



JOURNAL OF GASTRONOMY HOSPITALITY AND TRAVEL

ISSN: 2619-9548

2021-Volume: 4 Number: 1

Page: 3-13

Journal homepage: www.joghat.org, <http://dergipark.gov.tr/joghat>

Received: 14.02.2021

Revised: 21.05.2021

Accepted: 24.05.2021

Araştırma Makalesi (Research Article)
**FESTİVALLERİN DESTİNASYONLARA ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:
ULUSLARARASI TROİA FESTİVALİ ÖRNEĞİ**
(A RESEARCH ON EFFECTS OF FESTIVALS ON DESTINATIONS: THE CASE OF
INTERNATIONAL TROIA FESTIVAL)

Osman KOÇ¹ (orcid.org/0000-0002-5637-0495)
Hacı Mehmet YILDIRIM^{2*} (orcid.org/0000-0003-0718-7296)

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği A.B.D., Çanakkale, Türkiye.

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü., Çanakkale, Türkiye.

Özet

Bir çekim unsuru olarak festivaller, destinasyonlara sağladığı ekonomik, sosyal, fiziki, çevresel katkıların yanı sıra destinasyonların tanıtılmasına da katkı sağlamaktadır. Uluslararası Çanakkale Troia Festivali'nin Çanakkale destinasyonuna etkileri incelenerek, festivalin eksikleri ve bu eksiklerin giderilmesine yönelik yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada veriler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini kasıtlı örnekleme yöntemiyle belirlenen Uluslararası Çanakkale Troia Festivali'nin 16 paydaşı oluşturmaktadır. Elde edilen verilerin analizi için içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmada Uluslararası Troia Festivali'nin Çanakkale'ye turizm/ticari, ekonomik, sosyo-kültürel ve fiziki ve çevresel açıdan katkı sağladığı, ancak festivalle ilgili yabancı katılımcının az olması, yetersiz tanıtım ve Troya'dan uzaklık gibi eksikliklerinin olduğu ve Çanakkale destinasyonunun imajına katkısının yeterli düzeyde olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Festivaller, Çanakkale, Uluslararası Troia Festivali.

Abstract

As an attraction factor, festivals contribute to the promotion of destinations as well as their economic, social, physical and environmental contributions to destinations. By examining the effects of the International Çanakkale Troia Festival on Çanakkale destination, the deficiencies of the festival and the things to be done to eliminate these deficiencies were tried to be determined. The data in the study were collected using the interview technique, which is one of the qualitative research methods. The sample of the research is composed of 16 stakeholders of the International Çanakkale Troia Festival, which is determined by the purposive sampling method. Content analysis was used to analyze the data. In the research, it was concluded that the International Troia Festival contributed to Çanakkale in terms of tourism / commercial, economic, socio-cultural, and physical and environmental aspects, but there were deficiencies such as the low number of foreign participants related to the festival, insufficient promotion and distance from Troy related to the festival and the contribution of festival to the Çanakkale destination image was not sufficient.

Keywords: Festivals, Çanakkale, International Troia Festival.

* Sorumlu yazar: hadjimehmet@gmail.com

Önerilen Atıf (To cite this document): Koç, O. ve Yıldırım, M. H. (2021). Festivallerin Destinasyonlara Etkileri Üzerine Bir Araştırma: Uluslararası Troia Festivali Örneği, Journal of Gastronomy Hospitality and Travel, 4(1), 3-13. DOI: 10.33083/joghat.2021.53

1. GİRİŞ

Festivaller, turizm ürünü çeşitliliğine sahip olan destinasyonlar için farklılaşma ve çekicilik unsuru olmalarının yanı sıra tarihi, doğası, denize kıyısı olmayan ve yeterli turistik çekiciliğe sahip olmayan destinasyonlar açısından önemli bir turizm değeridir. Aynı zamanda, yerel halkın kendi imkânlarıyla seyretme, dinleme imkânı bulamayacağı solistleri, toplulukları, tiyatro ve sinema gösterilerini uygun ücretlerle veya ücretsiz olarak halka sunarak sosyalleşmeye katkı sağlamakta ve festival süresince yörede ekonomik canlanma sağlamaktadır. Festivallerin olumlu ülke imajı oluşturma veya olumsuz ülke imajını olumluya çevirme gibi fonksiyonları da vardır (Getz, 1997: 53).

Gelir düzeyindeki artış, yükselen refah seviyesi, çalışma sürelerinin kısalması, teknolojik imkânların hayatı kolaylaştırarak boş zaman yaratması ve gezme, görme isteği turizm hareketliliğini artırmanın yanı sıra turizmden daha fazla pay almak isteyen ülkeler arasında derin bir rekabete yol açmıştır. Rekabet koşulları, turiste daha az fiyatla daha kaliteli hizmet sunmanın yanında, turizmin çeşitlendirilmesini ön plana çıkarmıştır. Bu doğrultuda etkinlik turizmi kapsamındaki faaliyetlerde öne çıkan alternatiflerden olmuştur.

Etkinlik planlama sürecine dâhil olan farklı paydaşlar ve gruplar için amaç ve güdüler farklılaşabilir. Kamu yöneticileri için turizmi geliştirmek ve destinasyonların imajını tanıtmak amaçlanırken, organizatörler açısından gelir elde etmek veya halkı bir araya bir araya getirmek, katılımcılar açısından eğlenmek, bilgilenme, iyi vakit geçirmek amaçlanabilir. Bu açıdan etkinliklerin etkileri farklı paydaş grupları tarafından farklı algılanabilmektedir. Ritchie (1984) etkinliklerin etkilerini ekonomik, turizm/ticari, fiziksel, sosyokültürel, psikolojik ve politik olarak sınıflandırmıştır. Getz (2018) ise etkinliklerin bir destinasyona, ekonomik ve turizm, çevresel ve sosyo kültürel alanlarda birçok etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Festivallerin yöreye sağladığı sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri nedeniyle mevcut festivallere yenilerinin eklenmesi, belli bir geçmişi olan festivallerin de büyüme, gelişme ve daha geniş kitlelere ulaşma çabasına girmeleri etkinlik turizminin cazibesini ortaya koyan önemli bir göstergedir. Bu çalışmada da Çanakkale’de düzenlenen etkinliklerden biri olan Uluslararası Çanakkale Troia Festivali’nin Çanakkale destinasyonuna etkileri incelenerek, festivalin eksikleri ve bu eksiklerin giderilmesine yönelik yapılması gerekenler belirlenmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2. 1. Festivaller ve Destinasyonlara Etkileri

“Festival” kelimesi Latince kökenlidir. Yaygın anlamı kamu sevinci ve neşesi demektir (Falassi, 1987: 2). Küçük (2013: 347) Festivali “yerel bir topluluk tarafından düzenlenen tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş ve sürekliliği sağlanarak toplumun ortak belleğinde yer etmiş etkinlikler” olarak tanımlamaktadır. Small vd. (2005: 66) ise festivallerin, bir değeri kutlamak veya bir olayı, bir kişiyi anmak amacıyla bir bölgede belli bir tarihte toplum tarafından düzenlenen, tekrarı ve sürekliliği olan kültürel, sanatsal ve sosyal etkinlikler olduğunu ifade etmektedir. Quinn (2006: 289)’ e göre de festivaller, toplumlara inançlarını, kimliklerini ifade etme, kişilere de sosyal yapıları ve değer sistemlerini onaylama veya itiraz etme imkânı sağlayan uygulamaları içine alan faaliyetler topluluğudur. Türk Dil Kurumu ise festivali, “dönemi, yapıldığı çevre katılanların sayısı ya da niteliği programla belirlenen ve özel önemi olan sanat gösterisi, belli bir sanat ya da sanatçıya ayrılmış gösteri dizisi, bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan gösteri, curcuna, düzensiz toplantı” olarak tanımlamıştır. (TDK, 1982: 293).

Festivaller, modern dünyanın icat ettiği bir ürün olmayıp, kökeni yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Değişik dinlere ve kültürlere mensup toplumlar, kutlamaların gerekliliğine inanmış ve belli zaman dilimlerini toplumsal kutlamalar için ayırmışlardır. Başlangıçta tarım toplumlarının hasat kutlamaları şeklinde düzenlenen festivaller, Orta çağda dini ritüellerin etkisi altında kalmış, Rönesans döneminde ise dini ritüellerle diğer aktiviteler birleştirilerek farklılaştırılmıştır. 9. yüzyılın ilk yarısından itibaren de Avrupa’da toplumsal yaşamın ve kolektif amaçların bir parçası olan uluslararası festivaller ortaya çıkmıştır (Quinn, 2009). Festivaller, zor hayat şartları altında sürüp giden günlük yaşama değişiklik kattıklarından öteden beri toplumların hayatında önemli bir yer tutmuşlardır. Modern dünyada toplumları festival yapmaya sevk eden dinamikler zamanla değişime uğramış, günümüzde festivaller daha çok turist çekmek ve turizm gelirlerini artırmak için yapılabilecek hale gelmişlerdir (Shone ve Parry, 2004).

Houghton (2001: 39) festivallerin turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevinin olduğunu belirtmiştir. Festivaller, bu işlevleriyle yöreye turist çekmekte, yörenin imajına katkıda bulunmakta, yerel halkın refahını artırmakta ve onları gururlandırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 44).

Günümüzde festivaller, turistlerin ilgisini çekmek, turizm hareketliliğini artırmak, destinasyonun tarihini, kültürünü, sanatını ve ürünlerini pazarlamak, yöre insanına ekonomik ve sosyal fayda sağlamak amacıyla düzenlenen sosyal ve sanatsal faaliyetler olarak ön plana çıkmaktadır.

Fransızca kökenli bir kelime olan destinasyon varılacak yer olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Uluslararası tanımlara göre destinasyon, yöreye tatil için gelen yerli ve yabancı turistlere kaldıkları süre içinde mal ve hizmet sunumu yapılan, doğal güzellikleri, çekicilikleri olan ve tatil sonrasında turistlerin hafızalarında iz bırakan yer olarak ifade edilmiştir (Güler, 2010: 7). Yıldırım (2017) destinasyonu, sahip olduğu doğal, tarihi, sosyal, kültürel değerlerin, düzenlenen etkinliklerin, sunulan mal ve hizmetlerin ve tatil deneyimlerinin bileşiminden oluşan bir yer olarak tanımlamıştır. Özdemir (2008: 4) destinasyonun; turizm çekicilikleri, turizm işletmeleri, yerel halk ve yerel yönetimin bileşiminden oluşan nispeten karmaşık ve yönetilmesi güç bir turizm ürünü olduğunu belirtmiştir. Kozak (2008: 139) ise destinasyonu, ülke bütününden küçük, ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan belleğinde olumlu imaj edinmiş, markalaşmış, ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, festival, karnaval, şenlik etkinliklerine, yerelde ve bölgesel anlamda iyi ulaşım imkânlarına olarak tanımlamıştır.

Turistler destinasyonu değerlendirirken ulaşım, eğlence imkânları, yeme – içme ve konaklama hizmetlerinin kalitesi, yerel halkın, esnafın tutum ve davranışları ve fiyatların yanında daha başka pek çok unsuru da dikkate almaktadırlar (Duman ve Öztürk, 2005: 10). Bir destinasyonun, ziyaretçilerin zihinlerinde farklı ve olumlu izler bırakması o destinasyonun başarılı olduğunun en önemli göstergesidir (Crompton, Fakeye ve Lue, 1992: 20). Ziyaretçinin destinasyona tekrar gitme isteğinde olması ve o destinasyonu başkalarına tavsiye etme niyeti taşınması destinasyon sadakatini olarak tanımlanmaktadır. Destinasyonun sadakat oranı tavsiye niyetiyle belirlenmektedir (Yılmaz, 2011: 20). Chen ve Gürsoy (2001: 79) da destinasyon sadakatini, turistler tarafından destinasyonun, tavsiye edilebilir bir yer olarak görülmesi şeklinde ifade etmektedir.

Festival turizmi 1960'lı yılların sonlarına doğru canlanmaya başlamış, 1980'li yıllarda turizm hareketliliğinin en önemli sebeplerinden biri olmuştur (Picard ve Robinson, 2006: 1). Festivallerin turizme etkilerini fark eden yerel yönetimler ve hükümetler bu yıllarda festivallere etkin biçimde destek olmaya ve festival etkinlikleri hakkında öneriler getirmeye başlamışlardır. Araştırmacılar festivalleri, turizm içerisinde kendini göstermeye başlayan bir dev olarak tanımlamışlardır (Getz ve Frisby, 1988: 22; Frisby ve Getz, 1989: 14 – 15). Etkinlikler destinasyonların farkındalığını ve turistlerin destinasyona olan talebini artırmaktadır (Liang, Ilium ve Cole, 2008: 15). Etkinlikler ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin yanı sıra bir çekim unsurudurlar. Bu nedenle, ülkeler, şehirler veya kasabalar yeni bir etkinlik oluşturmak veya var olan bir etkinliğe ev sahipliği yapmak için çaba göstermektedirler (Getz vd., 1998: 337). Son yıllarda önemli olaylar haline gelen festivallerin yaygınlaşmasında, ekonomik etkilerin getirdiği politikalar da yatmaktadır (Quinn, 2005:927).

Spor oyunları, uluslararası yarışmalar, ödül törenleri ve anma etkinlikleri destinasyon için önemli bir gelir kaynağıdır. Bazen kişiler sadece etkinliğe katılmış olmak için tatil tercihlerini etkinliğin gerçekleştirildiği destinasyondan yana kullanmaktadırlar. Ziyaret kararının verilmesinde kültürel, sosyal, demografik ve psikolojik etkenler rol oynamakta, ziyaret sonrasındaki memnuniyet veya memnuniyetsizlik sonraki seçimlerde etkili olmaktadır (Yıldırım, 2018: 35). Etkinliğin gerçekleştiği destinasyonda bulunmak, o atmosferi paylaşmak, orada bulunmuş olduğunu söylemek tüketicileri motive eden önemli faktörlerdir. Etkinliğe katılamamak ise tüketiciler için kaçırılmış bir fırsat olarak görülmektedir (Getz, 2008: 404).

Getz (1997: 53) etkinliklerin pazarlama, turizm çekiciliği, imaj yaratma, destekleme ve teşvik edici işlevleri olduğunu belirtmiştir. Karagöz (2006: 7) ise etkinliklerin turizm ve destinasyon üzerindeki etkilerini; turizm sezonunu uzatmak ve çeşitlendirmek, ülke içindeki turizm talebinin eşit dağılmasını sağlamak, yeni gelir kaynakları oluşturmak, destinasyonların çekiciliğini, farkındalığını artırmak, altyapı faaliyetlerinin geliştirilmesine ve yeni faaliyetlerin gerçekleşmesine katkıda bulunmak, medyanın ilgisini çekmek, güçlü destinasyon imajı oluşturarak destinasyonun konumlandırılmasına katkıda bulunmak ve Turistleri tekrar bölgeye gelmeleri için teşvik etmek şeklinde ifade etmiştir.

2. 2. Uluslararası Troia Festivali

Uluslararası Troia Festivali, Çanakkale'de ticaretle uğraşan, aynı zamanda Ticaret Odası Başkanı olan İzzet Melih Dilmaç tarafından Trova Festivali adıyla tasarlanmıştır. Çanakkale Turizm Cemiyeti'nin çatısı altında, valiliğin ve ticaret odasının da desteğiyle ilki, 11 – 18 Ağustos 1963 tarihlerinde düzenlenmiştir. Trova Festivali'nin 1964 yılında ikincisi, 1965 yılında da üçüncüsü aynı komite tarafından gerçekleştirilmiştir. 1966 yılında mali gerekçelerle yapılamayan Trova Festivali'nin 5'si 1967 yılında yine aynı komite tarafından tertip edilmiştir. 1968 yılında 6'sı yapılamayan Trova Festivali, 1969 yılında Çanakkale Belediyesine devrilmiştir.

(Biçer, 2009: 271), (Çanakkale Kent Müzesi Arşivi, Dilmaç Röportajı, 2010). Trova Festivali'nin Çanakkale Belediyesi'ne geçmesiyle birlikte "Trova" ismi "Troya" ya dönüştürülmüş, 1992 yılında da "Uluslararası Troia Festivali" olarak yeniden isimlendirilmiştir.

Uluslararası Troia Festivali Çanakkale Belediyesi'nce düzenlenmektedir. Geçmiş festivaller incelendiğinde festivalin başlangıç ve bitim tarihleri ile süresinin yıllara göre değişiklik gösterdiği görülmektedir. Örneğin, 31'nci festival, 10 – 18 Ağustos 1994 tarihleri arasında, 37'nci festival 10 – 15 Ağustos 2000 tarihleri arasında, 40'nci festival 9 – 15 Ağustos 2003 tarihleri arasında, 54'ncü festival ise 9 – 13 Ağustos 2017 tarihleri arasında düzenlenmiştir.

Çanakkale Belediyesi'nin kurumsal web sitesinde, Uluslararası Troia Festivali'nin amacı: "kültürel ve sanatsal etkinlikleri yoğunlaştırmak, UNESCO tarafından Dünya kültür mirası olarak gösterilen Troia Antik Kenti kültürünü ve bağımsızlığın simgesi Çanakkale Zaferi'ni, kültürel ve sanatsal etkinliklerle kaynaştırmak, dünya barışına katkı için kültürel değerleri buluşturmak" şeklinde açıklanmıştır. Festivalin temaları da "Tarihle Uzlaşma, Gelecekle Barış", "Kültürlerin Dansı" ve "Barış Kültürümüz Olsun" sloganlarıyla özetlenmiştir. Çanakkale Belediyesi Stratejik Planında (2010 – 2014: 52) "Festivalin düzenlenmesindeki stratejik amaç "yaşam kalitesinin artırılması kent ve kentlinin evrensel ve yerel kültür değerlerini tanınması, sahiplenmesi ve yaşatılmasına ilişkin farkındalığı sağlamaktır" denilmiştir. Stratejik hedef ise "Kent prestiji ve yansıması olan uzun ve nitelikli geçmişe sahip festivalin içerdiği evrensel değerleri koruyarak ve güncel değişimleri takip ederek ulusal ve uluslararası farkındalığı ve tanınmışlığı artırmaktır" şeklinde ifade edilmiş, hedefe ulaşmak için belirlenen stratejiler: Festivalle birlikte kentin değerini anlatan "Barış Kültürümüz Olsun" sloganının kentliyle ve ulusal alanda yeniden tanımlanması, festivalin ilgili kent aktörlerinin rol aldığı platformla birlikte oluşturulması, festivale katılımıcılığın ulusal ve uluslararası alanda talep edilir olması, Adımı Anadolu kültürünün temelinde var olan Troia'dan alan festivalin adına ve değerlerine yakışır etkinliklerle uluslararası alanda tanınmışlığının sağlanması şeklinde sıralanmıştır. Stratejik planda, Uluslararası Troia Festivali organizasyonunun Çanakkale Belediyesi, Özel Kalem Müdürlüğü'nün sorumluluğunda bulunduğu, paydaşlarının ise "tüm kentli" olduğu belirtilmiştir.

Uluslararası Troia Festivali'nin tanıtımı ve duyurulmasıyla ilgili tüm materyallerde kullanılan afiş, uluslararası düzeyde yapılan yarışma ile belirlenmektedir Yarışmanın koşulları Çanakkale Belediyesi ve paydaş kuruluşlar tarafından belirlenmekte ve her yıl Ocak veya Şubat ayı içinde ilana çıkılmaktadır. Yarışmanın ilan metni ve şartnamesi Türkçe ve yabancı dillerde hazırlanmakta basın yayım kuruluşları, internet siteleri ve sosyal medya aracılığıyla duyurulmaktadır. Uluslararası Troia Festivali Afiş Tasarım ve Uygulama Yarışması'nda tasarımcılardan "kentin ve kentlinin yaşam süreci ve geleceğe aktarım olgusu içinde, kentin öğelerini ve değerlerini dikkate alarak "Troia" ve "Barış" ı yorumlamalarının beklendiği" vurgulanmıştır. (Çanakkale Belediyesi, 2018)

Festivalin tüm giderleri Çanakkale Belediyesi'nin bütçesinden karşılanmaktadır. Çanakkale Belediyesi'nin Faaliyet Raporlarına göre, Uluslararası Troia Festivali'ne mal ve hizmet alımları için 2018 yılında 2.519.172,12 TL. harcama yapılmıştır (Çanakkale Belediyesi Faaliyet Raporu, 2018: 98). Festival etkinlikleri halka açık ve ücretsiz olduğundan, festivalden herhangi bir gelir elde edilmemektedir.

Festival'in programı Çanakkale Belediyesi'nce hazırlanmakta ve basın toplantısıyla kamuoyuna duyurulmaktadır. 55 Uluslararası Troia Festivali'nin programı 17.07.2018 tarihinde yapılan basın toplantısında Belediye Başkanı Ülgür Gökhan tarafından açıklanmıştır. (Çanakkale Travel, 2018).

Festivalin resmi açılışı ise 10.08.2018 Cuma Günü saat: 20:00'de, Troya Ören Yeri'nde yapılmıştır. Açılış konuşmalarından sonra, ödül törenlerine geçilmiş, Afiş tasarım yarışmasının 1'ncisi Merve Ceylan'a ve Homeros Bilim Kültür Sanat Ödülüne layık görülen Haluk Şahin'e ödülleri verilmiştir. Festival programı kapsamındaki etkinlikler; Troya Antik Kenti'nde, Özgürlük Parkı'nda, Çimenlik Kalesi'nde, Amfi Tiyatro'da, Kent Müzesi'nde, Çağlar Kaynak Basketbol Sahası'nda, Korfman Kütüphanesi'nde, Türkan Saylan Sosyal Tesisleri'nde, Çanakkale Seramik Müzesi'nde, Yazar ve Sanatçı Evi'nde, Çanakkale Belediyesi Çocuk Kültür Evi'nde, Akol Otel Oniks Salonu'nda, Hastanebayırı Semt Sahası'nda ve Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Terzioğlu Kampüsü'nde gerçekleştirilmiştir (Çanakkale Belediyesi, 2018).

55. Uluslararası Troia Festivali kapsamında 11 adet konser, 1 adet okuma etkinliği, 3 adet söyleşi, 7 adet sergi, 5 gün süreli çocuk şenliği, 2 gün süreli futbol turnuvası düzenlenmiş, 2 adet tiyatro, 2 adet dans gösterisi, 1 adet de opera gösterisi sahnelenmiştir. (Çanakkale Belediyesi Faaliyet Raporu, 2018: 92)

Uluslararası Troia Festivali'nin tanıtımı, festivalden önce düzenlenen afiş tasarım yarışmasıyla başlamaktadır. Yarışmada 1. seçilen afiş, festivalin tanıtımıyla ilgili tüm materyallerde kullanılmaktadır. (Çanakkale

Belediyesi Faaliyet Raporu, 2018: 94). Temmuz Ayı'nın ilk haftasında festival programı açıklandıktan sonra geleneksel yöntemlere göre hazırlanan posterler ve pankartlar şehrin caddelerine, sokaklarına, meydanlarına asılmakta, yazılı ve görsel medyada haber mahiyetinde ilanlar yayımlanmakta ayrıca Çanakkale Belediyesi'nin resmi internet sitesinden ve sosyal medya hesaplarından duyurular yapılmaktadır. Çanakkale Belediyesi'nin, 24.10.2019 tarihli yazısına göre duyuru yapılan yerler arasında Çanakkale'nin kardeş kentleri olan Osnabrück, Pomezia, Pardubice, Canberra, Kerch, Giresun ve Diyarbakır'da vardır.

İnternet ortamında yapılan aramada Uluslararası Troia Festivali'ne ait resmi internet sitesine ya da sosyal medya hesaplarına rastlanmamaktadır. Çanakkale Belediyesi'nin resmi internet sitesinde ise festivale bir bölüm ayrıldığı görülmektedir. Bu bölüme “www.canakkale.bel.tr → Ana sayfa → Sosyal Yaşam → Uluslararası Troia Festivali” yolu takip edilerek ulaşılmaktadır. “Uluslararası Troia Festivali” sekmesi tıklanıldığında da iki alt başlıkla karşılaşılmaktadır. Başlıkların biri “Festivalin Tarihçesi” diğeri de “Uluslararası Troia Festivali'nin Amacı”dır. Bu başlıklar altında festivalin tarihçesi ve amacı 4'er satırlık metinlerle anlatılmaktadır. Festivalin açılışına, afiş tasarım yarışmasının sonucuna ve festival kapsamında düzenlenen bazı etkinliklere ilişkin güncel ya da yakın geçmişe ait bilgilere ise sitenin “haberler duyurular” bölümünden ulaşılmaktadır.

Çanakkale Belediyesi'nin, 2015 – 2019 Stratejik planında “Çanakkale Belediyesi'nin Zayıf Yönleri ve Bunların Giderilmesine Yönelik Tedbirler” başlığı altında sıralanan zayıf yönlerin 1. sırasında ise “halka faaliyetler hakkında yeterli bilgi ulaştırılamaması” bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Çanakkale belediyesi, Stratejik Plan 2015 – 2019: 2). Başlangıçtan bu yana 56 yıllık geçmişe sahip olan Troia Festivali, 1966, 1968 yıllarında mali sebeplerle, 1980 yılında askeri ihtilal nedeniyle, 2016 yılında darbe teşebbüsü nedeniyle düzenlenmemiştir. 2019 yılında ise festival bütçesinin daha etkin ve verimli yerlerde kullanılacağını belirtilerek 56. Troia Festivali iptal edilmiştir (DHA, 2019).

3. YÖNTEM

Bu araştırma, Uluslararası Çanakkale Troia Festivali'nin Çanakkale destinasyonuna etkileri incelenerek, festivalin eksikleri ve bu eksiklerin giderilmesine yönelik yapılması gerekenler belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya çıkarılmasına yönelik nitel bir süreci kapsamaktadır. Nitel araştırmalarda en sık kullanılan yöntem görüşme tekniğidir. Görüşmeci, görüşme formu sayesinde önceden hazırlanmış soruları sorma ve ayrıntılı bilgi alma fırsatı bulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Karşılıklı konuşmaya dayanan görüşme tekniği, bireylere görüşlerini derinlemesine açıklama imkânı sağlamasının yanı sıra araştırmacıya sistematik ve karşılaştırma yapılabilen bilgiler sunar (Baloğlu, 2009: 92-94; Yıldırım ve Şimşek, 2011: 283).

Araştırmada kullanılan görüşme soruları ve görüşme formu, yazın taramasıyla elde edilen bilgilerden yola çıkılarak araştırmacıların ve nitel araştırma yöntemleri konusunda uzman akademisyenlerin görüşleri dikkate alınarak hazırlanmıştır. Yapılandırılmış görüşme formu yardımıyla katılımcıların Uluslararası Troia Festivali'ne ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Görüşme formu iki bölümdür. İlk bölüm katılımcıların meslek, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve medeni halleriyle ilgili demografik bilgilerden, ikinci bölüm ise açık uçlu on temel sorudan oluşmaktadır. Bu sorularla, Uluslararası Troia Festivali'nin Çanakkale'ye etkileri, festivalin eksiklikleri ve bu eksikliklerin giderilmesine ilişkin yapılması gerekenlerle ilgili görüşlerin toplanması amaçlanmıştır.

Çalışmanın örneklemini Uluslararası Troia Festivali'nin Çanakkale destinasyonuna katkılarını değerlendirebilecek yerel paydaşlar oluşturmaktadır. Örnekleme belirlemek için kasıtlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kasıtlı örnekleme; araştırmacının yürüttüğü araştırmasındaki amaçlara kendisini en kolay ve en hızlı şekilde ulaştıracak katılımcıları tercih etmesi araştırmaya dâhil etmesidir (Kozak, 2017). Bu kapsamda Uluslararası Troia Festivali'nin paydaşı olan seyahat acentalarının, yiyecek içecek işletmelerinin, konaklama işletmelerinin sahipleri veya temsilcileriyle ve daha önce Uluslararası Troia Festivali'ne katılan ve bu konuda bilgisi, tecrübesi olan kamu ve özel sektör çalışanlarıyla bireylerle gönüllülük esasına dayanan görüşmeler yapılmıştır. Yapılandırılmış görüşme tekniğine uygun olarak, öncelikle görüşülen kişiye araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiş ardından görüşmeye geçilmiştir. Sorular açık ve anlaşılır bir dille, hep aynı biçimde ve aynı kelimelerle sorulmuştur. Bir sorunun tam olarak cevapladığından emin olunmadan bir sonraki soruya geçilmemiştir. Görüşmeler, 27.11.2019 – 12.12.2019 tarihleri arasında, randevu almak suretiyle önceden belirlenen zamanlarda 10 ila 20 dakikalık sürelerde 16 paydaşla işyerlerinde veya ofislerinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde paydaşlara ses kaydına izin verip vermeyecekleri sorulmuş, ses kaydına izin

veren 10 paydaşın anlatımları kayda alınmıştır. Ses kaydına müsaade etmeyen 6 paydaşın anlatımları ise araştırmacı tarafından el yazısıyla not edilmiştir. Görüşme formlarına görüşülenlerin gerçek isimlerinin yerine “G1” ile “G16” arasında numaralar verilmiştir. Görüşmeler sonrasında elde edilen veriler bilgisayar ortamında yedeklenerek kaybolma veya silinme riskine karşı güvenceye alınmıştır.

Çalışmanın iç geçerliliğinin sağlanması için, belirlenen temalar, alt temalar ve analizler arasında bağ kurulmaya çalışılmıştır. Dış geçerlilik araştırmanın sonuçlarının genellemesi ile ilgilidir. İç geçerlilikte araştırmacının, sonuçlara nasıl vardığını açık seçik ortaya koyması ve tespitleriyle ilgili kanıtlarını herkesin kolaylıkla ulaşabileceği bir biçimde sunması gerekmektedir. Nitel araştırmalarda istatistiksel bir genelleme söz konusu olmamakta ancak bir kurama analitik genelleme yapılabilmektedir. Çalışmada veri toplama ve analiz ile ilgili durumlar ayrıntılı bir biçimde açıklanarak dış güvenilirliğin artırılmasına özen gösterilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği ise yapılmış bir çalışmanın başka bir araştırmacı tarafından aynı şekilde tekrar edilmesi halinde aynı veya benzer sonuçları elde etmesidir. (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışmada araştırmacının değişik zamanlarda aynı olguyu aynı kodlaması ile zamana bağlı güvenilirlik; birden fazla araştırmacının aynı olguyu aynı şekilde kodlaması ile de gözleme bağlı güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır.

Görüşmeler sonucu elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizinin amacı birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlemek ve yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). İçerik analizi, sözlü veya yazılı verilerin araştırma problemini çözecek şekilde sınıflandırılması, özetlenmesi, kavramların ölçülerek anlamlandırılması ve kategorilere ayrılmasıdır (Böke vd., 2011: 332).

4. BULGULAR

Katılımcıların demografik bilgilerine ve Uluslararası Troia Festivali'nin etkileri, festivalin eksiklikleri ve festivalin eksikliklerine yönelik yapılması gerekenlere yönelik görüşlerine ilişkin bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Tablo 1'de araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin demografik özellikler

	Değişkenler	N	Değişkenler	N
Cinsiyet	Erkek	12	Emekli	4
	Kadın	4	Restoran İşletmecisi	2
Yaş	25 - 35	3	Rehber	2
	36 - 46	4	Seyahat Acentası Sahibi	1
	47 - 57	7	Otel Müdürü	1
	58 ve üzeri	2	Meslek Avukat	1
			Kamu Yöneticisi	1
Eğitim	Lise	5	Öğretmen	1
	Lisans	9	Gazeteci	1
	Lisansüstü	2	Coğrafyacı	1
Medeni Hal	Evli	11	Kamu Çalışanı	1
	Bekâr	5		

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılanların 12'sinin erkek, 4'ünün ise kadın olduğu görülmektedir. Katılımcıların 5'i lise, 9'u lisans, 2'si de lisansüstü eğitim almış kişilerden oluşmaktadır. Yaş grupları incelendiğinde Katılımcıların çoğunluğu 47-57 yaş grubundadır. Katılımcıların 4'ü emekli, 2'si restoran, 2'si rehberdir. Seyahat acentası sahibi, otel müdürü, avukat, turizm alanında kamuda yönetici, öğretmen, gazeteci, coğrafyacı ve 1 katılımcı ise kamu çalışanıdır. Araştırmaya katılanlar Uluslararası Troia Festivali'ni bilen, gözlemleyen ve bu konuda bilgi sahibi olan kişilerdir. Tabloda “emekli” olduğu belirtilen katılımcılardan üçü turizm eğitimi alan ve halen turizm faaliyeti içinde bulunan kişilerdir. Biri ise müzisyendir ve daha önce festivale sanatçı olarak katıldığını ifade etmiştir.

Nitel araştırmalarda kapalı ve açık kodlama olmak üzere iki farklı kodlama yaklaşımı bulunmaktadır. Bu kodlamalardan kapalı kodlamada, var olan kategori sistemine göre kodlama yapılırken; açık kodlama ise alanda kategorilerin daha önceden saptanmadığı ya da var olmadığı durumda yapılan kodlama olarak tanımlanmıştır Bilgin (2014: 14). Bu çalışmada kapalı kodlama yaklaşımının kullanılarak Ritchie (1984) ve Getz (2018) tarafından etkinliklerin etkilerine ilişkin sınıflandırılması referans alınmış ve bu temalar altında kodlamalar gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Uluslararası Troia Festivali'nin etkilerine ilişkin katılımcıların görüşleri

Temalar	Alt Temalar	Kodlar
1- Ekonomik (27)	1.1. Gelir artışı (11)	✓ Ticari Kazanç
	1.2. Kent Bütçesi (11)	✓ Yeni iş alanları
	1.3. İş olanakları (5)	✓ Finansal kaynakların ve fonların yanlış kullanımı
2- Turizm/Ticari (29)	2.1. Yerel Hareketlilik (10)	✓ Tanıtım
	2.2. Destinasyon Pazarlaması (9)	✓ Turist gelişi
	2.3. Markalaşma ve İmaj (10)	✓ Yakın köy ve ilçelerden katılım
3- Sosyo Kültürel (24)	3.1. Geleneklerin Yaşatılması (9)	✓ Kültürel katkı
	3.2. Kültürlerarası Etkileşim (6)	✓ Buluşma
	3.3. Birliktelik (5)	✓ Moral, neşe kaynağı
	3.4. Eğlence (4)	✓ Eğlenme
4- Fiziksel ve Çevresel (14)	4.1. Alt Yapı Yatırımları (3)	✓ Birlik ve beraberlik
	4.2. Üst Yapı Yatırımları (4)	✓ Tesisleşme
	4.3. Trafik Yoğunluğu (3)	✓ Alt yapı yatırımları
	4.4. Çevre Kirliliği (4)	✓ Şehirleşme
		✓ Trafik
		✓ Gürültü

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılanlara göre; Uluslararası Troia Festivali'nin etkilerinin başında turizm/ticari açıdan etkiler vurgulanmıştır. Bu etkiler; yerel hareketlilik, destinasyon pazarlaması, markalaşma ve imaj olarak belirtilmiştir. Bu etkiler arasında tanıtım faaliyetleri, yakın köy ve ilçelerden katılımın olması, destinasyon pazarlamasına yönelik çalışmaların yapılması, turistlerin gelmesi yer almaktadır.

Katılımcılara göre daha sonra ise festivalin ekonomik ve sosyo kültürel etkileri sıralanmaktadır. Festivalin ekonomik etkileri arasında gelir, yeni iş olanakları ve kent bütçesi vurgulanmıştır. Ticari kazancın artması, yeni iş olanakları sağlanması olumlu etkiler olarak belirtilirken; finansal kaynakların ve fonların yanlış kullanılması olumsuz etkileri olarak belirtilmiştir. Geleneklerin yaşatılması, kültürlerarası etkileşim, birliktelik ve eğlence festivalin sosyo kültürel etkileri olarak belirtilmiştir. Bu doğrultuda katılımcılar festivalin kültürel katkı sağladığı, birlik beraberliği arttırdığı, kişileri bir araya getirdiği ve eğlence unsuru olduğunu ifade etmişlerdir. Olumsuz herhangi bir etkiden bahsedilmemiştir.

Katılımcılara göre festivalin en az etkisi fiziksel ve çevresel etkiler başlığında yer almıştır. Bu etkiler alt yapı, üst yapı yatırımları, trafik yoğunluğu ve çevre kirliliği olarak belirtilmiştir. Tesisleşme, alt yapı yatırımları ve şehirleşme olumlu etkiler arasında, trafik yoğunluğu ve çevre kirliliği olumsuz etkiler olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların Uluslararası Troia Festivali'nin eksikliklerine ilişkin görüşleri Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Uluslararası Troia Festivali'nin eksikliklerine ilişkin görüşleri

SIRA	İFADELER	N
1	Yabancı turist katılımının az olması	13
2	Ulusal düzeyde tanıtımın yetersiz olması	12
3	Uluslararası düzeyde tanıtımın yetersiz olması	11
4	Yerel düzeyde tanıtımın yetersiz olması	9
5	Troya'dan kopukluk	5
6	Festivalin kurumsal web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının olmaması	5
7	Yerli turist katılımının az olması	4
8	Yabancı turistlere yönelik etkinliklerin az olması	2

Tablo 3'e göre; araştırmaya katılanların Uluslararası Troia Festivali'nin eksikliklerine ilişkin en çok belirtilen unsurlar yabancı turist katılımının az olması, ulusal, uluslararası ve yerel düzeyde tanıtımın yetersiz olması belirtilmiştir. Ayrıca Troya'dan kopukluk ise diğer bir eksiklik olarak belirtilmiştir. Yabancı turistlere yönelik etkinliklerin az olması ve festivalin kurumsal web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının olmaması da festivale

ilişkin eksikler arasında belirtilmiştir. Katılımcıların Uluslararası Troia Festivali'nin ilişkin yapılması gerekenlerle ilgili görüşleri Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Uluslararası Troia Festivali'nin ilişkin yapılması gerekenlerle ilgili görüşleri

SIRA	İFADELER	N
1	Organizasyonun daha profesyonel yapılması	21
2	Paydaşların festivale sahip çıkması	18
3	Organizasyondan memnuniyetin artırılması	11
4	Troya'yı öne çıkaracak etkinlikler yapılması	10
5	Festivalin etkin tanıtımının yapılması	7
6	Etkinliklerin çekiciliğinin artırılması	5
7	Festivalin kesintiye uğramaması	4
8	Festivalden elde edilen gelirlerin artırılması	3
9	Festivaldeki aktivitelerin daha uyumlu olması	2
10	Festivalin kurumsal kimliğe sahip olması	2
11	Festivalin belirli bir tarihte yapılması	2
12	Festivalin belirli bir yerinin olması	2
13	Kent ile Troya'yı birleştiren etkinlikler yapılması	2
14	Festivalin bir hikayesinin olması	2
15	Festivale kendi özel bütçenin olması	2

Araştırmaya katılanların, Uluslararası Troia Festivali'nin geliştirilmesi için yapılması gerekenlere ilişkin görüşlerinde; organizasyonun daha profesyonel yapılması ve paydaşların festivale sahip çıkması ön plana çıkmaktadır. Bunu yanı sıra festivalde Troya'yı öne çıkaracak etkinlikler yapılması ve etkin tanıtımının yapılması gerektiği de vurgulanmaktadır. Ayrıca festivalin çekiciliğinin artırılmasının yanı sıra belirli bir yerde düzenlenmesi ve belirli bir tarihte yapılması, festivaldeki aktivitelerin daha uyumlu olması, festivalin kesintiye uğramaması, kurumsal kimliğe sahip olması ve festivale kendi özel bütçenin olması ise yapılması gerekenler arasında yer almaktadır. Ayrıca, festivalin geliştirilmesi için paydaşlarla ilgili profesyonellerden oluşan bir festival komitesi kurulması, festivalin yeniden tanımlanması, kurumların ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelmesi, akademisyenlerle çalışılması belirtilmiştir.

Araştırmaya katılanlar, Troya'nın öne çıkarılmasıyla ilgili olarak; festival kapsamında uluslararası düzeyde Troya temalı güzellik yarışması ve takı yarışması yapılabileceğini (G2); yaşayan Troya evlerini gündeme getirilerek, uygun bir alana yapılacak Troya evleriyle Troyalılar'ın yaşantısına benzeyen, onlar gibi yenilen, içilen, giyinen, eğlenilen, konaklanan mekânların oluşturulabileceği, bu mekânların hem festival süresince hem de festivalden sonra kullanılabileceği (G3) belirtilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çanakkale'de düzenlenen Uluslararası Çanakkale Troia Festivali'nin Çanakkale destinasyonuna etkileri incelenerek, festivalin eksikleri ve bu eksiklerin giderilmesine yönelik yapılması gerekenler belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada etkinliğin paydaşların görüşlerinden elde edilen bulgular bu bölümde yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgulara göre; Uluslararası Çanakkale Troia Festivali Çanakkale açısından turizm/ticari açıdan yerel hareketliliğin artması, pazarlamaya yönelik faaliyetlerin olması, gelirin artması ve yeni iş olanaklarının oluşması, geleneklerin yaşatılması, kültürlerarası etkileşim, birliktelik, eğlence ve alt yapı ve üst yapı yatırımlarının yapılması festivalin olumlu etkileri arasında yer almıştır. Festivalin Çanakkale'ye olumsuz etkileri ise olumsuz imaj, kaynakların yanlış kullanılması, bütçenin olumsuz etkilenmesi, trafik yoğunluğu ve çevre kirliliği olarak belirtilmiştir. Bu açıdan festivalin etkileri literatürde belirtilen tanıtım, artan turizm geliri, markalaşma, kültürlerarası etkileşim, birliktelik, altyapı ve tesisleşmeye katkı, geleneklerin yaşatılması, eğlence, kaynakların yanlış kullanılması, bütçenin olumsuz etkilenmesi, trafik yoğunluğu ve çevre kirliliği gibi etkileri desteklediği görülmektedir (Getz, 1997; Karagöz, 2006; Frisby ve Getz, 1989; Liang, Ilium ve Cole, 2008).

Richards ve Palmer (2012: 414)'e göre etkinliklerin başarılı olması ve amacına ulaşması çok sayıda faktöre bağlıdır. Bu faktörler arasında, uyumlu bir kent koalisyonu, özel ve kamu kuruluşlarının iş birliği, medyanın, sivil toplum örgütlerinin ve yerel halkın etkinliklerin düzenlenmesine katkı sunması ve o etkinliklere faal

olarak katılması, etkinlik için yeterli bütçenin olması, planlama ve yönetim aşamalarında uzman kadroların önerileri doğrultusunda hareket edilmesi, etkinliğin hedef kitlesinin doğru bir biçimde belirlenmesi ve tanıtım, pazarlama tekniklerinin iyi kullanılması gerekmektedir. Araştırmada ortaya çıkarılan paydaş görüşleri bir bütün olarak değerlendirildiğinde ideal bir etkinlik planlaması ve yönetimine dair faktörlerin tamamını kapsadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılanların festivale ilişkin eksikliklerle ilgili yabancı turist katılımının az olması, ulusal, uluslararası ve yerel düzeyde tanıtımın yetersiz olduğu, Troya'dan kopukluk, yabancı turistlere yönelik etkinliklerin az olması ve festivalin kurumsal web sitesinin ve sosyal medya hesaplarının olmaması olarak belirtilmiştir. Araştırmaya katılanlara göre; festivalin kurumsal web sitesinin olmaması ve tanıtım faaliyetlerinde internetin etkin bir biçimde kullanılmaması nedeniyle yerele, ulusala ve uluslararasına ulaşmakta zayıf kalmaktadır. Festival başlamadan önce şehirde yapılan afişleme çalışması ve yerel medyada çıkan ilan mahiyetindeki haberler ise tanıtım faaliyeti kapsamında görülmemektedir.

Araştırmaya katılanlar, Uluslararası Troia Festivali'nin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliği için yapılması gerekenlere ilişkin görüşlerinde; organizasyonun daha profesyonel yapılmasını, paydaşların festivale sahip çıkmasını, Troya'yı öne çıkaracak etkinlikler yapılmasını, etkin tanıtımının yapılmasını, festivalin çekiciliğinin artırılmasını, festivalin belirli bir yerde tarihte düzenlenmesini, festivaldeki aktivitelerin daha uyumlu olmasını, festivalin kesintiye uğramamasını, kurumsal kimliğe sahip olması gerektiğini ve festivalin kendi bütçesinin olması gerektiğini vurgulamışlardır. Araştırmaya katılanlara göre; Uluslararası Troia Festivali'nin Çanakkale'ye turizm/ticari, ekonomik, imajına katkısının yeterli düzeyde olmadığı belirtilmiştir. Bu doğrultuda festivalle ilgili aşağıdaki öneriler sunulabilir:

- Kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ve yerel halkın temsilcilerinden oluşan geniş katılımlı bir festival komitesi kurularak hedefler ve hedef kitle belirlenebilir.
- Festivalde Troya bağlantısı kurulmak için Troya temalı etkinlikler tasarlanabilir.
- Festival bütçesine girdi sağlamak için ücretli etkinlikler tasarlanabilir, sponsorlar bulunabilir ve festivale ait hediyelik ve anı eşyaları geliştirilebilir.
- Festivale it kendi kurumsal web sitesi oluşturularak sosyal medya hesapları açılması festivalin tanıtımına daha fazla katkı sağlayabilir.
- Festivalin tarihi, Çanakkale'de turizmin hareketliliğinin yoğun olduğu yaz yerine, ilkbahar veya sonbahar aylarına alınabilir
- Festivalin etkilerinin daha kapsamlı ortaya konması için nicel araştırma yöntemleri kullanılarak daha fazla kişinin görüşleri alınabilir.

KAYNAKÇA

- Atay L. & Altınışık, Ö. (2017). *Etkinliklerin Destinasyon Markalaşmasına Etkisi: Çanakkale Savaşlarının 100.Yılı Anma Etkinlikleri Örneği*. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 18(40), 110 – 128.
- Bahar, O. & Kozak, M, (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baloğlu, B. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi*, İstanbul: Der Yayınları.
- Barışın Kenti Dergisi (2018). 61, 26-46
- Biçer, Y. (2009). *Bir Başka Çanakkale, Anılarla Yaşayan Şehir*, Çanakkale: Çanakkale Kitaplığı.
- Böke, K., Başbüyük, O., Büker, H., Demir, İ., Demir, O., Demir, S., Demirci, S., Dolu, O., Durna, T., Gürer, C., Karakuş, Ö., Köksal, T., Köseli, M., Özdoğan, A. ve Sevinç, B. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Melisa Matbaacılık.
- Chen, J. & Gürsoy, D. (2001) An Investigation of Tourists' Destination Loyalty and Preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13, 79–86
- Cox J. & Dale B. G. (2002). Key Quality Factors in Web Site Design and Use: An Examination, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(7), 862–888.

- Crompton, J. L.; Fakeye, P. C. & Lue C (1992) Positioning: The Example of The Lower Rio Grande Valley in The Winter Long Stay Destination Market. *Journal of Travel Research*, (31), 20–26.
- Çanakkale Kent Müzesi ve Arşivi (2010). *Kentte Festivaller Sergi Dosyası*, Çanakkale.
- Doğanlı, B. (2006), *Turizmde Destinasyon Markalaşması ve Antalya Örneği*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Duman, T. & Öztürk A. B. (2005) Yerli Turistlerin Mersin Kızıkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 9–23.
- Erdem, Ö., Mızrak, M., & Aratoğlu, C. (2018). Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 228, 245.
- Ertuğrul, S. & Demirkol, Ş. (2007). Turistik Ürün Talebinde Markalaşma ve Önemi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 61-70.
- Falassi, A. (1987). *Festival: Definition and Morphology*. In A. Falassi (Ed.), *Time Out of Time. Essays on the Festival (1-10)* Albuquerque, NM: University of New Mexico Press).
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research, *Tourism Management*, 29 (3), 403-428.
- Getz, D. (2018) *Event Impact Assessment*. Oxford: Goodfellow Publishers
- Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in community-run festivals. *Journal of Travel Research*, 27(1), 22-27.
- Getz, D., Anderson, D. & Sheehan, L. (1998) Roles, Issues, and Strategies for Convention and Visitors' Bureaux in Destination Planning and Product Development: a Survey of Canadian Bureaux, *Tourism Management*, 19 (4), 331-340.
- Güler, G. E. (2010) *Destinasyon Pazarlamasında Edirne Markalama Süreci*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Houghton, M. (2001), The Propensity of Wine Festivals to Encourage Subsequent Winery Visitation, *International Journal of Wine Marketing*, 13 (3), 32 – 41.
- Karagöz, D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye’de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 181-196.
- Kocabaş F. & Özgüler Verda C. (2005). Türkiye’de Sendikaların Web Sitelerinin İçerik Analizi Yoluyla İncelenmesi, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 60(4), 157-194.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kozak, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayın Teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçük, M. (2013). Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma. *Ulusal Kop. Bölgesel Kalkınma Sempozyumu*, 14-16 Kasım 2013, Konya, 345-357.
- Liang, Y, Illum, S. F. & Cole, S. T. (2008). Benefits Received and Behavioural Intentions of Festival Visitors in Relation to Distance Travelled and Their Origins, *International Journal of Event Management Research*, 4 (1), 12-23.
- Litvin, S.W. & Fetter, E. (2006). Can a festival be too Successful? A Review of Spoleto, USA, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), 41-49.
- Özdemir, G. (2008) *Destinasyon Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.

- Picard, D., Robinson, M. (2006). *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change, Festivals*, Tourism and Social Change (Ed. David Picard and Mike Robinson), Clevedon: Channel View Books.
- Quinn, B. (2005). Arts Festivals and The City, *Urban Studies*, 42, 927-943.
- Quinn, B. (2006). Problematising 'Festival Tourism': Art Festivals and Sustainable Development in Ireland, *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288-306.
- Quinn, B. (2009). *Festivals, Events and Tourism. School of Hospitality Management and Tourism*. Dublin Institute of Technology, The SAGE Handbook of Tourism Studies, London: Sage.
- Richards, G. & Palmer, R. (2012). *Eventful cities*, Routledge, London.
- Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, 23, 2–11.
- Shone, A. & Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical Handbook*, Thomson Learning.
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the sociocultural impacts of a small festival. *International Journal of Event Management Research* 1(1), 66.
- Türk Dil Kurumu (1982). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Yıldırım H. M, (2017) *Etkinlik Turizmi, Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinlikler*, Ankara: Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, H.M. (2018) Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinliklerin Önemi: Gelibolu Yarımadası Örneği. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2): 34 – 65.
- Yılmaz, G. & Özdemir, B. (2017) Turizm Destinasyonlarında Restoran Biçimleşmeleri: Kapadokya Bölgesi Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1): 81–95.
- Yılmaz H. (2011) *Destinasyon Sadakatini Etkileyen Faktörler: Belek Golf Turizmi Uygulaması*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

İnternet Kaynakları

- Çanakkale Belediyesi, 2010 – 2014 Stratejik Planı. www.canakkale.bel.tr/tr/sayfa/icerik/2/0/1110, 11.10.2019 tarihinde erişildi.
- Çanakkale Belediyesi, 2018 Yılı Faaliyet Raporu, <https://www.canakkale.bel.tr/tr/sayfa/icerik/2/0/1114>. 11.12.2019 tarihinde erişildi.
- Çanakkale'de 56'ncı Uluslararası Troia Festivali iptal edildi, <https://www.dha.com.tr/kultursanat/canakkalede-56nci-uluslararasi-troia-festivali-iptaledildi/ haber-1675256>, 20.12.2019 tarihinde erişildi.
- Türk Dil Kurumu Güncel Sözlüğü, www.tdk.gov.tr, 08.09.2019 tarihinde erişildi.