Yerel Halkın Festival Etkilerine Yönelik Algılarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma** (An Investigation on the Evaluation of Perceptions on the Festival Effects of Local Public)

Cemre TOKATLI*, İlke BAŞARANGİL**, Takican METİN***

*A Kırklareli University, Institute of Social Science, Department of Tourism Management, Kırklareli/Turkey  
**Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Kırklareli/Turkey  
***Kırklareli University, Faculty of Tourism, Department of Recreation Management, Kırklareli/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 09.12.2019  
Kabul Tarihi: 17.02.2020  
Anahtar Kelimeler  
Etkinlik turizmi  
Festivaller  
Festival etki boyutları  
Memnuniyet  
Sadakat

Keywords  
Event tourism  
Festivals  
Festival impact dimensions  
Satisfaction  
Loyalty

Öz

Bu araştırmada Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali’ne katılan yerel halkın festival etkilerine yönelik algıları, algıladıkları değer, memnuniyet ve sadakatleri ölçülmiştir. Araştırmada festivale katılan 97 yerli halk ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Kolayda örnekleme metoduna başvurulmuştur. Veriler için frekans ve yüzdelerdenden, ortalamadan faydalanılmış ve güvenilirlik testleri uygulanmıştır. Festival katılımcılarının demografik özellikleri arasında büyük çoğunluk erkek, lise düzeyinde eğitimli, 25-45+ yaş düzeyinde, öğrenci, turizm ve kamu çalışanlarından oluşmaktadır. Bu yerli halk, 16 yıldan fazla bir süredir Şile’de yaşıyor. Ayrıca festival etki unsurlarından “Toplum Gururu” en yüksek ortalamaya sahipdır. Diğer önemli bulgulardan biri yerel halkın festivali para, zaman ve enerji harcamaya değer olduğunu ifade ederek festivali yönelik algıladıkları değer belirtmiştir. Yerli halkın önemli kısmı festivalden memnuniyet duymaktadır ve festivali tekrar katılmayı düşünmektedirler.

Abstract

In this research, the perception of the local people who participated in the International Şile Cloth Culture and Art Festival and their perceived value, satisfaction and loyalty were tried to be measured. In this research, face to face questionnaires were applied to 97 local people who participated in the festival. Easy sampling method was used. For data, frequencies and percentages, averages were used and reliability tests were applied. Among the demographic characteristics of the festival participants, most of them are male, high school educated, 25-45+ age group, students, tourism and public employees. These indigenous people have lived in Şile for more than 16 years. In addition, “Community Pride”, one of the festival influences, has the highest average. Another important finding is that local people stated that the festival is worth spending money, time and energy and stated the perceived value for the festival. The majority of the local people are pleased with the festival and are planning to attend the festival again.

* Sorumlu Yazar  
E-posta: ilkekaya33@hotmail.com (İ. Başarangil)

DOI: 10.21325/jotags.2020.542

** Bu çalışma 2019 yılında Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde kabul edilen “Yerel Halkın Festivallerine Yönelik Algılarının Algılanan Değer, Festival Memnuniyeti ve Festival Sadakatı Üzerindeki Etkisi: Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali Örneği” başlıklı Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir. Bu tezin gerçekleştirilmesinde İlke BAŞARANGİL ise danışman, Takican METİN ise resmi olarak yardımcı danışman olarak görev almıştır.

175
GİRİŞ

Etkinlik tarihine bakıldığında, hastalık, sağlık, başarı ya da başarısızlıkların tanrıdan geldiğine inanan toplumların düzenlemiş olduğu ayinler de inanış sebebi ile özel etkinliklerin yapımasına zemin hazırlamıştır. “Event” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan etkinlik kavramı (Argan & Yüncü, 2015, s. 1-2) olay olarak adlandırılsa da daha çok etkinlik kavramı olarak kullanılmaktadır (Argan, 2007, s. 445). Etkinlikler, insanların ortak hareketi ile toplumsal ya da bireysel ihtiyaçlarını gidermek, bir grup ve örgüt olarak ortak amaçlara ulaşmak, ortak bir duygu paylaşmak ve toplum içinde sosyal bir varlık olabilmek gibi amaçlarla düzenlenmiş olaylardır (Ekin, 2011, s. 3). Etkinlik, etkinliğe katılımda hazır bulunan kişiler üzerinde bir etki yaratmak için planla ve özenle hazırlanmış bir deneyimdir” (Silvers, 2004, s. 2). Etkinlik kavramı, çeşitli sosyal, kültürel, ekonomik hedef ve amaçlara ulaşmak için düzenlenen ritüeller, gösteriler, kutlamalar ve özel bir durumu kutlamak için kullanılmaktadır (Argan & Yüncü, 2015, s. 2). Kültür maşası bir etkinlik olan festivaller ise kültürel üretim ve tüketiminin önemli bir parçasıdır. Destinasyonun sahip olduğu turizm çekicilikinin vurgulandığı festivallerle destinasyonun tanıtımı ve özelliklerine vurgu yapılarak dikkat çekilmesi sağlanabilmektedir (Şengül & Genç, 2016, s. 79).

Dünya çapında birçok toplum ortaya çıkmakta olan kültürel çeşitliliği ile birlikte, iyi bütünleşmiş çok kültürlü toplumlar inşa etmenin ve bu süreçte anlamının önemini artırmaktadır (Lee, Arcodia & Lee, 2011, s. 334). Festivaller, genellikle kültür portföyün bir parçası olarak kabul edilmektedir. Festival ve etkinlikleri hem ekonomik hem de kültürel açıdan faydalı olmaktadır. Destinasyonlar arası rekabeti sağlamak ve diğer destinasyonlardan farklılığını ortaya çıkartmak için festival ve etkinlikler, bölgeye turist çekmek için önem arz eden organizasyonlar arasında yer almaktadır. Destinasyonun sahip olduğu turizm çekiciliklerini vurguladığı festivallerde destinasyonun tanıtımı ve özelliklerine vurgu yapılarak dikkat çekmesi sağlanabilmektedir.

Teorik Çerçeve

Etkinlik Kavramı

Genel olarak destinasyonlar “turistler tarafından ziyaret edilen ve diğer destinasyonlardan ayrı özellikleri olan yerler” olarak tanımlanmaktadır (Çakmak & Kök, 2012, s. 82). Bir destinasyonu ve turizm ürününü oluşturan bileşenlerden biri olan etkinlikler ise (Yüksek, 2014, s. 23; Albayrak, 2013, s. 1; Kozak, 2010, s. 129) turistlerin tatiller, eğlence, spor etkinlikleri ve boş zamanlarında aldıkları mal ve hizmetler bütününe oluşturmakta (Yüksek, 2014, s. 23). Dünya genelindeki birçok organizasyon, festival, fuar ve kongre, spor etkinlikler (Dünya Kupası, yaz ve kış olimpiyatları vb.) yerel, bölgesel, ulkesel olarak sınıflandırularak etkinlik adı altında adlandırılmaktadır (Kozak, 2010, s. 129). Etkinlikler turizmin önemli motivasyon ve destekleyici kaynağıdır. Destinasyonların pazarlama ve geliştirme planlarında goze çarpmaktadır (Getz, 2008, s. 403). Turistik etkinliklerin düzenlenmesi, bir destinasyonun turizm potansiyelini olumlu yönde etkilemektedir (Mogollón &
Fernández, 2014, s. 84). Getz (1997, s. 16) etkinlik turizmini; “Etkinliklere katılan turist sayısını arttırmak için birincil ya da ikincil turist çekicilikleri olarak etkinliklerin planlanması, geliştirilmesi ve pazarlanmasıdır” şeklinde tanımlamıştır. Etkinlik turizmi, olayların ve etkinliklerin ekonomik faydalarını gerçekleştirmek için hedef geliştirme ve pazarlama stratejisini tanımlamak için turizm literatüründe kullanılan bir terimdir (Getz, 2008, s. 23). Etkinlik turizmi planlanmış kültür, sportif, politik, eğlence ve iş amaçlı etkinlikleri kapsamaktadır. Bu etkinlikler; festivaler, parklar ve benzeri yerlerdeki programlanmış etkinlikler, olimpik oyunlar, dünya çapındaki fuarlar, büyük çaplı kongreler, resmi ziyaretler ve uluslararası hükümet düzeyindeki asambleler, toplantılar ve parıltı ve partiler şeklinde gerçekleşen büyük ve planlanmış ziyaretçiдресi yonelik etkinliklerdir (Karagöz, 2006, s. 5). Etkinlik turizmi, yöneticilerin ve etkinliklerin arz ve talep edilme durumlarına göre değişmektedir. Getz (2008, s. 406) etkinlik turizminin sınıflandırılması alt başlıklar altında şu şekilde ifade edilmiştir:

- Arz ve talep boyutuna göre
- Ölçeğine göre
- Temalara göre sınıflandırılmıştır.
Şekil 2. Heenan’ın Kavramsal Etkinlik Modeli (Ekin, 2011, s.11)

Şekil 2’de görüldüğü gibi Tip I etkinlikler (örn., Vize Tarih ve Kültür Festivali, Pınarhisar Kültür Sanat ve Gençlik Festivalleri vb.), sadece yerel halk tarafından benimsenmiş ve yerel halkı hedef alan etkinliklerdir. Tip II’de (örn., İstanbul Uluslararası Kukla Festivali) ise etkinliğin teması yerel kültüre ve geleneklere dayanmasına rağmen, Tip I’in antitezidir. Bu etkinliklerde görev alan üst düzey personel ve finans kaynakları bölge dışından sağlanmakta ve etkinlik için belirlenen hedef kitle bölge dışındaki insanların kapsamaktadır. Tip III’te (örn., EMİTT Fuar Etkinlikleri) bulunanlar, diğer iki etkinlik tipinin olumlu özelliklerini birleştiren etkinliklerdir (Karagöz, 2006, s. 10).

Ölçeklerine Göre Etkinlikler

Etkinlikler ölçeklerine göre çeşitli sınıflandırmalaraya ayrılmaktadır. Her etkinliğin hitap ettiği kitle ve amaçları farklıdır. Masterman (2004)’e göre özel etkinlikler ölçeğine göre sınıflandırıldığında olağan ve özel olarak ikiye ayrılmaktadır. Özel etkinlikler kendi içerisinde büyük ölçekli ve küçük ölçekli etkinlikler olarak ikiye ayrılır ama bu büyük ölçekli etkinlikler ise mega ve hallmark olarak ikiye ayrılmaktadır.

Özel (plantli) etkinlikler: Normal etkinlikler dışında nadir ve özel olarak planlanmış etkinliklerdir. Jago ve Shaw, özel etkinliklerin temel özelliklerini şu şekilde sıralamıştır: (Karagöz, 2006, s.14).

- Sınırlı ve belirli süreli gerçekleşmesi,
- Bir kez veya nadiren gerçekleşmesi,
- Bir bölgenin farkındalığını ve imajını artırması,
- Sosyal deneyim sunması,
- Sıradanlığın dışına çıkması.

Küçük Ölçekli (Minör) Etkinlikler

Küçük(minör) etkinlikler katılmını sayısının az olduğu, genellikle kısırlık alanlarında ya da küçük yerleşim yerlerinde gerçekleşen ve medya ilgisinin düşük olduğu, çok fazla ilgi görmeyen fakat yerel halka yönelik etkinliklerdir (Tokay Argan & Yüncü, 2015, s.11). Küçük etkinliklere örnek olarak yöre ve köylerde yapılan şenlikleri verebiliriz.

Büyük Ölçekli (Majör) Etkinlikler
Büyük (majör) etkinlikler katılımcı sayısının çok fazla olduğu, ulusal ve uluslararası olan büyük şehir ve ülkelerde yapılan, medyanın ve insanların ilgisini çeken belirli alanlarda yapılan etkinliklerdir (T. Argan & Yüncü, 2015, s. 11). Büyük etkinlikler statüsü veya prestij yüksek olan, geniş medya dikkatini çeken, geniş bir kitleyce bedene, belli geleneğe sahip olan ve festivaller vb. türde etkinlikleri içeren, sahnelenecek için yüksek maliyet gerektiren, etkinlik sahibi büyük gelir getiren özel bir etkinlik olarak tanımlanmıştır (Masterman, 2004, s. 17). Büyük (Majör) etkinlikler kendi arasında Hallmark ve mega etkinliklər olarak ikiye ayrılmaktadır.

**Hallmark etkinlikler:** Belirli ve sınırlı bir süre içerisinde gerçekleşen sürekli ve düzenli olarak tekrarlanan, farklı temaları ile hitap ettiği kesimin farklı olduğu ve geniş bir kitlenin katıldığı, destinasyonun adı ile anılan, medyanın büyük ilgisini çeken ulusal ve uluslararası ölçekli isim yapmış etkinliklerdir (T. Argan & Yüncü, 2015, s. 12). Hallmark etkinlikler arasında; 10 th Annual Hallmarket Art Festival, Disney Tim Burton’s The Nightmare Before, Gift of Memories Keepsake Ornament Event vb. etkinlikler gelmektedir.

**Mega Etkinlikler:** Getz (1997) mega etkinlikleri “büyüklikleri ve önemleri bakımından yüksek düzeyde turizm hareketine sebep olan, medya kapsamı çok geniş, prestijli, hem yerel halka hem de destinasyona yüksek oranda ekonomik katkı sağlayan etkinlikler” olarak tanımlamaktadır (Getz, 1997, s. 62’den akt. Babacan & Göztaş, 2011, s.14). Bu etkinliklere uluslararası olimpiyatlar, EXPO’lar, festivaller örnek verilebilir.

**Temalara Göre Etkinlikler**

Etkinliğin teması ve içeriği temel bir değişkendir. Bu kategori altında çok fazla etkinlikten söz etmek mümkündür. Bunlar, rekreasyon etkinlikleri, kültürel ve dinsel etkinlikler, spor etkinlikleri, iş amaçlı etkinlikler, politik etkinlikler, eğitimsel ve bilimsel toplantılar, toplumsal kutlamalar ya da festivaller, sanat ve eğlence etkinlikleri olarak kendi içerisinde çeşitli kollara dağılmaktadırlar (Getz, 1997, s.6-7’den akt. Karagöz, 2006, s. 16).

| TEMALARINA GÖRE ETİKNLİKLER | KÜLTÜREL KUTLAMALAR | SPOR ETİKNLİKLERİ | İŞ AMACLI / TİCARİ | EĞİTİMSEL VE BİLİMSEL | REKREASYONEL | POLITİK | ÖZEL ETİKNLİKLER |
|-------------------------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|--------|------------------|
| Festivaller                   | Profesyonel        | Fuarlar, Pazarlar| Seminerler, Workshop | Eğlence Amaçlı Oyunlar Ve Spor Etkinlikleri | Eğlence Etkinlikleri | Resmi Törenler | Bireysel Kutlamalar |
| Karnavallar                   | Amatör              | Ticari Gösteriler| Kongreler         | Eğlence Amaçlı Oyunlar Ve Spor Etkinlikleri |            |        | Yıldönümüleri |
| Dinsel Etkinlikler           |                     | Sergiler         |                  |                |            |        | Aile tatiller |
| Törenler                      |                     | Toplantı ve Konferanslar |                |                |            |        | Partiler, Galalar |
| Tarihi Törenler               |                     | Tamgıt Etkinlikleri |                |                |            |        | Rezonans |
| Metasimler                   |                     |                  |                |                |            |        |                  |

**Kaynak:** (Getz, 1997, s.7’den akt. Karagöz, 2006, s.16)
Festivaller ve Etkileri

Festival turizmi, kültür turizminin bir alt bileşenidir ve sanat, popüler müzik, eğlence ve temal etkinliklerin talebini arttırmaktadır (Nurse, 2001, s.9). Festivaller, tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselmiş ve sürdürülebilirliği sağlanan toplumun kolektif belleğinde yer alan kültürel etkinliklerdir (Atak, 2009, s.37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyotlara gerçekleştirdiği toplumlara birleştiren kulümlamalar olarak ifade edilebilir (Şengül & Genç, 2016, s.80).

Festivaller, ülkelerin sahip olduğu olumsuz imajı düzeltmede ve olumlu imajı geliştirme odaklı önemli etkilere sahiptir. Festival turizmi, kültür turizminin bir alt bileşenimdir ve sanat, popüler müzik, eğlence ve temalı etkinliklerin talebini arttırmaktadır (Nurse, 2001, s.9).

Festivaller, tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselmiş ve sürdürülebilibilirliği sağlanarak toplumun kolektif belleğinde yer alan kültürel etkinliklerdir (Atak, 2009, s.37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyotlara gerçekleştirdiğini belirtmektedir (Şengül & Genç, 2016, s.80).

Festivaller, toplumun kolektif belleğinde yer alarak kültürel etkinliklerdir. Festivaller, tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselmiş ve sürdürülebilibilirliği sağlanarak toplumun kolektif belleğinde yer alan kültürel etkinliklerdir (Atak, 2009, s.37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyotlara gerçekleştirdiğini belirtmektedir (Şengül & Genç, 2016, s.80).

Festivaller, tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselmiş ve sürdürülebilibilirliği sağlanarak toplumun kolektif belleğinde yer alan kültürel etkinliklerdir (Atak, 2009, s.37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyotlara gerçekleştirdiğini belirtmektedir (Şengül & Genç, 2016, s.80).

Festivaller, tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselmiş ve sürdürülebilibilirliği sağlanarak toplumun kolektif belleğinde yer alan kültürel etkinliklerdir (Atak, 2009, s.37). Festivaller, birçok farklı nedenlerle belirli zamanlarda belirli periyotlara gerçekleştirdiğini belirtmektedir (Şengül & Genç, 2016, s.80).

Araştırma'nın Amacı ve Önemi

Turizm, geliştiği destinasyonlara önemli katkılarla bulunan bir olgudur. Destinasyonlar turistik çekiciliklerini arttırmak için farklı turizm çeşitlerine yönelmektedirler. Etkinlikler turizmin önemli ve motive edici unsuruştur. Destinasyonların gelişim ve pazarlama planlarında belirgin şekilde yer almaktadır (Getz, 2008, s.403). Etkinlikler, destinasyonu yönelik seyahat motivasyonu yaratmada önemlidir ve diğer tâtil destinasyonlarına kıyasla rekabet avantajı yaratarak, turizm destinasyonunun gelişim planları içinde yer alır (Ispas & Hertonu, 2011, s.127). Etkinlik turizmi, destinasyonu her yöndeyle ziyaretçiyi sanan bir turizm çeşididir. Destinasyonlar kültürel, sosyal, doğal yapı ve birçok yönü ile ziyaretçiyi etkilemek için farklı etkinliklere ev sahipliği yaparak bu avantajı kullanmaktadır. Doğal
çekicilikleri konusunda yetersiz olan destinasyonlar bile etkinlikler ile bu açığı kapatabilmeaktedirler. Örneğin, Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali, günümüze yetkin bir şekilde hafta sonu tatili gibi İstanbul’da yaşayan kişilere kaçırmaktadır. Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali, yerel halkın festival tarihinin dahi olması, kültüreller ve sanatsal aktivitelerin yoğun yaşanması ve bölgeye yerel değer vermesiyle etkinlikler aynı anda yer alacaktır. Ayrıca geçişteki festival turizm üzerine yapılan araştırmalardan farklı olarak festival etki boyutlarını yer alırsa yer alırsa festival etkinliği için oldukça önemli bir etkinliktir. Ayrıca geçmişteki festival turizm üzerine yapılan araştırmalardan farklı olarak festival etki boyutlarına yer verilmemiş olması nedeniyle çalışmanın özgün olduğu söylenebilir. Bu enderlerden yola çıkarak bu araştırma ve festival hakkında alıntıları değer, festival memnuniyeti ve festival sadakati var mıdır?

Araştırmmanın Örneklemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın örneklemini, İstanbul ilinin Şile ilçesinde yaşayan ve festival katılan yerel halktan oluşmaktadır. Bu pilot araştırmada nicel araştırma yönteminin basvurulmuş, veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır: ilk bölümünde Şile’de yaşayan yerel halka yönelik festival etki unsurlarına, ikinci bölümde demografik değişkenler ve Şile’de ikamet etme durumuna yer verilmiştir. Veri toplama aracı olarak, Toplum Gururu (Chen, 2011), Ekonomik Faydalar (Chen, 2011), Kişisel Faydalar (Chen, 2011; Lee, Arcodia & Lee, 2012), Toplumun Yaşam Kalitesi (Chen, 2011; Güroyst, Kim & Uysal, 2004) ve Olumsuz Etkiler (Chen, 2011; Güroyst, Kim & Uysal, 2004) boylamları ölçmek için çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır. Ayrıca festivalin Algılanan Değişeri (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016), Festival Memnuniyeti (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016) ve Festival Sadakati (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016; İlban vd., 2016) boylamları için farklı kaynaklardan ölçekler kullanılmıştır.

Anketin katılımcılara uygulanmadan önce alanında uzman (akademisyen ve sektörde daha önce çalışmış kişiler) 3 kişinin görüşleri alınmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Veri toplama aracıın hata ve eksiklerinin belirlenmesi, geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması için yerel halk üzerinde pilot araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırımda kolayda örneklem yöntemi uygulanmıştır. Araştırma kapsamında 1-30 Ocak 2017 tarihleri arasında Şile ilçesinde festival katılan 97 yerli halk ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonucunda toplam veriler SPSS 22 programında değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde frekans ve yüzde değerler ile sıklıkların faydalanmıştır.

Araştırmının Bulguları

Araştırmanın amacına uygun olarak tanımlayıcı analizlerden faydalanılmıştır. Aşağıdaki tabloda yapılan analizin sonuçlarına göre pilot çalışmaya katılan yerli halkın %39,2’si kadın, %60,8’i erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların %50,5’i evli, %49,5’i bekârdır. Çalışmaya katılan katılımcıların öğrenim düzeyi değişkeni jealousy of the destinasion and this potential can be exploited. For example, the International Şile Bezi Culture and Art Festival, a weekend or holiday trip in Istanbul, is a great escape opportunity for people living in Istanbul. The International Şile Bezi Culture and Art Festival, the local people’s participation in the festival, the density of cultural and artistic activities and the region’s emphasis on local values is very important for both local and foreign tourists. Additionally, the festival was not included in previous research on festival tourism as different from the festival impact dimension may be considered as the originality of the study. Based on these grounds, the research questions below are answered in the following part; The festival participants’ demographic characteristics?

- S2: Festival participants’ age in Şile?

- S3: Factors affecting festival participants?

- S4: Festival participants’ awareness of the festival, festival satisfaction and festival loyalty are there?

The research sample; The research sample included people living in Şile district of Istanbul and participating in the festival. In this pilot study, the number of data collection methods was used, which is a numerical research method. In the data collection phase, the survey is used as a data collection tool. The survey form consists of two sections: the first section is about festival impact factors for local people living in Şile, and the second section is about demographic factors and Şile living situation. As data collection tools, Gürsoy, Kim & Uysal (2004), Social Status (Chen, 2011; Gürsoy, Kim & Uysal, 2004), and Negative Effects (Chen, 2011; Gürsoy, Kim & Uysal, 2004) dimensions were used from different sources. Additionally, the festival’s perception (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016), Festival Satisfaction (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016) and Festival Loyalty (Sanchez vd., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016; Doğrul, Ateşken & Şahin, 2016; İlban vd., 2016) factors were used from different sources.

The participants were considered as experts in the field of academic and professional work. Before the data collection, the opinions of 3 experts were taken into consideration and the necessary corrections have been made. Data collection tool’s accuracy and reliability determination, the local people on the pilot study has been performed. In this research, easy sample method was used. In the research period, 1-30 January 2017 festival participants were interviewed face-to-face. The data collected from the research were evaluated using SPSS 22 program. The data in the analysis were used frequency and percentages and means.
incelendiğinde %51,5 ile lise düzeyiđendir. Katılımcıların yaş aralıkları en çok %24. 7 ile 18-24 yaş grubundan, %22,7 ile 25-34 yaş grubundan ve %26,8 ile 35-44 yaş grubundan oluşmaktadır. Katılımcıların aylık ortalamalı gelirlerine bakıldığında %27,8 ile 1000 TL ve altı gelir düzeyi grubunda olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar, genel olarak öğrenci, turizm çalışanı ve kamu çalışanlarından oluşturduktadır. Katılımcıların Şile’de ikamet etme durumlarına bakıldığında katılımcıların %30,8’ini 16 yıl ve üzeri, %24,5’ini 11-15 yıl arası ikamet eden yerli halktan oluştugu ortaya çıkmıştır.

Tablo 2. Yerel Halkın Demografik Özellikleri

| n (97) | n | % |
|-------|---|---|
| **Yaş** | | |
| 17 ve daha az | 11 | 11,3 |
| 18-24 | 24 | 24,7 |
| 25-34 | 22 | 22,7 |
| 35-44 | 26 | 26,8 |
| 45 yaş ve üzeri | 14 | 17,4 |
| **Cinsiyetiniz** | | |
| Kadın | 38 | 39,2 |
| Erkek | 59 | 60,8 |
| **Medeni Durumunuz** | | |
| Evli | 49 | 50,5 |
| Bekar | 48 | 49,5 |
| **Öğrenim Durumunuz** | | |
| İlköğretim Düzeyi | 9 | 9,3 |
| Ortaöğretim Düzeyi | 12 | 12,4 |
| Lise Düzeyi | 50 | 51,5 |
| Ön lisans Düzeyi | 12 | 12,4 |
| Lisans Düzeyi | 12 | 12,4 |
| Lisansüstü (Yüksek L./Doktora) | 2 | 2,1 |
| **Meslekiniz** | | |
| Esnaf | 7 | 7,2 |
| Öğrenci | 20 | 20,6 |
| Serbest Meslek | 6 | 6,2 |
| İşçi | 7 | 7,2 |
| Ev Hanımı | 12 | 12,4 |
| Özel Sektör Çalışanı | 10 | 10,3 |
| Turizm Çalışanı | 16 | 16,5 |
| Kamu Çalışanı | 12 | 12,4 |
| Emekli | 3 | 2,1 |
| Çiftçi | 4 | 4,1 |
| Diğer | - | - |
| **Aylık Gelir Düzeyiniz (TL)** | | |
| 1000TL ve altı | 27 | 27,8 |
| 1001-1500 | 7 | 7,2 |
| 1501-2000 | 18 | 18,6 |
| 2001-2500 | 13 | 13,4 |
| 2501-3000 | 17 | 17,5 |
| 3001-5000 | 9 | 9,3 |
| 5000 TL ve üzeri | 6 | 6,2 |
| **Kaç yılda Şile’de yaşıyorsunuz?** | | |
| 1 yıldan daha az | 44 | 8,78 |
| 1-5 yıl | 83 | 16,57 |
| 6-10 yıl | 126 | 25,15 |
| 11-15 yıl | 75 | 14,97 |
| 16 yıl ve üzeri | 173 | 34,53 |
| Tablo 3. Araştırmada Yer Alan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler |
|-------------------------------------------------------------|
| **Festival Etki Unsurları (n=97)** | **\( \bar{x} \)** | **S.S.** | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| **Toplum Güruru** | 4,6598 | 0,59313 |  |  |
| Festival, kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir. | 4,6495 | 0,57809 |  |  |
| Festival, kentin turizm imajını arttırmaktadır. | 4,4227 | 0,81439 |  |  |
| Festival sayesinde Şile sakini olmaktan gurur duyuyor. | 4,3093 | 0,96134 |  |  |
| Festivalin yapısından gurur duyuyor. | 4,2990 | 0,86801 |  |  |
| Festivalin yapıması Şile’yi daha uluslararası hale getiriyor. | 4,2474 | 0,85429 |  |  |
| Şile Bezi Festivali Şile’nin ekonomik kalkınmasını arttırmaktadır. | 4,1340 | 0,94239 |  |  |
| Şile Bezi Festivali yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır. | 4,0928 | 0,94739 | 4,3219 | 0,885 |
| Şile Bezi Festivali yerel halk için daha fazla iş fırsatları yaratmaktadır. | 4,0825 | 0,95383 |  |  |
| **Ekonomik Faydalar** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festival alışıveriş olanaklarını arttırmaktadır. | 4,1856 | 0,86998 |  |  |
| Festival işletmeler için kar yaratmaktadır. | 4,0928 | 0,87985 |  |  |
| Festival istihdam oranını yükseltmektedir. | 4,0309 | 0,92931 |  |  |
| Festival ilke ekonomisine yarar sağlamaktadır. | 3,9381 | 0,99807 |  |  |
| Festival yeni tesislerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. | 3,9072 | 1,03161 |  |  |
| Festival yerel halkın yaşam standartlarını iyileştirmektedir. | 3,7216 | 1,02817 | 3,9794 | 0,863 |
| **Kişisel Faydalar** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festivalle katılmaktan çok keyif alıyor | 3,9897 | 1,00514 |  |  |
| Festival büyük bir kitleye ulaştırmaktadır. | 3,9175 | 0,95383 |  |  |
| Festival günlük stresinden Kurtulmama yardımcı olmaktadır. | 3,6804 | 1,09494 |  |  |
| Festival hayatına hayecan getirmektedir. | 3,6701 | 1,13396 |  |  |
| Festival hayatımı zenginleştirmektedir. | 3,5773 | 1,15321 |  |  |
| Festival hayatına duyguşal teçrubede katılmaktadır. | 3,4948 | 1,19132 | 3,7216 | 0,874 |
| **Toplumun Yaşam Kalitesi** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festival daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağlamaktadır. | 4,0825 | 0,84988 |  |  |
| Festival ale temelli boş zaman fırsatları yaratmaktadır. | 3,9691 | 0,99429 |  |  |
| Festival yerel halkın kendi toplumlarını ögrenmelerini sağlamaktadır. | 3,9381 | 0,95541 |  |  |
| Festival boş zaman fırsatı yaratmaktadır. | 3,7216 | 1,05813 |  |  |
| **Algılanan Değer** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festival harcamada değerinde olmaktadır (para, zaman, enerji). | 4,0412 | 0,88879 |  |  |
| Festival organizasyonu düzenli ve iyi organize olmaktadır. | 4,0309 | 1,10382 |  |  |
| Festival diğer festivallere göre oldukça güzel olmaktadır. | 4,0206 | 0,91264 |  |  |
| Festival beklediğimden daha iyi olmaktadır. | 3,8969 | 0,96235 |  |  |
| **Festivalin Olumsuz Etkileri** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festival trafik sıkışıklığını arttırmaktadır. | 2,2165 | 1,02293 | 2,0275 | 0,766 |
| Festival kentsel hizmetler üzerinde baskı yapmaktadır. | 2,2165 | 1,01270 |  |  |
| Festival doğal ortamı yok etmektedir. | 1,9072 | 0,92514 |  |  |
| Festival normal hayatı bozukluktan. | 1,9072 | 0,94739 |  |  |
| Festival hava kirliliği yaratabilmektedir. | 1,8866 | 0,93404 |  |  |
| Festival kültürel miras alanları zarar vermektedir. | 1,7216 | 0,83843 |  |  |
| **Festival Memnuniyeti** |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 4,1443 | 0,81637 |  |  |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 4,0928 | 0,90234 | 4,0722 | 0,900 |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 3,9794 | 0,94626 |  |  |
| Festival Sadakatı |  |  | **Ölçek Ortalaması** | **Cronbach Alpha** |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 4,2371 | 0,88710 |  |  |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 4,2062 | 0,92351 |  |  |
| Festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmekteyim. | 4,1856 | 0,96101 | 4,2096 | 0,932 |
Kayış (2014, s.405) çalışmasında Cronbach’s Alpha değerlerinin; 0,00-0,40 arası güvenilir değil, 0,40-0,60 arası güvenilirliği düşük, 0,60-0,80 arası oldukça güvenilir, 0,80-1,00 arası değerlerde olduğuunda ise ölçeklerin yüksek derecede güvenilir kabul edildiğini belirtmiştir. Araştırımdan elde edilen verilere göre güvenilirlik analizi uygulandığında elde edilen Cronbach’s Alpha değerleri arasında 0,00-0,40 aralığında güvenilir, 0,40-0,60 aralığında güvenilirliği düşük, 0,60-0,80 aralığında oldukça güvenilir, 0,80-1,00 aralığında ise ölçeklerin yüksek derecede güvenilir kabul edildiğini belirtmiştir.

Festival etki unsurlarından Toplum Gururu (x̄= 4,3219), Ekonomik Faydalar (x̄=3,9794), Kişisel Faydalar (x̄= 3,7216), Toplumun Yaşam Kalitesi (x̄= 4,0077) ve Olumsuz Etkiler (x̄= 2,0275) arasında en yüksek ortalama Toplum Gururu olarak tespit edilmiştir. Toplum gururunu içeren ifadelerden en yüksek ortalama “Festival kentin imajını olumlu yönde etkilemektedir” (x̄= 4,6598; s.s.= 0,59313) maddesinde, festivalin Ekonomik Faydaları içeren ifadelerden en yüksek ortalama “Festival, alışveriş olanaklarını arttırmaktadır” (x̄= 4,1856; s.s.= 0,86998) maddesinde, festivalin Kişisel Faydaları içeren ifadelerden en yüksek ortalama “Festival, daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağlamaktadır” (x̄= 4,0825; s.s.= 0,84988) maddesinde ve Festivalin Olumsuz Etkileri arasında en yüksek ortalamanın ise “Festival trafik sıkışıklığına arttırmaktadır” (x̄= 2,2165; s.s.= 1,02293) maddesinde olduğu görülmektedir.

Ayrıca diğer önemli bulgulardan biri, Algılanan Değer bakımından ise en yüksek ortalamanın “Festival harcama değerinde olmaktadır (para, zaman, enerji)” (x̄= 4,0412; s.s.= 0,88879) maddesinde, festival katılan yerli halkın Festival Memnuniyetini içeren ifadelerden en yüksek ortalamanın “Festivale katılmaktan memnuniyet duyuyorum” (x̄= 3,9897; s.s.= 1,00514) maddesinde, Toplumun Yaşam Kalitesine etkisi bakımından en yüksek ortalamanın “Festival, daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağlanmaktadır” (x̄= 4,0825; s.s.= 0,84988) maddesinde ve Festivalin Olumsuz Etkileri arasında en yüksek ortalamanın ise “Festival trafik sıkışıklığına arttırmaktadır” (x̄= 2,2165; s.s.= 1,02293) maddesinde olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Festivaller turizm faaliyetlerinde çok önemli bir role sahiptir. Her yıl çeşitli festivallere katılanların festival etki unsurlarından “Toplum Gururu” değişkeni en yüksek orantaya sahip olduğu ortaya çıkmıştır.
• Yerel halk, bu festivalin kentin imajını olumlu yönde etkilediğini ifade ederek toplum gururuna etki ettiği belirtmiştir,
• Yerel halk, festivalin alışveriş olanaklarını artırdığını ifade ederek ekonomik faydalarını vurgulamıştır,
• Aynı zamanda yerel halk festivali katılmaktan çok keyif aldıklarını belirterek festivalin kişisel faydalarını öne çıkarmıştır,
• Yerel halk festivalin, daha fazla rekreasyon-eğlence olanakları sağladığı ifade ederek ederek toplumun yaşam kalitesine etkisini belirtmiştir.
• Yerel halk festivalin trafik sıkışıklığı artırdığını belirterek festivalin olumsuz etkisine işaret etmiştir.
• Son olarak, yerel halk festivalin para, zaman ve enerji harcamaya değer olduğunu ifade ederek festivalin “Algılanan Değeri”ni belirtmiştir. Festivale katılan yerel halkın önemli bir çoğunluğu festivalin memnuniyet duymaktadır ve festivaldeki etkinliklere bir daha katılmayı düşünmektedir.

Uluslararası Şile Bezi Kültür ve Sanat Festivali, yerel halkın toplum gururunu etkilemektedir. Etkinlik organizatörlerinin yerel halkın kişisel faydalarını artırmaları, yaşam kalitelerini yükseltmeleri için rekreasyon-eğlence olanakları daha fazla yapmaları önerilebilir. Festivalin trafik sıkışıklığı vb. olumsuz etkilerinin elimine edilmesi için Belediyeler festival alanlarına yakın yerlerde otoparklar ve diğer imkânları (tuvalet-lavabo, büfeler, yeme-içme mekânları vb.) artırmalıdır.

KAYNAKÇA

Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.

Argan, M. (2007). Eğlence Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.

Atak, O. (2009). Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Atak O, Tatar, S. & Tunaseli, A. (2017). Kültürel Miras Oluşumunda Festivallerin Yeri ve Önemi: Fethiye Müzik Köyü Üzerine Bir Değerlendirme, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10 (52), 1307-9581.

Babacan, E. & Göztaş A. (2011). Etkinlik Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Chen, S.C. (2011). Residents Perceptions of the Impact of Major Annual Tourism Events in Macao: Cluster Analysis, Journal of Convention & Event Tourism, 12 (2), 106-128.

Çakmak, Ç. A. & Kök, İ.T. (2012). Destinasyon Pazarlaması ve Safranbolu’nun Destinasyon İmajının Ölçülmesi, Ticaret ve Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 80-101.

Delamere, T.A., Wankel, L.M. & Hinch, T.D. (2001). Development Of A Scale To Measure Resident Attitudes Toward The Social Impact Of Community Festivals, Event Management, 7 (1), 11-24.

Doğrul, Ü., Ateşeken, K. & Şahin, A. (2016). Festival Kalitesinin Ziyaretçilerin Algılandıkları Değer, Tatmin Ve Sadakat Üzerine Etkisi: Mersin Uluslararası Narenciye Festivali Üzerine Bir Uygulama, ÇAĞ University Journal of Social Sciences, 12 (1), 72-84.
Ekin, Y. (2011). Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller Ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Getz, D. (1997). Event Management and Event Tourism, New York: Cognizant Communications Corporation.

Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research”, University of Calgary, Tourism Management, 29 (24), 403-428.

Gürsoy, D., Kim, K. & Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: an Extension and Validation, Tourism Management, 25 (2), 171-181.

Ispas, A. & Hertanu A. (2011). Characteristics of Event Tourism Marketing. Case Study: The European Youth Olympic Festival, Economic Sciences, 4, (1), 127-134.

İlban, M.O., Bezirgan, M. & Çobanoğlu, F. (2016). Termal Otellerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Memnuniyet ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Edremit Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 27(2), 181 – 194.

Karagöz, D. (2006). Etkinlik Turizmi Ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand PrixÖrneği, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , Eskişehir. https://tez.yok.gov.tr/ (Tez No. 191867).

Kim, Y. G., Suh, B. W., & Eves, A. (2010). The Relationships Between Food-Related Personality Traits, Satisfaction And Loyalty Among Visitors Attending Food Events And Festivals, International Journal of Hospitality Management, 29 (2), 216- 226.

Kozak, N. (2010). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.

Lee, J.-S. & Back, K.-J. (2008). Attendee-Based Brand Equity, Tourism Management, 29, 331-344.

Lee, J., Lee, C., & Choi, Y. (2011). Examining the Role Of Emotional And Functional Values İn Festival Evaluation, Journal of Travel Research, 6 (5), 685-696.

Lee, I., Arcodia, C. & Lee, T. J. (2012). Benefits of Visiting a Multicultural Festival: The case of South Korea, Tourism Management, 33 (2), 334–340.

Masterman, G. (2004). Strategic Sports Event Management, http://www.pseudology.org/terovanesian/Masterman_Strategic_Sports_Event_Management2.pdf. (Erişim: 03. 10.2019).

Mogollon, J. M. H., Fernandez, J. A. F. & Duarte, P. A. O. (2014). Event Tourism Analysis and State of the Art, European Journal of Tourism, 5 (2), 83-102.

Nurse, K. (2001). Festival Tourism In The Carribean: An Economic Impact Assessment, https://www.academia.edu/3436909/Festival_tourism_in_the_Caribbean_an_economic_impact_assessment. (Erişim: 11. 06.2018).

Oklobdžija, S. (2015). The Role of Events in Tourism Development, Biz Info Journal Year, 6 (2), 83-97.
Özgürel, G.; Alan, R. & Bingöl, Z. (2015). Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 5 (2): 113-121.

Sanchez, J.; Luis C.; Rosa M.R. & Miguel A.M. (2006). Perceived Value of the Purchase of a Tourism Product, Tourism Management, 27, 394-409.

Seçilmiş, O. & Yılmazdoğan, C. (2016). Effect of Perceptions Regarding Festivals on Festival Loyalty: The Case of Ayder Kardan Adam Festival, OSR Journal Of Humanities And Social Science, 21 (12), 49-55.

Shanka, T. & Alamiyo G. (2012). Motivations to Visit Events/ Festivals: An Exploratory Investigation, https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/17294, (Erişim: 17.09. 2018).

Silvers, J.R. (2004). Professional Event Coordination, New Jersey: John Wiley&Sons.

Srikanth, P. & Ram, M.R. (2013). Economic Impact Of Festivals: Evidence From Diwali Effect on İndian Stock Market, International Refereed Research Journal, 2 (1), 27-37.

Şengül, Ş. & Genç, K. (2016). Festival Turizmi Kapsamında Yöresel Mutfak Kültürüün Destekleyici Ürün Olarak Kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat ve Turizm Festivali Örneği, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23, 79-89.

Tokay Argan, M. & Yüncü, D. (2015). Etkinlik Pazarlama Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yüksek, G. (2014). Turizm Destinasyonları. Ankara: Detay Yayıncılık.
An Investigation on the Evaluation of Perceptions on the Festival Effects of Local Public

Cemre TOKATLI
Kırklareli University, Institute of Social Science, Kırklareli/Turkey

İlke BAŞARANGİL
Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli/Turkey

Takican METİN
Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli/Turkey

Extensive Summary

Festivals are among the organizations that are important for attracting tourists to the region in order to ensure competition between destinations and to reveal different features from other destinations. It is possible to draw attention with the promotion and characteristics of the destination with festivals that emphasize the tourism attractiveness of the destination (Şengül & Genç, 2016: 79).

Along with the emerging cultural diversity of many societies around the world, the importance of building and understanding well-integrated multicultural societies is increasing (Lee, Arcodia & Lee, 2011: 334). Festivals, as a type of event tourism, have positive effects on both destinations and visitors as well as local people. At this point, the aim is to realize the festivals by minimizing the negative effects. Festivals make the destination more attractive by revealing local values and local products of the destination. In this study, the perception of the local people who participated in the International Şile Cloth Culture and Art Festival on the effects of the festival was examined. In addition, the perception, value and satisfaction of the local people towards the festival were tried to be measured. In the first part of the research, the concept of activity, classification of event tourism, festivals and their effects, and in the following parts of the research method, results and recommendations are given.

Purpose And Importance of the Research

Tourism is a phenomenon that makes important contributions to the destinations it develops. Destinations have turned to different types of tourism in order to increase their tourist attraction. Events are important and motivating elements of tourism. It is prominent in the development and marketing plans of destinations (Getz, 2008: 403). Activities are important in creating travel motivation for destinations and are included in the development plans of tourism destinations by creating a competitive advantage compared to other holiday destinations (Ispas & Hertonu, 2011: 127). Event tourism is a kind of tourism that offers the destination to visitors in every aspect. Destinations use this advantage by hosting different events to impress visitors with their cultural, social, natural structure and many aspects. Even destinations that are inadequate in terms of their natural attractiveness can cover this gap through activities. For example, the International Şile Cloth Culture and Art Festival provides an opportunity for people who live in the center of Istanbul, such as day trips or weekend breaks. International Şile Cloth Culture and Art Festival is a very important event for local and foreign tourists and excursionists in terms of the participation of local people in the festival, intense cultural and artistic activities and the importance of local values in the region. In addition, unlike the studies conducted in the past on festival tourism in this research, it can be said that the study is original.
because the dimensions of the Festival Impact are not included. Based on these reasons, the following research questions are sought in this research;

Q1: What are the demographic characteristics of the local people participating in the festival?
Q2: How many local people have been living in Şile?
Q3: What are the festival influences affecting the local people participating in the festival?
Q4: Is there any perceived value, festival satisfaction and loyalty of the local people participating in the festival?

Sample of the Research and Data Collection Tool

The sample of the study consists of indigenous people living in Şile district of Istanbul. In this pilot study, quantitative research method was used and questionnaire was used as data collection method. In the first part of the questionnaire, festival influences for indigenous people living in Şile, demographic variables in the second part and residence status in Şile are given. As a data collection tool, Community Pride (Chen, 2011), Economic Benefits (Chen, 2011), Personal Benefits (Chen, 2011; Lee, Arcodia & Lee, 2012), Quality of Life of the Community (Chen, 2011; Gürsoy, Kim & Uysal, 2004) and Adverse Effects (Chen, 2011; Gürsoy, Kim & Uysal, 2004) were used to measure the various sources. In addition, the Perceived Value of the festival (Sanchez et al., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016, Doğrul, Atçeken & Şahin, 2016), Festival Satisfaction (Sanchez et al., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016, Doğrul, Atçeken & Şahin, 2016) and Scales from different sources were used for Festival Loyalty (Sanchez et al., 2006; Seçilmiş & Yılmazdoğan, 2016, Doğrul, Atçeken & Şahin, 2016; İlban et al., 2016).

Before applying the questionnaire to the participants, the opinions of three experts in the field were taken and necessary corrections were made. In order to determine the errors and deficiencies of the data collection tool, and to ensure its validity and reliability, the sample was selected and research was conducted on the local population. Sampling method was applied easily in the study. Within the scope of the research, face-to-face surveys were conducted with 97 local people who participated in the festival in Şile district between 1-30 January 2017. The data obtained from the study were evaluated in SPSS 22 program. Frequency and percentages and averages were used for the obtained data and reliability analysis was also performed.

Conclusions and Recommendations

Festivals have a very important role in tourism activities. Every year, the number of tourists visiting destinations to participate in various festivals is increasing. Especially local product and food festivals are the focus of interest in tourism.

In addition to the foreign visitors participating in the festival, the perception of the local participants towards the festival is important. It is natural for local people as well as tourists to experience various effects related to the destination where the festival takes place and to have positive or negative perceptions of these effects. For this reason, the perceptions of the indigenous people participating in the International Şile Cloth Culture and Art Festival, which is an important resource for tourism, towards society pride, economy, personal benefits, the quality of life of the society and the negative effects of the festival were investigated with a preliminary evaluation. In addition, the values, satisfaction and loyalty of the people of Şile within the scope of the festival were examined. In response to Question 1 of the research questions, it was found out that the majority of the festival participants were male, high school
educated, 25-45 + age group, students, tourism workers and public employees. It is seen that these indigenous people have lived in Şile for 16 years and over. In response to Question 2 of the research questions, it is seen that the indigenous people have lived in Şile for 16 years and over.

Among the important results of this research on the perceptions of indigenous people participating in the International Şile Cloth Culture and Art Festival;

- In response to Question 3 of the research questions, halk Community Pride indan, one of the festival influences, is the variable with the highest average.
- Local people stated that this festival had a positive effect on the image of the city and that it affected the pride of the society,
- Local people emphasized the economic benefits of the festival by increasing the shopping opportunities,
- At the same time, local people highlighted the personal benefit of the festival by stating that they enjoyed participating in the festival.
- Local people stated that the festival provides more recreation and entertainment opportunities and stated the impact on the quality of life of the society.
- Local people pointed out that the festival increased traffic congestion and pointed out the negative impact of the festival.
- In addition, in response to Question 4, the local people stated that the festival is worth spending money, time and energy and stated the Perceived Value of the festival. A significant majority of the local people participating in the festival are pleased to attend the festival and are planning to participate in the activities of the festival again.

The International Şile Cloth Culture and Art Festival affects the local community's pride. Event organizers may be advised to increase recreation-entertainment opportunities to increase the personal benefits of local people and to improve their quality of life. The traffic of the festival is congested and so on. Municipalities should increase their parking facilities and other facilities (wc, kiosks, eating-drinking places, etc.) close to the festival areas in order to eliminate the negative effects.