan, A. (2012). *An International and Longitudinal Study of Mega-Event and Country Images: Attitude Formation and Sense Making Concerning the XXI Vancouver 2010 Winter Olympics*. Doktora Tezi. Carleton Üniversitesi,
- Aslan, D. A. (2011). *Cumhuriyet'in törensel meşruiyeti: Ulus-devlet inşa sürecinde milli bayramlar (1923-1938)*. Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- Aslan, R. (2020) Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19. *Ayrıntı Dergisi*, 8(65): 35-41.
- Aşkar, F. (2010). *Türkiye'nin uluslararası tanıtımında artistik imaj: Anadolu Ateşi örnek olayı*. Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi.
- Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi:Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Atatürk, M.K. (2005). *Nutuk*. İstanbul: Alfa Yayınevi
- Atay, L., ve Altınışık, Ö. (2017). Etkinliklerin destinasyon markalaşmasına etkisi: Çanakkale Savaşlarının 100. Yılı anma etkinlikleri örneği. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 19(40), 110-128.

- Avcı, N. (2007). *Resmi bayram ve törenlerin kutlanma şekilleri ile ilgili öğretmen ve öğrenci görüşleri üzerine bir değerlendirme (Afyonkarahisar ili örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, A. F. (2011). A Brief İntroduction To The Camel Wrestling Events In Western Turkey. *Camel conference at SOAS*. University of London 55-60
- Aydın, M., Aydın, M. K., ve DüNDAR, R. (2016). Malatya Halkevi Öncülüğünde Kutlanan 23 Nisan Millî Hakimiyet Ve Çocuk Bayramı Etkinlikleri (1932-1951). *Belgi Dergisi*, (11), 91-110.
- Baker III, T. A., Connaughton, D., Zhang, J. J., ve Spengler, J. O. (2007). Perceived risk of terrorism and related risk management practices of NCAA Division 1A football stadium managers. *J. Legal Aspects Sport.*, 17, 27.
- Baki, A., ve Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (elektronik)*, 11(42), 1-21. <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRNM056UTRPQT09> (Erişim tarihi: 19.12.2019)
- Bayat, G. (2018). Iğdır’a İran’dan Gelen Yabancı Ve Genç Turist Profili. 3. *Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi*, Nahcivan
- Bayram, A., Tokatlı, C., ve Aksoy, M. (2017). Kırklareli Ve Edirne İllerine Yönelik Bir Turizm Potansiyeli Değerlendirme Çalışması. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 89-102.
- Besculides, A., Lee, M. E. ve McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*, 29(2), 303-319.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi - teknikler ve örnek çalışmalar*. (2. baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Brunet, F. (1995). An economic analysis of the Barcelona’92 Olympic Games: resources, financing and impact. *The Keys of success: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona*, 92, 250-285.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(4), 470-483.

- Byeon, M. (2002). *The Korean Hotel Sector's Perspectives on the Potential Impact of co-hosting the 2002 Football World Cup Korea/Japan*, Yüksek Lisans Tezi, Yeni Zelanda: Otago Üniversitesi.
- Byeon, M., Carr, N., & Hall, C. M. (2009). The South Korean hotel sector's perspectives on the 'pre-' and 'post-event' impacts of the co-hosted 2002 Football World Cup. *International Perspectives of Festivals and Events*, 65.
- Cantürk, C. (2018). *Çocuk Bayramı*. Ankara: Yade Yayınları
- Cashman, R. (2002). Impact of the Games on Olympic host cities. *University Lecture on the Olympics*, 1-16.
- 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.
- Chen, S. C. (2011, April). Residents' perceptions of the impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 12, No. 2, pp. 106-128). Taylor & Francis Group.
- Choe, Y. (2011). *Residents' perceptions of the social impact of the World Expo 2010 Shanghai*. Yüksek Lisans Tezi. Purdue Üniversitesi
- CNN Türk, 2021. <https://www.cnnturk.com/turkiye/23-nisan-ulusal-egemenlik-ve-cocuk-bayrami-evlerde-kutlaniyor?page=3> (Erişim tarihi: 23.04.2021).
- CNN Türk, 2021. <https://www.cnnturk.com/dunya/rusyada-23-nisan-ulusal-egemenlik-ve-cocuk-bayrami-coskuyla-kutlandi> (Erişim tarihi: 23.04.2021).
- Comrey, A. L., ve Lee, H. B. (2013). *A first course in factor analysis*. Psychology press.
- Costello, A. B., ve Osborne, J. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical assessment, research, and evaluation*, 10(1), 7.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Creswell, J. W. (2006). Understanding Mixed Methods Research, (Bölüm 1).

https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/10981_Chapter_1.pdf (Erişim tarihi: 19.12.2019).

Crompton, J. L., ve McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of tourism research*, 24(2), 425-439.

Cumhuriyet, 20 Nisan 1929, Ankara Üniversitesi Kütüphanesi, Cumhuriyet Gazetesi Koleksiyonu. <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/2597> (Erişim tarihi: 15.08.2020).

Cumhuriyet, 23 Nisan 2021. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/23-nisan-dunyada-da-kutlaniyor-138760> (Erişim tarihi: 23.04.2021).

Çabuk, S., ve Keleş, C. (2008). Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarının sosyo demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 85-102

Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2012). 2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri Ve Olası Etkileri. *1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. 20-22 April, Mersin. 2-15

Çam, M. O., ve Baysan-Arabacı, L. (2010). Tutum ölçeği hazırlamada nitel ve nicel adımlar. *Turkish Journal of Research & Development in Nursing*, 12(2).

Çankaya Belediyesi, (2021). <http://www.cankaya.bel.tr/news/11672/Cankaya-Belediyesinden-Sanatcilara-Destek/> (Erişim tarihi: 23.04.2021).

Çelik, A. (2004). Çocuk, oyun ve din eğitimi, *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9: 187-196

Çelik, A. (2009), *Destinasyon Pazarlama Unsuru Olarak Etkinlik Turizmi ve Etkileri - İstanbul Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi: Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi

Dansero, E. ve Puttilli, M. (2010). Mega-Events Tourism Legacies: The Case Of The Torino 2006 Winter Olympic Games—A Territorialisation Approach. *Leisure Studies*, 29 (3) pp. 321-341

- Davies, L., Coleman, R. ve Ramchandani G. (2013). Evaluating Event Economic Impact: Rigour Versus Reality? *International Journal of Event and Festival Management*, 4 (1): 31-42
- Deery, M., Jago, L.ve Fredline, E. (2004). Sport Tourism or Event Tourism: Are They One and the Same? *Journal of SportTourism*. 9(3): 235-246.
- Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 8-28.
- De Bres, K. ve Davis, J. (2001). Celebrating Group And Place Identity: A Case Study Of A New Regional Festival. *Tourism Geographies*, 3 (3): 326-337
- Delamere, T. A. (1998). Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals. Doktora tezi, Alberta Üniversitesi: Beden Eğitimi ve Rekreasyon Fakültesi.
- Demir, M., Günaydın, Y., ve Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Donos, M. (2012). *Communicating Sport Mega-Events and the Soft Power Dimensions of Public Diplomacy*. Yüksek Lisans Tezi. Ottawa Üniversitesi, İletişim Fakültesi
- Duran, M. S., ve Acar, M. (2020). Bir virüsün dünyaya ettikleri: covid-19 pandemisinin makroekonomik etkileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(1), 54-67.
- Dwyer, L., Forsyth, P., ve Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of travel research*, 43(4), 351-359.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya altın portakal film festivali'nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Antalya: Akdeniz Üniversitesi,.
- Erdem, A. (2019). *Sivas halkının milli bayramlara yönelik tutumlarının belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Ersoy, H. (2017). *Turizmin gelişiminin yerel halk üzerine sosyo-kültürel etkileri: Manavgat örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eryılmaz, S. S. (2012). Mega etkinliklerin kent mekânına yansımaları Formula 1 Türkiye Grand Prix'i İstanbul Park örneği.
- Essex, S., ve Chalkley, B. (1998). Olympic Games: catalyst of urban change. *Leisure studies*, 17(3), 187-206.
- Etimesgut Milli Eğitim Müdürlüğü, (2021). <https://etimesgut.meb.gov.tr/www/etimesgutta-23-nisan-ulusal-egemenlik-ve-cocuk-bayrami-coskusu/icerik/2566> (Erişim tarihi: 23.04.2021).
- Faulkner, H. W. ve Faulkner, B. (2003). *Progressing tourism research (Vol. 9)*. Channel View Publications.
- Felsenstein, D. ve Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel research*, 41(4), 385-392.
- Fırat, M., Yurdakul, I. K., Ersoy, A., Fırat, M., Kabakçı Yurdakul, I., ve Ersoy, A. (2014). Bir eğitim teknolojisi araştırmasına dayalı olarak karma yöntem araştırması deneyimi. *Journal of Qualitative Research in Education-JOQRE*, 2(1), 65-86.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage.
- Formica, S. (1998). The development of festivals and special events studies. *Festival management and event tourism*, 5(3), 131-137.
- Fredline, E. (2000). *Host community reactions to major sporting events: the Gold Coast Indy and the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne*. Brisbane: Griffith University.
- Fredline, E., ve Faulkner, B. (2000). Community perceptions of the impacts of events. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda*, 60.
- Getz, D. ve Frisby, W. (1988). Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research* 22:27.

- Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold,
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, And Research. *Tourism Management*, 3 (29): 403-428
- Getz, D. (2009). Policy for sustainable and responsible festivals and events: Institutionalization of a new paradigm. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1(1), 61-78.
- Getz, D. ve Page, S. J. (2016). Progress And Prospects For Event Tourism Research. *Tourism Management*, 52: 593-631.
- Goldblatt, J. (2000). A Future For Event Management: The Analysis of Major Trends Impacting the Emerging Profession. Events Beyond 2000: Setting the Agenda, *Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. (pp.2-9), University of Technology Sydney. July 2000.
- Görk, R. V. (2010). Nedir Şu Yeşilçam'ın Meyvesi 'Altın Portakal'? Antalya'nın Yeniden Yapılandırılması Sürecinde Antalya Altın Portakal Film Festivalinin Metalaştırılması. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 1-40.
- Gursoy, D., Kim, K. ve Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism management*, 25(2), 171-181.
- Gürbüz Türk Çocuğu, Nisan 1927, Milli Kütüphane Arşivi, 1956 SB 240.
- Habertürk, 2020. <https://www.haberturk.com/23-nisan-ulusal-egemenlik-ve-cocuk-bayrami-boyle-kutlandi-2655869> (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- Heenan, D. (1978). Tourism and the Community: A Drama in Three Acts, *Journal of Travel Research*, 16(4): 27-34
- Henderson, J., Foo, K., Lim, H. ve Yip, S. (2010). Sports events and tourism: The Singapore Formula One Grand Prix. *International Journal of Event and Festival Management*, 1: 60–73.
- Herşanu, A., ve Boitor, A. B. (2012). STEP analysis on event tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, Vol, 5(54).

- Hodur, N. M., & Leistritz, F. L. (2007, October). Estimating the economic impact of event tourism: A review of issues and methods. *In Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 8, No. 4, pp. 63-79). Taylor & Francis Group.
- Horne, J. (2007). The four “knowns” of sports mega-events. *Leisure Studies*, 26: 81–96.
- Hürriyet, 22.04.2002. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/23-nisan-programi-67099> (Erişim tarihi: 16.04.2020).
- Hürriyet, 23.04.2019. <https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/ankara/cosku-dolu-23-nisan-41191272> (Erişim tarihi: 16.04.2020).
- Hürriyet, 23.04.2020. <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-evlerde-23-nisan-nerede-ne-var-41497853> (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- İbiş, S., & Batman, O. (2018). Japonya ve Güney Kore’den İstanbul’a gelen turistlerin seyahat motivasyonları ve yeniden ziyaret etme niyeti üzerine bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(2), 246-262.
- İkdam, 24 Nisan 1929, Milli Kütüphane Arşivi, 1957 SÇ 16
- Jackson, J. ve Scherer, J. (2013). Rugby World Cup 2011: Sport Mega-Events And The Contested Terrain Of Space, Bodies And Commodities. *Sport in Society*, 16 (7): 883-898
- James, B. (2007). *Sydney Olympic Park: Olympic Legacy or Burden?*, Yayınlanmamış Onur Tezi, University of New South Wales,
- Janiskee, R. L. (1996). Historic Houses And Special Events. *Annals of Tourism Research*, 23 (2): 398-414
- Jago, L., Dwyer, L., Lipman, G., Lill, D. V., ve Vorster, S. (2010). Optimising The Potential Of Mega-Events: An Overview. *International Journal of Event and Festival Management*, 1 (3): 220-237
- Jago, L. K., ve Shaw, R. N. (1998). Special events: A conceptual and definitional framework. *Festival management and event tourism*, 5(1-2), 21-32.

- Jones, C. (2001). Mega-Events And Host-Region Impacts: Determining The True Worth Of The 1999 Rugby World Cup. *International Journal Of Tourism Research*, 3: 241-251
- Kablan, R. (2012). *Afyonkarahisar İlinde Görev Yapan Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Resmi Tören ve Kutlamalarda Karşılaştıkları Problemler ve Beklentilerinin Belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kahraman, C. Ö. (2020). *Festival katılımcılarının motivasyon, memnuniyet ve tekrar ziyaret eğilimlerinin belirlenmesi: Uluslararası Fethiye Ölüdeniz hava oyunları festivali örneği*. Yüksek lisans tezi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O., ve Çakıcı, A. C. (2017). Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı Ve Memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37).
- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), , Anadolu Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karakaya, E. (2020). COVID-19 Krizinin Ekonomi, Enerji ve Emisyonlara Etkileri: Mevcut Durum ve Olası Post-Corona Senaryoları. <https://www.iklimhaber.org/covid-19-krizinin-ekonomi-enerji-ve-emisyonlara-etkileri-mevcut-durum-ve-olası-post-corona-senaryolari/> (Erişim tarihi: 06.08.2020).
- Kasimati, E., ve Dawson, P. (2009). Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on the Greek economy: A small macroeconometric model. *Economic modelling*, 26(1), 139-146.
- Kestellioğlu, G. (2011). Yerel Demokrasi ve Kent Konseyleri: Kahramanmaraş Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 121-140.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach's alpha reliability coefficient. *Journal of Mood Disorders*, 6(1), 47.

- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 181-196.
- Kim, H. J., Gursoy, D., ve Lee, S. B. (2006). The impact of the 2002 World Cup on South Korea: Comparisons of pre-and post-games. *Tourism Management*, 27(1), 86-96.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2003). Perceived socio-economic impacts of festivals and events among organizers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3-4), 159-171.
- Kim, S. S. ve Petrick, J. F. (2005). Residents’ perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: The case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., ve Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32.
- Kim, W., ve Walker, M. (2012). Measuring the social impacts associated with Super Bowl XLIII: Preliminary development of a psychic income scale. *Sport Management Review*, 15(1), 91-108.
- Kim, W. (2012). *Development Of A Scale To Measure Local Residents’ Perceived Social Impacts Of Hosting Large-Scale Sport Events*. Doktora Tezi. Hattiesburg: The University of Southern Mississippi.
- Kişioğlu, E., ve Selvi, M. S. (2013). Yerel Etkinliklerin Tekirdağ’ın Destinasyon İmajına Etkisi: Yerel Paydaşlar Açısından Bir Değerlendirme. *Science*, 1(1), 68-102.
- Knott, B. K. (2015). *The Strategic Contribution Of Sport Mega-Events To National Branding: The Case Of South Africa And The 2010 Fifa World Cup*. Doktora Tezi. Bournemouth Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kocatürk, U. (2000). *Atatürk ve Türkiye Cumhuriyeti tarih kronolojisi 1918-1938*. (3. Baskı). Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- Kozak, M. A. Ve Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Kozak, M. A. ve Mutlu, D. (2020). KOZAK, M. A., & MUTLU, D. (2020). Dünden Bugüne 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Etkinlikleri. *Afyon Kocatepe*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(TBMM'nin 100. Yılı ve Millî İrade Özel Sayısı), 16-29.

Kozak, N. (2014a). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi: 25 Yılın Öyküsü; Bir Dergiden Öte, Belki de Bir Enstitü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 25(1): 1-19.

Kozak, N. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık

Kömürcü, S. (2017). *Etkinlik turizmi ve inanç turizmi paradoksu: turizm yazınında inanç etkinliklerinin kavramsal analizi ve konumlandırılması*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği

Lawshe, C. H. (1975). A Quantitative Approach To Content Validity. *Content Validity II, A Conference*, Ohio: Bowling Green State University.

Lewis, C. ve Pile, S. (1996). Woman, Body, Space: Rio Carnival and the politics of performance. *Gender, Place and Culture*, 3 (1): 23-41

MacArdle, K. (1998). *Temporal, Spatial and Thematic Analysis of Special Events in Victoria (1997)*, Yüksek Lisans Tezi, Victoria University of Technology, Faculty of Business

Masterman, G. (2004). *Strategic Sports Event Management*. Elsevier Butterworth Heinemann.

Matheson, V. A. ve Baade, R. A. (2006). Padding Required: Assessing the Economic Impact of the Super Bowl, *European Sport Management Quarterly*, 6 (4): 353-374.

Mathieson, A. ve Wall, G.(1993). *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman Scientifics & Technical

McKay, G., ve Webster, E. (2016). From Glyndebourne to Glastonbury: The Impact of British Music Festivals. <https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/59132/> (Erişim tarihi: 10.12.2019)

Mezkit, S. G. (2019). *Millî Kimliğin Oluşturulması Bağlamında 23 Nisan Ulusal Egemenlik Ve Çocuk Bayramı*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi: Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Milli Eğitim Bakanlığı (2020). <https://www.meb.gov.tr/mill-egitim-bakanligindan-23-nisana-100-yil-marsi/haber/20745/tr#:~:text=Mustafa%20Kemal%20Atat%C3%BCrk'%C3%BCn%20arma%C4%9Fan%C4%B1yla,y%C4%B1%20evlerinde%20hep%20birlikte%20s%C3%B6yleyecekler.&text=Mill%C3%AE%20E%C4%9Fitim%20Bakan%C4%B1%20Ziya%20Sel%C3%A7uk,%C5%9Fark%C4%B1s%C4%B1%20hat%C4%B1ras%C4%B1%20olmazsa%20eksik%20kalacaktır%C4%B1> (Erişim tarihi: 23.04.2020).

Milliyet, 2020. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/23-nisan-coskusu-evlerde-yasandi-6196148> (Erişim tarihi: 23.04.2020).

Oğuz, M.Ö. ve Ersoy, P. (2007). Türkiye’de 2004 Yılında Yaşayan Geleneksel Çocuk Oyunları. *Ankara: Gazi Üniversitesi THBMER Yayını*.

Öncel, A. (2018). Uluslararası Spor Organizasyonlarının Sosyoekonomik Etkileri: 2012 Londra Olimpiyatları Örneği Ve Türkiye İçin Bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*,9(22): 357-375

Özçelik, M. (2011). 23 Nisan Çocuk Bayramı’nın Ortaya Çıkışı ve 1922-1929 Yılları Arasında 23 Nisan Kutlamaları. *Gazi Akademik Bakış*, (09), 265-284.

Özkan, E. (2011). *Türkiye’nin Uluslararası Tanıtımında Kültür Sanat Etkinliklerinin Rolü ve Önemi (Uluslararası Halk Dansları Festivallerinde Türk Halk Dansları Toplulukları İncelemesi)*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

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).

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research&Evaluation Methods*. (3. Baskı). California: Sage Publications.

Pearce, F. (2009). Greenwash: Formula 1 Failing Miserably to Keep Max Mosley's Green Promises. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/environment/2009/may/14/formula-1-greenwash>

(Erişim tarihi: 17.12.2019).

Pera Müzesi, (2021). <https://www.peramuzesi.org.tr/basin-bultenleri/pera-ogrenme%E2%80%99den-23-nisan-programi-cocuk-bayrami-evde-de-keyifli-/3596>

(Erişim tarihi, 23.04.2021).

Polat, ř. (2009). *Tarih öğretilimi ve basın ilişkisi: mili bayramların gazetelere yansıması ve milli kimliğin oluşmasında rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Çanakkale: Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Porto, A. F. (2010). Culture and tourism: perspectives of foreigners on the Brazilian carnival. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 139, 423-434.

Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism management*, 36, 629-640.

Preuss, H. (1998). *Problemizing the arguments of the opponents of Olympic Games*. Johannes Gutenberg-University.

Pu, H. (2017). *The Circuit of Legacy Discourse: Mega-Events, Political Economy and the Beijing Olympic Games*. Doktora Tezi. Florida State Üniversitesi, Spor ve Rekreasyon Yönetimi.

Quinn, B. (2009). *Festivals, Events and Tourism*. London: The Sage Handbook of Tourism Studies.

Raj, R., ve Morpeth, N. (2006). Local community structures in events and festivals: opportunities for destination marketing or communities 'caring for place'?. *Tourism Today Tourism Today*.

Ramchandani, G. M., ve Coleman, R. J. (2012). Testing the accuracy of event economic impact forecasts. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(2), 188-200.

Ritchie, J.R. ve Crouch G.I., (2005), *The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing

- Rose, A. K., ve Spiegel, M. M. (2011). The Olympic effect. *The Economic Journal*, 121: 652–677
- Rubio, D. M., Berg-Weger, M., Tebb, S. ve Lee, E. S. (2003). Objectifying Content Validity: Conducting A Content Validity Study In Social Work Research, *Social work research* 27(2):94-104
- Sabah, 06.04.2013 (<https://www.sabah.com.tr/gundem/2013/04/06/23-nisanda-koltuk-devri-bitti>) (Erişim tarihi: 16.04.2020).
- Saçlı, Ç., Ersöz, B. ve Kahraman, C. Ö. (2019). Etkinlik Katılımcılarının Destinasyon İmajı Algılarının Tekrar Ziyaret Etme Eğilimleri Üzerine Etkisi: Portakal Çiçeği Karnavalı Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 178-190
- Sert, A. N. (2013). *Kırsal turizm bölgelerinde festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri: Beyazır Festivaline yönelik bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Shone, A., ve Parry, B. (2010). *Succesful Event Management. A Practical Handbook*. Viitattu 10.8. 2015.
- Silver, J. R. (2004). *Professional Event Coordination*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons
- Sofı, M. (2008). *Beden Eğitim ve Spor Öğretmenlerinin Milli Bayram (23 Nisan ve 19 Mayıs) Törenlerine İlişkin Problem ve Beklentilerin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sonsaat, 16 Nisan 1929, Milli Kütüphane Arşivi, 1968 SÇ 115
- Sözcü, 2020 (<https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/23-nisan-kutlamalari-dijital-ortama-tasindi-5766016/>) (Erişim tarihi: 23.04.2020).
- Şencan, H. (2005). *Güvenilirlik ve geçerlilik*. Hüner Şencan.
- T.B.M.M. Zabıt Ceridesi (1921). <https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d01/c010/tbmm01010024.pdf> (Erişim tarihi: 03.03.2020).
- T.C. Resmi Gazete (1935). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/3163.pdf> (Erişim tarihi: 10.03.2020).

- T.C. Resmi Gazete (1951). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/7882.pdf> (Erişim tarihi: 10.03.2020).
- T.C. Resmi Gazete can(1981). <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/17284.pdf> (Erişim tarihi: 10.03.2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2020). <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/covid-19-rehberi.html> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- Tarımeri, N. (2018). Himaye-İ Etfal Cemiyeti'nden Türkiye Çocuk Esirgeme Kurumu'na. <http://sosyalhizmetuzmanlari.com/Uploads/MakaleFile/3105fa01-53a9-4964-9e25-93c42724a014.pdf> (Erişim tarihi: 07.03.2020).
- 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.
- Temizgüney, F. (2019). Demokrat Parti Dönemi 23 Nisan Milli Hâkimiyet ve Çocuk Bayramı Kutlamaları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 145-172.
- Timur, M. N., Çevik, S., ve Kıcıır, G. K. (2014). Etkinlik Turizmi: Kùltür Başkenti Etkinliklerinin Başarı Unsurları Üzerine Bir Değerlendirme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2(2):56-83
- Thomas, R. Ve Thomas, H. (2013). What Are The Prospects For Professionalizing Event Management In The UK?, *Tourism Management Perspectives*, 6: 8-14
- Toohy, K., Taylor, T., ve Lee, C. K. (2003). The FIFA World Cup 2002: The effects of terrorism on sport tourists. *Journal of Sport Tourism*, 8(3), 186-196.
- Tuna, M. ve Akpınar, A. (2018). Etkinlik Turizmi. Aydın, ř. ve Boz,M editörler. *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler II*. Ankara: Detay Yayıncılık 265-284
- Türk Dil Kurumu, 2019. <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 30.11.2019).
- Türker, G. Ö. ve Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(1), 81-98.

- Türkiye İstatistik Kurumu, 2021. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1> (20.04.2021).
- Ünlü, Ö. B. (2009). *Dans tiyatrosunun oluşumunda dans antropolojisinden yararlanma yolları ve anadolu danslarından model önerileri*. Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi* (4.baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Van Der Wagen , L. (2001). *Event Management: For Tourism, Cultural, Business And Sporting* (2. b.). Frenchs Forest, Nsw: Pearson Education Australia.
- Velicer, W. F., ve Fava, J. L. (1998). Effects of variable and subject sampling on factor pattern recovery. *Psychological Methods*, 3(2), 231-251.
- Wallstam, M., Ioannides, D., ve Pettersson, R. (2018). Evaluating the social impacts of events: in search of unified indicators for effective policymaking. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-20.
- Waite, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of tourism research*, 30(1), 194-215.
- Watson, P., Davies, S., ve Thilmany, D. (2008). Determining economic contributions in a recreational industry: An application to Colorado's golf industry. *Journal of Sports Economics*, 9(6), 571-591.
- WCED, S. W. S. (1987). World commission on environment and development. *Our common future*, 17, 1-91.
- Werner, K., Dickson, G. ve Hyde, K. F. (2015). Learning And Knowledge Transfer Processes in A Mega-Events Context: The Case Of The 2011 Rugby World Cup, *Tourism Management*, 48: 174-187
- Yalçinkaya, E., ve Azrak, Y. (2016). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Çocuk Meclislerine İlişkin Görüşleri: Nitel Bir Çalışma. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 8(1), 151-169.
- Yang, X., Reeh, T. ve Kreisel, W. (2011). Cross-Cultural Perspectives on Promoting Festival Tourism—An Examination of Motives and Perceptions of Chinese Visitors

Attending the Oktoberfest in Munich (Germany). *Journal of China Tourism Research*, 7(4): 377-395

Yemenoğlu, E., Dalgın, T., ve Çeken, H. (2013). Geleneksel Festivallerin Kırsal Turizm Üzerindeki Etkiler: Denizli-Honaz Kiraz Festivali Örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 3(1), 16-21.

Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S., ve McMahon-Beattie, U. (2004). *Festival and events management*. Elsevier Butterworth-Heinemann.

Yıldırım, H. M. (2017). *Etkinlik Turizmi “Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinlikler”*. Ankara: Detay Yayıncılık

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar

Yılmaz, B. E. (2015). *Bireylerin kültürel etkinliklere katılım motivasyonları: Mersin uluslararası müzik festivali 2013 katılımcıları üzerinde bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Yılmaz, E. G., ve Kozak, M. A. (2014). Otel Yatırımcıları ile Profesyonel Yöneticilerin Sözleşmeden Doğan İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 16(2).

Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., ve Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events?. *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58.

Yurdigül, Y., İspir, N. ve Yurdigül, A. (2015). Ötekinin İnşa Edildiği Sorunlu Bir Alan Olarak Oscar Ödül Törenleri (85. Akademi Ödülleri Ve “Argo” Filmi Örneği). *Atatürk İletişim Dergisi*, 9: 1-12

Yurdugül, H. (2005). Ölçek Geliştirme Çalışmalarında Kapsam Geçerliği İçin Kapsam Geçerlik İndekslerinin Kullanılması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi.

Zhou, Y. (2006). *Government and Residents' Perceptions towards the impacts of a Mega Event: the Beijing 2008 Olympic Games*. Doktora Tezi. The Hong Kong Polytechnic Üniversitesi, Hotel ve Turizm İşletmeciliği

İnternet Kaynakları

- http-1: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C3%A7e/festival> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-2: <http://www.izmir.com.tr/Pages/Art/OtherDetail.aspx?otherid=46378> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-3: <https://gezimanya.com/asya/hindistanin-festivalleri> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-4: <http://www.hurriyet.com.tr/seyahat/yazarlar/sarp-ozkar/zor-begenen-gezginlerin-efsanevi-festivali-kumbh-mela-41056568> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-5: <https://www.ntv.com.tr/seyahat/12-yilda-bir-duzenlenen-dunyanin-en-buyuk-dini-festivali-kumbh-mela,xkSOLpkX3k-8mkKInpQT8g> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-6: <http://www.mfa.gov.tr/g-20-tr.tr.mfa> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-7: <https://www.wikizeroo.org/index.php?q=aHR0cHM6Ly90ci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvR3JhbW15X8OWZMO8bGxlcmk> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-8: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/etkinlik> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-9: <https://www.haberturk.com/jennifer-lopez-antalya-yi-salladi-2511255-magazin> (Erişim tarihi: 15.11.2019)
- http-10: https://tr.wikipedia.org/wiki/COVID-19_pandemisi (Erişim tarihi: 03.08.2020)
- http-11: <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Erişim tarihi: 18.08.2020)
- http-12: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-52899914> (Erişim tarihi: 18.08.2020)
- http-13: <https://twitter.com/trt23nisan> (Erişim tarihi: 10.08.2020)
- http-14: <https://www.ilkokullar.com/ankara> (Erişim tarihi: 26.09.2020)
- http-15: <https://okul.com.tr/ilkokul/ankara> (Erişim tarihi: 26.09.2020)

http-16 <http://www.muhtarlarkonfederasyonu.org/il-muhtarlari/ankara-muhtarlari.html>
(Erişim tarihi: 26.09.2020)



EKLER

Ek 1. Orijinal Ölçek

APPENDIX A

SURVEY FOR MAIN STUDY – ENGLISH VERSION

The University of Southern Mississippi

Local Residents' Perceived Social Impacts of Hosting Large-Scale Sport Events (FI Korean GP)

Dear Participant:

We request your participation in a study that is investigating local residents' perceived social impacts of hosting large-scale sport events (e.g., Formula One Korean Grand Prix). We are conducting this investigation in order to gain a clearer understanding of residents' attitude toward hosting large-scale sport events and what kinds of positive and negative impacts can be derived from hosting the event to hosting community. Your cooperation is extremely important and is greatly appreciated. The results of this study are expected to yield insight resulting in more effective event planning for future large-scale sport events and related services.

We are asking you to participate by completing this questionnaire, which should take less than 15 minutes to finish. There are no known physical or psychological risks associated with completing this survey; however, some questions may be considered sensitive. Your responses will be anonymous. There is no right or wrong answer. Your participation is voluntary, and you may choose to not participate in the survey or any part of the study. Your honest response is greatly appreciated. The published results will not refer to any individual and all discussions will be based on group data.

This project has been reviewed by the Institutional Review Board, which ensures that research projects involving human subjects follow federal regulations. Any questions or concerns about rights as a research participant should be directed to the Chair of the Institutional Review Board, The University of Southern Mississippi, 118 College Drive #5147, Hattiesburg, MS 39406-0001, (601) 266-6820. Participation in this project is completely voluntary, and participants may withdraw from this study at any time without penalty, prejudice, or loss of benefits. Any questions about the research should be directed to Wonyoung Kim at (601) 266-5599.

Perceived Social Impacts: With respect to hosting F1 Korean GP, please rate the following statements that assess your perceived social impacts from hosting the event (1 = Strongly Disagree to 7 = Strongly Agree).

1.	Enhanced community beauty	1	2	3	4	5	6	7
2.	Increased shopping facilities	1	2	3	4	5	6	7
3.	Increased leisure facilities	1	2	3	4	5	6	7
4.	Enhanced sanitation facilities (e.g., toilets)	1	2	3	4	5	6	7
5.	Increased number of lodging facilities (e.g., hotels, guest house)	1	2	3	4	5	6	7
6.	Enhanced conditions of local road system (e.g., highway, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
7.	Accelerated development of general tourism infrastructure	1	2	3	4	5	6	7
8.	Increased trade for local business	1	2	3	4	5	6	7
9.	Increased employment opportunities	1	2	3	4	5	6	7
10.	Increased community development investments	1	2	3	4	5	6	7
11.	Improved economic conditions	1	2	3	4	5	6	7
12.	Increased local residents' income	1	2	3	4	5	6	7
13.	Accelerated community growth	1	2	3	4	5	6	7
14.	Enhanced the community pride of local residents	1	2	3	4	5	6	7
15.	Reinforced community spirit	1	2	3	4	5	6	7
16.	Reinforced patriotism	1	2	3	4	5	6	7
17.	Enhanced social unity of the community	1	2	3	4	5	6	7
18.	Reduced social conflicts	1	2	3	4	5	6	7
19.	Enhanced the sense of being a part of community	1	2	3	4	5	6	7
20.	Increased number of cultural events	1	2	3	4	5	6	7
21.	Positively impacted how I feel about my culture	1	2	3	4	5	6	7
22.	Increased the understanding of other cultures and societies of visitors	1	2	3	4	5	6	7
23.	Provided an incentive for the preservation of the local culture	1	2	3	4	5	6	7
24.	Provided residents opportunity to meet new people	1	2	3	4	5	6	7
25.	Increased interest in international sport events	1	2	3	4	5	6	7

Perceived Social Impacts: With respect to hosting F1 Korean GP, please rate the following statements that assess your perceived social impacts from hosting the event (1 = Strongly Disagree to 7 = Strongly Agree).

26.	Increased opportunity to inform hosting community in the world	1	2	3	4	5	6	7
27.	Increased opportunity to inform hosting community in Korea	1	2	3	4	5	6	7
28.	Enhanced media visibility	1	2	3	4	5	6	7
29.	Improved the image of Mokpo & Yeongnam Counties	1	2	3	4	5	6	7
30.	Improved the image of Korea	1	2	3	4	5	6	7
31.	Enhanced international recognition of hosting community	1	2	3	4	5	6	7
32.	Increased community identity in the country	1	2	3	4	5	6	7
33.	Generated a prestigious image regarding racing sport	1	2	3	4	5	6	7
34.	Increased the opportunity of enjoying racing sports	1	2	3	4	5	6	7
35.	Increased volunteering opportunity	1	2	3	4	5	6	7
36.	Provided learning opportunity of a new sport	1	2	3	4	5	6	7
37.	Provided a high quality of entertaining opportunity	1	2	3	4	5	6	7
38.	Generated excitement to the host community	1	2	3	4	5	6	7
39.	Excessive spending on new infrastructure for the event	1	2	3	4	5	6	7
40.	Excessive spending for building the Korean International Circuit	1	2	3	4	5	6	7
41.	Increased price of real estate	1	2	3	4	5	6	7
42.	Increased product prices	1	2	3	4	5	6	7
43.	Increased local and national governments' debt	1	2	3	4	5	6	7
44.	Resulted in traffic congestion	1	2	3	4	5	6	7
45.	Increased hardship for finding parking spaces	1	2	3	4	5	6	7
46.	Increased problems for using public transportation	1	2	3	4	5	6	7
47.	Resulted in damage on local road due to increased traffic	1	2	3	4	5	6	7
48.	Increased road closures/disruption	1	2	3	4	5	6	7
49.	Increased crime	1	2	3	4	5	6	7

Perceived Social Impacts: With respect to hosting FI Korean GP, please rate the following statements that assess your perceived social impacts from hosting the event (1 = Strongly Disagree to 7 = Strongly Agree).

50.	Increased risk of terrorism (e.g., bomb threat, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
51.	Attracted interests of terrorists for future events	1	2	3	4	5	6	7
52.	Increased risk of cyber-attack	1	2	3	4	5	6	7
53.	Increased disturbance from visitors (e.g., hooligans, disorder, & vandalism)	1	2	3	4	5	6	7
54.	Increased psychological anxieties due to security risks concerns	1	2	3	4	5	6	7
55.	Increased the amount of litter & waste	1	2	3	4	5	6	7
56.	Increased air pollution	1	2	3	4	5	6	7
57.	Increased noise levels	1	2	3	4	5	6	7
58.	Urban development will be negatively affected long-term	1	2	3	4	5	6	7
59.	Construction of new facilities increased pollution	1	2	3	4	5	6	7
60.	Caused environmental damage to local community	1	2	3	4	5	6	7
61.	Local residents were not a primary consideration for the event	1	2	3	4	5	6	7
62.	Disrupted the lives of local residents	1	2	3	4	5	6	7
63.	Harmed on local communities' reputation due to not well organized/prepared event	1	2	3	4	5	6	7
64.	Brought conflicts and antagonism between visitors and local residents	1	2	3	4	5	6	7
65.	Increased social conflicts between supporters and non-supporters	1	2	3	4	5	6	7

DEMOGRAPHICS: Please provide the following information by circling an answer or filling a blank

66. Gender:	a. Male	b. Female	
67. Age:	a. 18 - 20 years old	b. 21-30 years old	c. 31-40 years old
	e. 51-60 years old	f. 61 years or older	d. 41-50 years old

68. Ethnicity: a. Caucasian b. African American c. Hispanic
d. Asian/Pacific Islander e. American Indian f. Interracial g. Other
69. Monthly income: a. Below 1,000,000 K.W. b. 1,000,000 – 1,999,999 K.W. c. 2,000,000 – 2,999,999 K.W.
d. 3,000,000 – 3,999,999 K.W. e. 4,000,000 or more K.W.
70. Highest level of Education: a. High school or below b. College University c. Graduate Postgraduate
71. Marital status: a. Single b. Married c. Divorced d. Separated e. Widowed
72. Occupation a. College Students b. Corporate employees c. Service job workers d. Business owners
e. Government workers f. Housewives g. Professional jobs h. Others
73. Length of Residency a. less than 1 year b. 1 – 3 years c. 4 – 6 years d. 7 – 9 years e. 10 years or more

Ek 2. Uzman Görüş Formu

Yetkili Kişiye,

Yüksek lisans tezimde kullanmak üzere hazırladığım mega etkinliklerin turizme etkisi ölçeğinin, yüzey geçerliliği için uzman görüşünüze ihtiyacımız bulunmaktadır. Formda yer alan ifadelerin ankette yer almasını uygun görüyorsanız “gerekli”; uygun görüyor ancak düzeltilmesi gerektiğini düşünüyorsanız “gerekli ancak yetersiz”; maddenin ölçekte yer almasının gereksiz olduğunu düşünüyorsanız “gereksiz” ifadelerini kullanarak değerlendirmeniz beklenmektedir. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Araştırmacı: Dilek Mutlu

E-posta: dilek_mutlu@anadolu.edu.tr

Danışman: Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak

İFADELER	Gerekli	Gereksiz	Gerekli, ancak yetersiz	Varsa, lütfen düzeltme önerinizi yazınız.
1. Geliştirilmiş toplum güzelliği				
2. Alışveriş tesislerinin artması				
3. Eğlence tesislerinin artması				
4. Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)				
5. Konaklama tesisi sayısının artması (Ör. otel, misafirhane vb.)				
6. Yerel ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi (Ör. tren)				
7. Genel turizm yapısında hızlandırılmış gelişim				
8. Yerel işletmeler için ticaretin artması				
9. İş fırsatlarının artması				
10. Toplum geliştirme yatırımlarının artması				

11. Ekonomik koşulların iyileştirilmesi				
12. Yerel halkın gelirinin artması				
13. Toplumsal gelişimin hızlandırılması				
14. Yerel halkın toplumsal gururunun gelişmesi				
15. Toplumsal ruhun güçlendirilmesi				
16. Vatanseverliğin güçlendirilmesi				
17. Toplumda sosyal birliğin gelişmesi				
18. Toplumsal çatışmasının azalması				
19. Toplumun bir parçası olma duygusunu arttırması				
20. Kültürel etkinlik sayısını arttırması				
21. Kültürüm hakkında nasıl hissettiğimi pozitif etkilemesi				
22. Diğer kültür ve ziyaretçilerin anlayışını arttırması				
23. Yerel kültürün korunması için teşvik sağlaması				
24. Yerel halkın yeni insanlarla tanışması için fırsat sağlaması				
25. Uluslararası etkinliklere artan ilgi				
26. Etkinliklerin tadını çıkartma fırsatını arttırır				
27. Gönüllü fırsatını arttırması				

28. Yeni bir etnik grubu tanıma fırsatı sağlaması				
29. Yüksek kaliteli eğlence fırsatı sağlaması				
30. Ev sahibi toplumda heyecan oluşturmaları				
31. Ev sahibi toplumun dünyadaki tanınırlık fırsatını arttırması				
32. Ev sahibi toplumun ulusal tanınırlık fırsatını arttırması				
33. Medya bilinirliğini geliştirmesi				
34. Yöre ilçelerinin iyileşen imajı				
35. Yörenin iyileşen imajı				
36. Yerel halkın uluslararası tanınırlığını arttırması				
37. Ülkede toplumsal kimliği geliştirmesi				
38. Etkinlikler ile ilgili prestijli bir imaj yaratması				
39. Trafik sıkışıklığı				
40. Park yeri bulmak için zorluğun artması				
41. Toplu taşıma araçlarını kullanmak için artan sorunlar				
42. Artan trafiğe bağlı yerel yolların zarar görmesi				

43. Artan yol kapanması/aksam a				
44. Çöp ve atık miktarının artması				
45. Hava kirliliğinin artması				
46. Gürültü kirliliğinin artması				
47. Kentsel gelişimin uzun vadede olumsuz etkilenmesi				
48. Yeni tesislerin yapımının kirliliği artırması				
49. Yerel topluma çevresel zarar verilmesine neden olması				
50. Artan suç oranı				
51. Artan terör riski (örneğin, bomba tehdidi, vb.)				
52. Gelecekteki olaylar için teröristlerin ilgisini çekmesi				
53. Artan siber saldırı riski				
54. Ziyaretçilerden gelen rahatsızlıkların artması (Ör. holiganlar, bozukluk ve vandalizm)				
55. Güvenlik riskleri / kaygıları nedeniyle artan psikolojik kaygılar				
56. Etkinlik için yeni altyapıya aşırı harcama				

57. Uluslararası olmak için aşırı harcama				
58. Gayrimenkul fiyatlarının artması				
59. Ürünlerin fiyatlarının artması				
60. Yerel ve ulusal devlet borcunun artması				
61. Yerel halkın etkinlikte öncelikli olmaması				
62. Yerel halkın yaşam düzeninin bozulması				
63. Yerel halkın itibarının zarar görmesi				
64. Ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma ve düşmanlık getirmesi				
65. Destekleyenler ile destekçi olmayanlar arasında artan sosyal çatışmalar				

Ek 3. Pilot Araştırma Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı;

Bu anket ile elde edilen veriler, yürütmekte olduğumuz “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın Ankara Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi” isimli yüksek lisans tez çalışması için kullanılacaktır. Çalışmamızda hiçbir kişi veya kurum ismi zikredilmeyecek, kişisel ve kurumsal bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. Anketi cevaplayan kişilerin arzu etmesi durumunda çalışmanın sonuçları hakkında bilgi verilecektir. Değerli zamanınızı ayırıp katkıda bulunduğunuz için şimdiden teşekkür ederiz.

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak

mkozak@anadolu.edu.tr
dilek_mutlu@anadolu.edu.tr

Araştırmacı

Dilek Mutlu

İFADELER		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aşağıdaki ifadeleri okuyup, her bir ifadedeki görüşe katılma durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işareti koyarak belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
Lütfen en az katıldığınız ifade için 1’i en fazla katıldığınız ifade için 5’i işaretleyiniz.						
1.	Alışveriş merkezlerinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Eğlence tesislerinin artması (Ör. Tema parkları, sinema, konser alanı vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
3.	Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)	☐	☐	☐	☐	☐
4.	Konaklama tesisi sayısının artması (Ör. otel, misafirhane vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
5.	Yerel ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi (Ör. Tren,otobüs)	☐	☐	☐	☐	☐
6.	Yerel işletmelerin ticaret hacminin artması	☐	☐	☐	☐	☐
7.	Yerel halk için iş fırsatlarının artması	☐	☐	☐	☐	☐

8.	Ekonomik koşulların iyileştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
9.	Yerel halkın gelirinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
10.	Yerel halkın milli duygularının gelişmesi	☐	☐	☐	☐	☐
11.	Toplumsal birlik ve beraberlik ruhunun güçlendirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
12.	Vatanseverliğin güçlendirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
13.	Toplumsal çatışmasının azalması	☐	☐	☐	☐	☐
14.	Toplumun aidiyet (bağlılık) duygusunu artması	☐	☐	☐	☐	☐
15.	Kültürel etkinlik sayısını arttırması	☐	☐	☐	☐	☐
16.	Yerel kültürün korunması için teşvik sağlaması	☐	☐	☐	☐	☐
17.	Yerel halkın yeni insanlarla tanışması için fırsat sağlaması	☐	☐	☐	☐	☐
18.	Uluslararası etkinliklere ilginin artması	☐	☐	☐	☐	☐
19.	Kaliteli eğlence fırsatı sağlaması	☐	☐	☐	☐	☐
20.	Ev sahibi toplumda heyecan oluşturmaları	☐	☐	☐	☐	☐
21.	Ev sahibi toplumun tanınırlığını arttırması	☐	☐	☐	☐	☐
22.	Bölge ya da yörenin imajının iyileşmesi	☐	☐	☐	☐	☐
23.	Ülkenin toplumsal kimliğinin gelişmesi	☐	☐	☐	☐	☐
24.	Trafik sıkışıklığına sebep olması	☐	☐	☐	☐	☐
25.	Park yeri bulma zorluğu oluşturmaları	☐	☐	☐	☐	☐
26.	Toplu taşıma araçlarını kullanmayı zorlaştırması	☐	☐	☐	☐	☐
27.	Yolların kapanma ve trafiğin aksama olasılığının artması	☐	☐	☐	☐	☐
28.	Çöp ve atık miktarının artması	☐	☐	☐	☐	☐
29.	Hava kirliliğinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
30.	Gürültü kirliliğinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
31.	Yeni tesislerin çevre kirliliğini arttırması	☐	☐	☐	☐	☐
32.	Suç oranının artması	☐	☐	☐	☐	☐
33.	Terör riskinin artması (ör. bomba tehdidi, siber vb.)	☐	☐	☐	☐	☐

34.	Ziyaretçilerden gelen rahatsızlıkların artması (Ör. holiganlar, bozukluk ve vandalizm)	☐	☐	☐	☐	☐
35.	Etkinlik için yeni altyapıya aşırı harcama yapılması	☐	☐	☐	☐	☐
36.	Uluslararası düzeydeki ağırlama ve eğlenceler için yapılan harcamanın artması	☐	☐	☐	☐	☐
37.	Bölge ve yöredeki ürünlerin fiyatlarının artması	☐	☐	☐	☐	☐
38.	Kamusal borçların artması	☐	☐	☐	☐	☐
39.	Yerel halka etkinlikte öncelik verilmemesi	☐	☐	☐	☐	☐
40.	Yerel halkın yaşam düzeninin bozulması	☐	☐	☐	☐	☐
41.	Ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma meydana gelmesi	☐	☐	☐	☐	☐

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet:	☐ Bay	☐ Bayan
Yaş:	☐ 20 ve altı	☐ 21-25 ☐ 26-30 ☐ 31-35 ☐ 36-40 ☐ 41-45 ☐ 46-50 ☐ 51 +
Eğitim Durumu:	☐ İlköğretim ☐ Lisans ☐ Lise ☐ Yüksek Lisans ☐ Ön lisans ☐ Doktora	
Medeni Durum:	☐ Evli ☐ Bekâr	
Aylık Gelir:	☐ 1500 TL ve Altı ☐ 1501-2000 TL ☐ 2001-2500 TL ☐ 2501-3000 TL ☐ 3001-3500 TL ☐ 3501 TL ve Üstü	

Ek 4. Araştırmada Kullanılan Anket Formu

ANKET FORMU					
Sayın Katılımcı; <i>Bu anket ile elde edilen veriler, yürütmekte olduğumuz “23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’nın Ankara Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi” isimli yüksek lisans tez çalışması için kullanılacaktır. Çalışmamızda hiçbir kişi veya kurum ismi zikredilmeyecek, kişisel ve kurumsal bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. Lütfen, ilk 30 soruyu pandemi dönemi öncesine, son açık uçlu soruyu ise pandemi dönemine göre cevaplayınız. Değerli zamanınızı ayırıp katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.</i> Tez Danışmanı Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak mkozak@anadolu.edu.tr Araştırmacı Dilek Mutlu dilek_mutlu@anadolu.edu.tr					
İFADELER	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Aşağıdaki ifadeleri okuyup, her bir ifadedeki görüşe katılma durumunuzu ilgili kutucuğa (X) işareti koyarak belirtiniz. Lütfen en az katıldığınız ifade için 1’i en fazla katıldığınız ifade için 5’i işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Temizlik imkanlarının gelişmesi (Ör. tuvaletler)	☐	☐	☐	☐	☐
2. Yerel ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi (Ör. Tren,otobüs)	☐	☐	☐	☐	☐
3. Yerel halk için iş fırsatlarının artması	☐	☐	☐	☐	☐
4. Ekonomik koşulların iyileştirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
5. Yerel halkın gelirinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
6. Yerel halkın milli duygularının gelişmesi	☐	☐	☐	☐	☐
7. Toplumsal birlik ve beraberlik ruhunun güçlendirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
8. Vatanseverliğin güçlendirilmesi	☐	☐	☐	☐	☐
9. Toplumsal çatışmasının azalması	☐	☐	☐	☐	☐
10. Toplumun aidiyet (bağlılık) duygusunu artması	☐	☐	☐	☐	☐
11. Kültürel etkinlik sayısını arttırması	☐	☐	☐	☐	☐
12. Yerel kültürün korunması için teşvik sağlaması	☐	☐	☐	☐	☐
13. Uluslararası etkinliklere ilginin artması	☐	☐	☐	☐	☐
14. Kaliteli eğlence fırsatı sağlaması	☐	☐	☐	☐	☐
15. Trafik sıkışıklığına sebep olması	☐	☐	☐	☐	☐
16. Park yeri bulma zorluğu oluşturmaması	☐	☐	☐	☐	☐
17. Toplu taşıma araçlarını kullanmayı zorlaştırması	☐	☐	☐	☐	☐

18.	Yolların kapanma ve trafiğin aksama olasılığının artması	☐	☐	☐	☐	☐
19.	Çöp ve atık miktarının artması	☐	☐	☐	☐	☐
20.	Hava kirliliğinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
21.	Gürültü kirliliğinin artması	☐	☐	☐	☐	☐
22.	Yeni tesislerin çevre kirliliğini arttırması	☐	☐	☐	☐	☐
23.	Suç oranının artması	☐	☐	☐	☐	☐
24.	Terör riskinin artması (ör. bomba tehdidi, siber vb.)	☐	☐	☐	☐	☐
25.	Ziyaretçilerden gelen rahatsızlıkların artması (Ör. holiganlar, bozukluk ve vandalizm)	☐	☐	☐	☐	☐
26.	Bölge ve yöredeki ürünlerin fiyatlarının artması	☐	☐	☐	☐	☐
27.	Kamusal borçların artması	☐	☐	☐	☐	☐
28.	Yerel halka etkinlikte öncelik verilmemesi	☐	☐	☐	☐	☐
29.	Yerel halkın yaşam düzeninin bozulması	☐	☐	☐	☐	☐
30.	Ziyaretçilerle yerel halk arasında çatışma meydana gelmesi	☐	☐	☐	☐	☐

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Cinsiyet: ☐ Bay ☐ Bayan

Yaş: ☐ 20 ve altı ☐ 21-25 ☐ 26-30 ☐ 31-35
☐ 36-40 ☐ 41-45 ☐ 46-50 ☐ 51 +

Eğitim Durumu: ☐ İlköğretim ☐ Lisans
☐ Lise ☐ Yüksek Lisans
☐ Ön lisans ☐ Doktora

Medeni Durum: ☐ Evli ☐ Bekâr

Aylık Gelir: ☐ 1500 TL ve altı ☐ 1501-2000 TL ☐ 2001-2500 TL
☐ 2501-3000 TL ☐ 3001-3500 TL ☐ 3501 TL ve üzeri

Özel Soru: 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramının 2020 yılında Covid-19 virüs pandemisi nedeniyle kutlanamamış olması, Ankara turizmne nasıl yansımıştır? Lütfen görüşlerinizi yazınız.

Ek 5. Katkı ve Maliyet İle İlgili İfadeler Yönelik Normallik Analizi Sonuçları

	Ort.	St. Sapma	Varyans	Çarpıklık	K-S
Katkı	4,26	0,717	0,515	-1,389	0,069
Maliyet	3,32	1,001	1,076	-0,219	0,124

Ek 6. 23 Nisan Bayramının Katkıları ve Maliyetlerinin Demografik Özellikler İle İlişkisi

İfade	Cinsiyet	N	Ort.	St. Sapma	t-Değeri	Anlam Düzeyi (p)
Sosyoekonomik Maliyet	Kadın	219	3,08	1,107	-,071	,944
	Erkek	188	3,09	1,160		
Fiziksel Çevre Maliyeti	Kadın	219	3,57	1,117	-1,094	,274
	Erkek	188	3,68	1,202		
Kültürel Katkı	Kadın	219	4,41	,774	-,975	,330
	Erkek	188	4,49	,707		
Ekonomik Katkı	Kadın	219	4,10	,907	-,515	,607
	Erkek	188	4,14	,902		
Sosyal Katkı	Kadın	219	4,24	,853	,370	,711
	Erkek	188	4,20	,893		
Sosyoekonomik Maliyet	Evli	225	3,08	1,135	-,078	,938
	Bekar	182	3,09	1,128		
Fiziksel Çevre Maliyeti	Evli	225	3,51	1,167	-2,097	,698
	Bekar	182	3,75	1,135		
Kültürel Katkı	Evli	225	4,43	,760	-,388	,037
	Bekar	182	4,46	,725		
Ekonomik Katkı	Evli	225	4,09	,935	-,707	,480
	Bekar	182	4,15	,864		
Sosyal Katkı	Evli	225	4,15	,912	-1,734	,084
	Bekar	182	4,30	,811		
	20 ve altı	5	2,4667	1,72741	,730	,647

Sosyoekonomik Maliyet	21-25	51	3,3028	1,17296		
	26-30	75	3,1141	1,10629		
	31-35	66	3,1246	1,10795		
	36-40	62	2,9731	1,23658		
	41-45	45	3,1383	,89898		
	46-50	46	3,1063	1,12582		
	51+	57	2,9435	1,16253		
Fiziksel Çevre Maliyeti	20 ve altı	5	4,4400	,60663	3,328	,002
	21-25	51	4,4196	,66363		
	26-30	75	4,5173	,70373		
	31-35	66	4,0584	,54603		
	36-40	62	4,4581	,80522		
	41-45	45	4,3511	,84224		
	46-50	46	4,2348	,94686		
	51+	57	3,1980	,68923		
Kültürel Katkı	20 ve altı	5	2,6857	1,67332	2,044	,049
	21-25	51	3,6611	1,10987		
	26-30	75	3,7467	1,10970		
	31-35	66	4,0584	1,04768		
	36-40	62	3,6037	1,23337		
	41-45	45	3,6254	,98847		
	46-50	46	3,4379	1,12744		
	51+	57	3,1980	1,23858		
Ekonomik Katkı	20 ve altı	5	4,8000	,28284	1,255	,272
	21-25	51	4,1529	,77314		
	26-30	75	4,1200	,91887		
	31-35	66	4,2939	,74687		

	36-40	62	4,1226	1,08302		
	41-45	45	4,0533	,90895		
	46-50	46	3,8870	,98129		
	51+	57	4,0807	,89192		
Sosyal Katkı	20 ve altı	5	4,5500	,87321	2,229	,031
	21-25	51	4,3382	,66675		
	26-30	75	4,3233	,88032		
	31-35	66	4,4091	,78769		
	36-40	62	4,2823	,85589		
	41-45	45	3,9111	1,10802		
	46-50	46	4,0054	1,01172		
	51+	57	4,1228	,71671		
Sosyoekonomik Maliyet	İlköğretim	17	3,8824	,93415	6,314	,000
	Lise	119	3,3287	1,16475		
	Ön lisans	53	3,3145	1,07345		
	Lisans	174	2,8206	1,05508		
	Yüksek lisans	31	3,1039	1,29320		
	Doktora	13	2,4615	,61838		
Fiziksel Çevre Maliyeti	İlköğretim	17	3,7647	,97146	,413	,840
	Lise	119	3,7035	1,20218		
	Ön lisans	53	3,7170	1,05704		
	Lisans	174	3,5575	1,18698		
	Yüksek lisans	31	3,5023	1,24642		
	Doktora	13	3,5934	,77995		
Kültürel Katkı	İlköğretim	17	4,3647	,91988	,836	,525
	Lise	119	4,4168	,76472		

	Ön lisans	53	4,4113	,64500		
	Lisans	174	4,5138	,72840		
	Yüksek lisans	31	4,2774	,85585		
	Doktora	13	4,6154	,62961		
Ekonomik Katkı	İlköğretim	17	4,1529	,93683	1,018	,407
	Lise	119	4,1193	,88311		
	Ön lisans	53	4,2566	,94003		
	Lisans	174	4,1425	,88372		
	Yüksek lisans	31	3,8129	1,06950		
	Doktora	13	4,0154	,72324		
Sosyal Katkı	İlköğretim	17	4,0294	1,30469	,479	,792
	Lise	119	4,2479	,82306		
	Ön lisans	53	4,1604	,76286		
	Lisans	174	4,2716	,88372		
	Yüksek lisans	31	4,0968	,93023		
	Doktora	13	4,2500	,80364		
Sosyoekonomik Maliyet	1500 ve altı	36	3,2037	1,27339	2,309	,044
	1501-2000	16	3,5486	1,02276		
	2001-2500	45	3,2963	1,16100		
	2501-3000	58	3,2778	1,12741		
	3001-3500	91	3,0952	1,02380		
	3501 ve üzeri	161	2,8854	1,13505		

Fiziksel Çevre Maliyeti	1500 ve altı	36	3,6518	1,08166	1,648	,146
	1501-2000	16	3,4476	1,21394		
	2001-2500	45	3,7537	1,13934		
	2501-3000	58	3,8807	1,09218		
	3001-3500	91	3,5173	1,18170		
	3501 ve üzeri	161	3,5934	,77995		
Kültürel Katkı	1500 ve altı	36	4,3222	,75144	1,034	,397
	1501-2000	16	4,2750	,78735		
	2001-2500	45	4,3911	,77549		
	2501-3000	58	4,4034	,60181		
	3001-3500	91	4,5780	,78925		
	3501 ve üzeri	161	4,4596	,62961		
Ekonomik Katkı	1500 ve altı	36	4,1278	,92230	,163	,976
	1501-2000	16	4,1250	,67281		
	2001-2500	45	4,1511	,86356		
	2501-3000	58	4,1966	,92413		

	3001-3500	91	4,0637	,86352		
	3501 ve üzeri	161	4,1180	,95537		
Sosyal Katkı	1500 ve altı	36	4,2431	,96177	,579	,716
	1501-2000	16	4,2500	,73641		
	2001-2500	45	4,3056	1,05871		
	2501-3000	58	4,1422	,77538		
	3001-3500	91	4,3297	,88944		
	3501 ve üzeri	161	4,1693	,80364		

ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı: Dilek MUTLU BAYIN

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim Geçmişi:

2021, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Yüksek Lisans Programı. Eskişehir

2016, Ege Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Konaklama İşletmeciliği Lisans Programı. İzmir

2012, Beşevler Turizm ve Meslek Lisesi, Ankara

Mesleki Geçmişi:

02.04.2018- Devam Ediyor, Bilet Satış Temsilcisi, Ariva Turizm, Seyahat Acentesi.

02.01.2017 - 16.03.2018, Bilet Satış Temsilcisi, Uygur Turizm, Seyahat Acentesi.

Yayınları:

KOZAK, M. A. ve MUTLU, D. (2019). Eskişehir'in Turistik Tanıtımı: Kurtuluş Savaş Alanları. Ö. TÜTÜNCÜ (Editör), *Rekreasyon Araştırmalarında Yeni Yaklaşımlar* içinde (s. 168- 176). Ankara: Detay Yayınevi.

KOZAK, M. A. ve MUTLU, D. (2020). Dünden Bugüne 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Etkinlikleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(TBMM'nin 100. Yılı ve Millî İrade Özel Sayısı), 16-29.