



Araştırma Makalesi (Research Article)

SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS ALGISI İLE ZİYARETÇİ MOTİVASYONU İLİŞKİSİNDE ALT BOYUTLAR ARASI BİR ARAŞTIRMA: DEVE GÜREŞLERİ ÖRNEĞİ (A SUB-DIMENSIONS RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE PERCEPTION AND VISITOR MOTIVATION: THE CASE OF CAMEL WRESTLING)**

Bedriye Çilem SOYLU^{1*} (orcid.org/ 0000-0002-8294-1036)

Bayram ŞAHİN² (orcid.org/ 0000-0002-1911-9066)

¹Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Balıkesir, Türkiye

²Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Balıkesir, Türkiye

Özet

Tüketim kalıplarındaki değişikliklerle birlikte kültür turizmi kapsamında yer alan yaşam tarzları, gelenek ve görenekler, kültürel etkinlikler ve el sanatları giderek önem kazanmaya başlamıştır. Kültür, bireylerin seyahat tercihlerini etkileyen önemli bir unsur haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda farklı kültürleri tanıma ve kültürel değerleri yerinde görme isteği ön plana çıkmaktadır. Deve güreşleri festivali de ait olduğu yörenin kültürünü yansıtan, kültürel, geleneksel ve sosyo-ekonomik unsurların iç içe olduğu bir kültürel miras değeridir. Bu kapsamda araştırmanın amacı deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin somut olmayan kültürel miras algısı ile motivasyonları arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda deve güreşlerine katılan 418 ziyaretçiden yüz yüze anket tekniği ile veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 21.0 ve AMOS 21.0 istatistiksel yazılım ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda somut olmayan kültürel miras algısı gelenekler, bağlantı ve tanıma ve kültürel kayıp olmak üzere üç boyutta; ziyaretçi motivasyonu ise kültürel keşif, kaçış, etkinlik yeniliği, heyecan ve yerel etkinlikler olmak üzere beş boyutta ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak, gelenekler boyutunun ziyaretçi motivasyonunun tüm alt boyutları üzerinde, bağlantı ve tanıma boyutunun kültürel keşif ve heyecan boyutları üzerinde, kültürel kayıp boyutunun ise kaçış, etkinlik yeniliği, yerel etkinlikler ve heyecan boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Somut Olmayan Kültürel Miras, Motivasyon, Turizm

Abstract

With the changes in consumption patterns, lifestyles, traditions and customs, cultural activities and handicrafts within the scope of cultural tourism have become increasingly important. Culture has become an important factor affecting individuals' travel preferences. Especially in recent years, the desire to get to know different cultures and to see cultural values on site has come to the fore. The camel wrestling festival is a cultural heritage value that reflects the culture of the region to which it belongs, where cultural, traditional and socio-economic elements are intertwined. In this context, the aim of the research is to determine the relationship between the perception of intangible cultural heritage and motivation of visitors who participate in camel wrestling. In line with the purpose of the research, data were obtained from 418 visitors participating in camel wrestling with face-to-face survey technique. The data obtained were analyzed with SPSS 21.0 and AMOS 21.0 statistical software. As a result of the research, the perception of intangible cultural heritage emerged in three dimensions: traditions, linkages and recognition, and cultural loss; while visitor motivation emerged in five dimensions: cultural exploration, escape, event novelty, excitement, and local events. As a result, it was found that the traditions dimension had a significant effect on all sub-dimensions of visitor motivation, the linkages and recognition dimension had a significant effect on the cultural exploration and excitement dimensions, and the cultural loss dimension had a significant effect on the escape, event novelty, local events and excitement dimensions.

Keywords: Intangible Cultural Heritage, Motivation, Tourism

Giriş

Değişen koşullara ve zamana göre tüketicilerin algı ve istekleri sürekli değişmekte, talep ve eğilimleri de bu doğrultuda şekillenmektedir. Son yıllarda alternatif turizm türlerinin artış göstermesi ve talebin bun yönde

**Bu makale, 2023 yılı Temmuz ayında Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Doktora Programında doktora tezi olarak gerçekleştirilmiştir.

*Sorumlu yazar: bedriyecilemsoylu@gmail.com

DOI: 10.33083/joghat.2023.323

olmasıyla birlikte, doğayla iç içe yaşama, farklı kültürleri keşfetme ve farklı kültürden insanları tanıma giderek dikkat çekmektedir. Böyle bir ortamın sağlanmasında ve yaygınlaşmasında en önemli kültürel araçlardan bir tanesi festivallerdir (Atak vd., 2017). Festivaller ve özel etkinlikler yerel halka ekonomik açıdan katkı sağlaması ve imaj geliştirmede bir araç olmasıyla toplulukların yaşamlarında önemli bir rol oynamaktadır (Gürsoy vd., 2004). Festivaller ve etkinlikler, kültürel üretim ve tüketimin önemli bir parçası olarak sosyal açıdan insanların bir araya gelip eğlenmesini sağlamakta ve böylece yerel halkın yaşam kalitesini de yükseltmektedir (Yolal vd., 2009). Özellikle kültürel değerlerle bağlantılı festivaller, söz konusu değerlerin ve geleneklerin yaşatılmasında ve gelecek nesillere aktarılmasında aracıdır (Small vd., 2005: 66).

Kültürel değerler içerisinde festival kapsamında değerlendirilen deve güreşleri de Türkiye'ye özgü bir spor, folklor, kültür ve turizm olayıdır (Çulha, 2008). Devecilik kültürü ve deve güreşleri bünyesinde pek çok ritüelleri ve uygulamaları barındıran Türk kültürünün önemli bir değeridir (Uygur ve Okca Koyuncu, 2019). Ayrıca ritüellerin yanı sıra halk oyunları, müzik, ticari aktiviteler ve çeşitli gelenek ve göreneklere de kapsamaktadır (Yılmaz ve Ertuğrul, 2015). Geçmişten günümüze kültürel birikimi yansıtan deve güreşleri hem kültürel mirasın hem de kültürel miras ile yakın ilişki içerisinde olan turizmin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Ayrıca deve güreşleri, bölgenin uluslararası turizm pazarında tanınmasında etkili olmakta ve bölgeye de ekonomik katkılar sağlamaktadır (Avcı vd., 2016).

Ziyaretçilerin mirası kültürlerinin bir parçası olarak algılaması ile bölgeyi ziyaret etme motivasyonları arasında bağlantı olduğunu ileri süren araştırmalar mevcuttur (Poria, Butler ve Airey, 2003; 2004). Buna göre mirası kültürlerinin bir parçası olarak algılayan ziyaretçiler ile bu algıya sahip olmayan ziyaretçilerin davranışları farklılık göstermektedir. Bu durum turist davranışlarının analizi ve miras destinasyonlarında uygun bir yönetimin geliştirilmesi açısından dikkat çekicidir (Santa Cruz vd., 2019). Dolayısıyla deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin somut olmayan kültürel miras algılarının, motivasyon unsurlarının ve alt boyutlar arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi bu mirasın kültür turizmi aracılığıyla değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından önemli görülmektedir. Bu araştırmada kültürel miras açısından önemli bir değere sahip deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin, somut olmayan kültürel miras algıları ile motivasyonlarının alt boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Somut Olmayan Kültürel Miras ve Festivaller

Kültür sosyoloji, psikoloji, antropoloji, tarih gibi pek çok disiplinlerde değişik şekillerde tanımlanmıştır. En geniş anlamıyla kültür “toplumun bir üyesi olarak insanın edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, gelenek vb. yetenek veya alışkanlığı kapsayan karmaşık bir bütün” dür (Tylor, 1873: 19). Kültürel miras kavramı ise önceki kuşaklar tarafından oluşturulmuş ve günümüze dek aktarılan, gelecek kuşaklara da fayda sağlayacak tüm somut ve somut olmayan değerlerdir (UTMK, 2020). Bu tanımdan anlaşılacağı üzere kültürel miras sadece elle tutulan ve gözle görülen somut varlıkları değil, somut olmayan değerleri de kapsamaktadır (Artun, 2005). Somut olmayan kültürel miras, nesilden nesle aktarılan ve topluluklar tarafından kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımlanan sözlü gelenekleri, gösteri sanatlarını, ritüelleri ve etkinlikleri ifade etmektedir (UTMK, 2022). Kısacası, yerel toplumların festivallere katılması, geleneksel dans ve törenlerin izlenmesi, yörelere özgü geleneksel ürünlerin alışverişi somut olmayan kültürel miras kapsamında değerlendirilmektedir (Besculides vd., 2002). Gelenekler, şenlikler, yemek, yaşam tarzları ve yerel üretim gibi unsurlar destinasyonları turistik yerlere dönüştürmektedir. Turistler yeni ve benzersiz yerlerde farklı ve özgün deneyimler aradıkça bu yerlere talep artış göstermektedir (Timothy ve Boyd, 2006). Bir bölgenin sahip olduğu somut olmayan kültürel miras değerleri doğal ve kültürel unsurların tanıtılmasında ve söz konusu bölgeye gelen ziyaretçilerin ilgisini çekme konusunda katma değer yaratmaktadır. Ayrıca bu değerler toplumların kimliğini koruyabilmesinde de kilit bir rol oynamaktadır (Atasoy, 2018).

Özellikle son yıllarda eski medeniyetlerin veya kültürlerin izlerini görme isteğiyle yerel kültürler karşı ilgi duyulmaya başlanmıştır. Turizmin tüm yıla yayılmasında, kültürün yerli ve yabancılara tanıtılmasında ve korunmasında, geçmiş ve geleceğe sahip çıkılmasında yerel kültürler önemli bir fırsat sağlamaktadır (Kurak Açıcı vd., 2017). Bir ülkenin ya da bir topluluğun tarihini, dünya görüşünü ve kimliğini yansıtan temalı kutlamalar olarak ifade edilen festivaller, pek çok ülkenin turizm çeşitleri arasında yer alarak sağladığı katkılarda turizm pazarı içinde de önemli bir yere sahiptir (Avcı vd., 2016). Festivaller ayrıca yerel kültürün mirasını korumada ve yerel ekonomik kalkınmayı desteklemede yardımcı bir unsurdur (Tanford ve Jung, 2017). Festivaller aracılığıyla destinasyonların somut olmayan kültürel mirası, yerel gelenekleri ve destinasyonların kültürel özellikleri tanıtılmaktadır (McKercher vd., 2006). Yerel kültürlerin yabancılara tanıtılması toplumla olan bağları güçlendirmekte, böylece kimliği, gururu, uyumu ve desteği arttırmaktadır

(Yolal vd., 2016). Kısacası alan yazında festivallerin ekonomik ve sosyal faydalarını (Çavuş ve Baki, 2020; Delamere, 2001; Mısırlı ve Özdemir, 2018; Okech, 2011; O’Sullivan ve Jackson, 2002; Süslü vd., 2019; Richards 2017), destinasyon imajı (Boo ve Busser, 2005; Prentice ve Andersen, 2003; Saçlı ve Ersöz, 2019) ve destinasyon markalaşmasında festivallerin rolünü ele alan birçok çalışma mevcuttur (Esu ve Arrey, 2009; Çoban ve Süer, 2018; Chen vd., 2018; İlban ve Kömür, 2019).

Turistler açısından geleneksel bir oyuna festival atmosferinde şahit olma imkânı sağlayan deve güreşleri kış turizminde önemli cazibe merkezi olma potansiyeline sahiptir (Uygur, 2016: 416). Deve güreşleri kış turizmini hareketlendirmesinin yanı sıra deve sucuklarının, deve aksesuarlarının, deve sahiplerinin yöresel kıyafetleri ile el yapımı çizimlerinin tanıtımı sağlanacaktır (Çalışkan, 2016). Avcı vd. (2016) Selçuk’ta gerçekleştirilen deve güreşlerinin festival turizmi bağlamında değerlendirilmesi amacıyla yaptıkları çalışmada katılımcıların kış turizminde bir alternatif olması ve böylece ilçeye daha fazla turist gelmesiyle turizm gelirlerinin artırılmasına dikkat çekmiştir. Özkan ve Korkmaz (2020) çalışmasında Ayvacık deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin çoğunlukla geleneksel kültürü devam ettirmek isteğinde oldukları ve memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu tespit etmiştir. Ayrıca ziyaretçilerin organizasyonu başarılı bulunduğu ve festivali dünya çapında değerli gördüğü belirtilmiştir.

Turist Motivasyonu

Motivasyon, psikolojik veya biyolojik ihtiyaçlardan oluşan, bireyi harekete geçiren, yönlendiren ve bütünleştiren içsel bir faktördür (Crompton ve McKay, 1997; Yolal vd., 2009). Bir birey aynı zamanda birden fazla sebeple seyahat etmeye motive olabilmektedir (Mutanga vd., 2017). Turistlerin farklı turistik yerleri ziyaret etmek için farklı güdülleri vardır. Bu güdüler doğa ve etkinlikler, kültür, rahatlama, nostalji, yenilik, rutinden kaçış, eğitim olabilmektedir (Bansal ve Eiselt, 2004; Chikuta vd., 2017; Jansen-Verbeke ve Rekom, 1996; Kim ve Ritchie, 2012; Timothy ve Boyd, 2003; Yoon ve Uysal, 2005). Motivasyon, turistlerin davranışlarında belirleyici bir faktördür (Albayrak ve Caber, 2018). Dolayısıyla, turist motivasyonlarını anlamak, kültürel miras turizmi araştırmalarında da önemli bir temadır (Poria, Reichel ve Biran, 2006). Kültürel miras turizmi açısından bir turist destinasyon tercihi, söz konusu destinasyonun öne çıkan kültürel miras değerlerine göre farklı motivasyonlara dayanarak gerçekleşebilmektedir (Correia vd., 2013). Kültürel manzaralar, ilgi çekici yerler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon kaynağı olmakta ve seyahat kendi içinde kültür üretmektedir (Richards, 2018).

İlgili alan yazın incelendiğinde kültürel miras turizmi kapsamında turist motivasyonu ile ilgili birçok çalışma olduğu görülmektedir. Nguyen ve Cheung (2014) turist motivasyonları ile miras motivasyonları arasında ayırım yapmıştır. Turist motivasyonları arasında; eğlence, kişisel bağlanma, bilgi arayışı sayılırken miras motivasyonları arasında ise kişisel bilgiyi zenginleştirmek, şehir hakkında bilgi edinmek, kültür ve miras şehri hakkında bilgi edinmek veya bilgileri artırmak sayılmıştır. Poria, Butler ve Airey’e (2004) göre, bir bölgenin geçmişi ile ilgilenmek, turistleri o yerin tarihi hakkında daha fazla bilgi edinme, rekreasyonel bir deneyime katılma veya kendi miraslarıyla ilgili bir gerçeklikle temas halinde olma isteği gibi farklı şekillerde motive etmektedir. Poria vd. (2006) turistlerin miras algılarının ziyaret motivasyonunu etkilediğini, turistlerin miras alanını kendi miraslarının bir parçası olarak algıladıkça, ziyarete olan ilgilerinin o kadar arttığı belirtilmiştir. Santa Cruz vd.’nin (2020) araştırmasına göre turist sadakati sağlamada motivasyonun tek başına yeterli olmadığı, kültürel miras algısının da etkili bir unsur olduğu vurgulanmıştır. Poria vd. (2003) çalışmaları sonucunda motivasyonların ve potansiyel davranışların bir miras alanına ilişkin algılarla bağlantılı olduğunu belirtmiştir. Bir alanı kişisel miraslarının bir parçası olarak algılayanların, miras turizminin temelini oluşturduğu ve davranışlarıyla diğerlerinden ayrıldığı ileri sürülmektedir. Poria, Reichel ve Cohen’in (2013) çalışmasına göre turistler ziyaret ettiği yeri kendi mirasının bir parçası olarak algıladıkça, öğrenmeye, duygusal katılım hissetmeye, miraslarına bağlı olmaya ve mirası çocuklarına aktarmaya o kadar fazla ilgi göstermektedir.

Yöntem

Bu çalışmada deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin somut olmayan kültürel miras algısının deve güreşlerine katılım motivasyonları üzerindeki etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç ve ilgili alan yazın doğrultusunda geliştirilen temel hipotez ve alt hipotezler şu şekildedir:

H₁: Somut olmayan kültürel miras algısının ziyaretçi motivasyonu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

- **H_{1a1}:** Bağlantı ve tanınma boyutunun kültürel keşif boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1a2}:** Bağlantı ve tanınma boyutunun kaçış boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1a3}:** Bağlantı ve tanınma boyutunun etkinlik yeniliği boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

- **H_{1a4}**: Bağlantı ve tanınma boyutunun heyecan boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1a5}**: Bağlantı ve tanınma boyutunun yerel etkinlikler boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1b1}**: Gelenekler boyutunun kültürel keşif boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1b2}**: Gelenekler boyutunun kaçış boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1b3}**: Gelenekler boyutunun etkinlik yeniliği boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1b4}**: Gelenekler boyutunun heyecan boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1b5}**: Gelenekler boyutunun yerel etkinlikler boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1c1}**: Kültürel kayıp boyutunun kültürel keşif boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1c2}**: Kültürel kayıp boyutunun kaçış boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1c3}**: Kültürel kayıp boyutunun etkinlik yeniliği boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1c4}**: Kültürel kayıp boyutunun heyecan boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.
- **H_{1c5}**: Kültürel kayıp boyutunun yerel etkinlikler boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmada değişkenlere yönelik alan yazın taraması yapılmış ve elde edilen bilgiler ışığında anket formu geliştirilmiştir. Anketin birinci bölümünde deve güreşlerine katılım motivasyonu belirlenmeye çalışılmıştır. Motivasyon ölçeğinin oluşturulmasında Uysal vd. (1993) ile Schofield ve Thompson'ın (2007) çalışmalarından faydalanılmıştır. İkinci bölümde somut olmayan kültürel miras algısını ölçmek üzere Choi, Papandrea ve Bennett'in 2007 yılında geliştirdiği ve daha sonra Choi ve Fielding'in (2016) çalışmasında faydalandığı "Cultural Worldview Scale" ölçeğinden yararlanılmıştır. Son bölümde ise katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine yer verilmiştir. Ölçekler Türkçeye uyarlandıktan sonra 6 kişiden uzman görüşü alınmıştır. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra anket formu son şeklini almıştır. Bu süreçte Balıkesir Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Komisyonu tarafından 11.10.2022 tarihli ve 2022/05 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Daha sonra 15 Ocak 2023 tarihinde gerçekleşen Selçuk-Efes Deve Güreşleri Festivali'ne ve 22 Ocak 2023 tarihinde gerçekleştirilen İzmir-Tire deve güreşine katılan ziyaretçilerden anket tekniği ile toplamda 435 veri elde edilmiş ancak, 17 veri eksik veya tutarsız olması sebebiyle analizden çıkarılmıştır. Araştırmada örnekleme yöntemlerinden olan kolayda örnekleme kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21.0 ve AMOS 21.0 istatistiksel yazılım ile analiz edilmiş, açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Bu aşamalarda sonra yapısal eşitlik modeli (YEM) analizi yapılmıştır.

Bulgular

Tablo 1'de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin elde edilen verilere yer verilmiştir. Katılımcıların %16'sı kadın, %84'i ise erkek, %50,5'i evli ve %49,5'i ise, bekârdır. Katılımcıların %41,1'i 18-30 yaş arası, %45'i 31-50 yaş arası, %12,4'ü ve %1,4'ü 65 yaş ve üzeridir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında %4,1'i ilkökul, %12,4'ü ortaokul, %27,5'i lise, %15,3'ü ön lisans, %32,8'i lisans ve %7,9'u ise lisansüstü mezundur. Katılımcıların %12,4'ü gelirini düşük, %73,4'ü orta, %14,1'i yüksek olarak tanımlamıştır. Meslek dağılımlarına bakıldığında katılımcıların %4,3'ü özel, %9,6'sı ise kamu sektöründe çalışmaktadır. Katılımcıların %5,3'ü öğrenci, %7,7'si esnaf, %6'sı emeklidir. Katılımcıların %52,3'ü serbest meslek, %2,4'ü ev hanımı, %8,6'sı tarım ve hayvancılıkla uğraşmaktadır. Katılımcıların %1,4'ü yönetici olduğunu ve %0,7'si çalışmadığını belirtmiştir. Mesleğini belirtmeyen katılımcı oranı %1,7'dir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Değişkenler		n	%	Sosyo-Demografik Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	67	16	Gelir durumu	Düşük	52	12,4
	Erkek	351	84		Orta	307	73,4
	Toplam	418	100		Yüksek	59	14,1
Medeni Durum	Evli	211	50,5	Toplam	418	100	
	Bekâr	207	49,5	Özel sektör	18	4,3	
	Toplam	418	100	Kamu	40	9,6	
Yaş	18-30 yaş arası	172	41,1	Meslek	Öğrenci	22	5,3
	31-50 yaş arası	188	45		Esnaf	32	7,7
	51-64 yaş arası	52	12,4		Emekli	25	6,0
	65 yaş ve üzeri	6	1,4		Serbest Meslek	219	52,3

	Toplam	418	100			
Eğitim Durumu	Ev Hanımı	10	2,4			
	Tarım ve Hayvancılık	36	8,6			
	Yönetici	6	1,4			
	Çalışmıyor	3	0,7			
	Belirtilmedi	7	1,7			
	Toplam	418	100			
	İlkokul	17	4,1			
	Ortaokul	52	12,4			
	Lise	115	27,5			
	Ön lisans	64	15,3			
Lisans	137	32,8				
Lisansüstü	33	7,9				
Toplam	418	100				

Açıklayıcı Faktör Analizi

Deve güreşlerine katılan ziyaretçilerin somut olmayan kültürel miras algısını ve motivasyonunu belirlemek üzere hazırlanan ölçekte yer alan değişkenlerin yapı geçerliliğini test etmek üzere açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği bakılmış, Kolmogorov-Smirnov testi yapılmış ve $p > ,05$ düzeyinde veriler anlamlı çıkmıştır. Verilerin basıklık-çarpıklık değerleri için alan yazında farklı görüşler mevcut olsa da çarpıklık değerinin ± 3 , basıklık değerinin ise ± 10 arasında bir değer olması gerektiği de belirtilmektedir (Kline, 1998: 77). Dolayısıyla verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Daha sonra faktör analizinin uygunluğunu gösteren Kaiser-Meyer- Olkin (KMO) ve Barlett Küresellik testleri yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri alan yazında 0,70 olarak genel kabul görmüştür (Kozak, 2017: 150).

Tablo 2. Somut Olmayan Kültürel Miras Algısı AFA Analizi

	Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	OVY	FAKTÖRLER
soküm6	Kültürel miras hayatımızın bir parçası olmalıdır.	,813			,694	
soküm4	Atalarımızın kültürel değerleri benim için önemlidir.	,793			,670	Bağlantı ve tanınma Öz Değer: 5,374 Varyans: %35,82 Ortalama: 4,61 Güvenirlilik: ,919
soküm5	Kültürel mirasımızı gelecek nesiller için daha fazla korumaya ihtiyacımız var.	,792			,693	
soküm2	Gelecek nesiller, mevcut kültürel mirastan yararlanma hakkına sahiptir	,767			,635	
soküm7	Kültürel miras önemsenmelidir.	,759			,637	
soküm8	Somut olmayan kültürel değerler de somut değerler kadar korunma hakkına sahiptir.	,739			,605	
soküm3	Kültür, farklı geçmişlere sahip insanlarla birlikte yaşamamıza yardımcı olur.	,725			,598	
soküm10	Kültür, kendi kimliğimi yansıtmama yardımcı olur.	,692			,548	
soküm12	Genç nesillerin kendi kültürlerini öğrenmeleri çok önemlidir.	,635			,495	
soküm15	Geleneksel giyim tarzımız benim için önemlidir.		,836		,771	Gelenekler Öz Değer: 3,036 Varyans: %20,23 Ortalama: 4,35 Güvenirlilik: ,868
soküm16	Büyüklerimizin yaptığı yemekleri bilmek isterim.		,791		,727	
soküm13	Geleneksel giyim tarzımızı öğrenmek isterim.		,769		,696	
soküm14	Büyüklerimizin yaptığı yemekler benim için önemlidir.		,759		,678	
soküm18	Kültürel miras yok olmuyor.			,941	,899	Kültürel kayıp Öz Değer: 1,827 Varyans: %12,17 Ortalama: 3,32 Güvenirlilik: ,888
soküm19	Rutin gündelik hayatımızı sürdürürken büyük bir kültürel kayıp yaşanmaz.			,934	,893	

Açıklanan toplam varyans: % 68,245 KMO: ,914; Barlett'in Küresellik Testi: χ^2 : 3706,148 s.d.:105, $p < ,001$ Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. OVY: Ortak varyans yükü

Tablo 2’de yer alan somut olmayan kültürel miras algısı ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett’s Küresellik testi sonuçları incelendiğinde, KMO değerinin ,914 olduğu, Bartlett testine göre yaklaşık ki kare (χ^2) değerinin 3706,148 ve anlamlılık düzeyinin $p=,000$ olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre ölçeğin açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin, Cronbach’ın Alfa (α) değeri ,884 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucu somut olmayan kültürel miras algısı ölçeği üç boyutta ortaya çıkmış ve “soküm17” ve “soküm11” binişik madde olması, “soküm1” ve “soküm9” maddeleri ise faktör yükü düşük olması sebebiyle analizden çıkarılmıştır. Birinci boyutun açıklanan varyansı %35,82, özdeğeri 5,374, ortalaması 4,61 ve güvenilirliği ,919’dur. Orijinal ölçekte bu boyutu oluşturan maddelerin beşi topluluklar arası ve nesiller arası bağlantılar (bağlantı), dördü ise kültürel değerlerin tanınması (tanınma) boyutunda yer almaktadır. Bu yüzden bu boyut “bağlantı ve tanınma” olarak adlandırılmıştır. İkinci boyut orijinal ölçekte olduğu gibi “gelenekler” adı altında dört maddeden oluşmaktadır. Üçüncü boyut orijinal ölçekte bu boyut altında yer alan üç maddeden ikisi aynı şekilde bu boyut altında yer almıştır. Bu boyut kültürel kayıp olarak adlandırılmıştır. Bu 3 boyutun toplam açıklanan varyansı %68,245 olarak bulunmuştur. Bağlantı ve tanınma boyutu %35,82 ile en yüksek düzeyde açıklanan varyansa sahiptir.

Tablo 3. Ziyaretçi Motivasyonu AFA Analizi

Maddeler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	OVY	FAKTÖRLER
m22 Deve güreşleri hakkında daha fazla şey öğrenmeyi umuyorum.	,846					,761	Kültürel keşif Öz Değer: 2,912 Varyans: %16,175 Ortalama: 4,47 Güvenirlilik: ,805
m23 Ailemin bu kültürel etkinlik hakkında daha fazla şey öğrenmesini isterim.	,796					,677	
m24 Kültürü benzersiz, tarihi ortamında deneyimlemekten keyif alırım.	,743					,579	
m21 Deve güreşlerine ilişkin kültürü deneyimlemek isterim.	,672					,580	
m19 Yerel etkinlikler ilgimi çeker.	,537					,504	
m1 Deve güreşlerine günlük rutin hayatta bir değişiklik olması için katıldım.		,835				,776	Kaçış Öz Değer: 2,643 Varyans: %14,68 Ortalama: 4,06 Güvenirlilik: ,828
m2 Günlük yaşamımda sıra dışı bir değişiklik olması için katıldım.		,805				,785	
m4 Deve güreşlerine merak ettiğim için katıldım.		,630				,524	
m3 Deve güreşlerine farklı etkinliklerden hoşlandığım için katıldım.		,590				,584	
m10 Görülecek ve yapılacak aktivitelerin çeşitliliğinden hoşlandığım için katıldım.			,801			,747	Etkinlik yeniliği Öz Değer: 2,251 Varyans: %12,50 Ortalama: 4,15 Güvenirlilik: ,800
m11 Deve güreşlerine özel etkinliklerden hoşlandığım için katıldım.			,772			,750	
m7 Deve güreşleri heyecan verici olduğu için katıldım.			,713			,682	
m5 Buradaki yiyecek-içecekleri tatmak için katıldım.				,799		,756	Heyecan Öz Değer: 2,238 Varyans: %12,43 Ortalama: 3,15 Güvenirlilik: ,812
m6 Kalabalıktan hoşlandığım için katıldım.				,765		,740	
m8 Deve güreşlerine katılan diğer insanların neler				,744		,649	

	yaptığını izlemek için katıldım.				
m16	Özel etkinliklerden hoşlanırım.	,846	,763	Yerel etkinlikler	
m15	Aynı şeyleri yapmaktan keyif alan insanlarla bir arada olmak için katıldım.	,710	,664	Öz Değer: 2,125	Varyans:%11,80
m17	Deve güreşlerinin kulağa eğlenceli geldiğini düşünüyorum.	,705	,647	Ortalama: 4,33	Güvenirlilik: ,773
Açıklanan toplam varyans: % 67,599 KMO: ,868; Bartlett'in Küresellik Testi: χ^2 : 3418,945 s.d.:153, p<,001 Varimax rotasyonlu temel bileşenler analizi. OVY: Ortak varyans yükü.					

Tablo 3'te yer alan ziyaretçi motivasyonu ölçeğine ilişkin KMO ve Bartlett's Küresellik testi sonuçları incelendiğinde, KMO değerinin ,868 olduğu, Bartlett testine göre yaklaşık ki kare (χ^2) değerinin 3418,945 ve anlamlılık düzeyinin p=,000 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre ölçeğin açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin, Cronbach'ın Alfa (α) değeri ,886 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi sonucu ziyaretçi motivasyonu ölçeği beş boyutta ortaya çıkmış ve ‘‘m18, m20’’, ‘‘m12, m9’’, ‘‘m14’’ binişik madde olması, ‘‘m13’’ ortak varyans yükü düşük olması sebebiyle analizden çıkarılmıştır. Kültürel keşif boyutu %16,17 ile en yüksek düzeyde açıklanan varyansa sahiptir. Orijinal ölçekte bu boyutta yer alan dört madde kültürel keşif, bir madde (m19) ise yerel özel etkinliklerde yer almaktadır. Dolayısıyla bu boyut ‘‘kültürel keşif’’ olarak adlandırılmıştır. İkinci boyut ‘‘kaçış’’ olarak adlandırılmıştır. Orijinal ölçekte bu boyutta yer alan üç madde kaçış, bir madde (m4) ise heyecan boyutunda yer almaktadır. Üçüncü boyutta yer alan maddelerin orijinal ölçeğe göre üçü etkinlik yeniliği, biri (m7) ise heyecan boyutunda yer almaktadır. Dolayısıyla bu boyut ‘‘etkinlik yeniliği’’ olarak adlandırılmıştır. Dördüncü boyut heyecan olarak adlandırılmıştır. Orijinal ölçekte bu boyut altında yer alan beş maddeden üçü aynı şekilde bu boyut altında yer almaktadır. Yerel etkinlikler boyutuna ait maddelerin ikisi orijinal ölçekte de bu boyut altında ve bir madde (m15) ise sosyalleşme boyutu altında yer almaktadır. Dolayısıyla bu boyut yerel etkinlikler olarak adlandırılmıştır. Ortaya çıkan 5 boyutun toplam açıklanan varyansı %67,599 olarak bulunmuştur.

Ölçüm Modelinin Test Edilmesi

Ölçüm modeline ilişkin değerler Tablo 4'te verilmiştir. Bu değerlere göre gözlenen değişkenlerin örtük (gizil) değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği anlaşılmaktadır. Uyum iyiliği değerleri incelendiğinde, araştırmada kullanılan veri setinin, araştırma modelini destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Uyum indeksleri için kabul edilebilir değerler Hair vd. (2010) ile Awang'in (2012) çalışmalarına göre oluşturulmuştur.

Tablo 4. Ölçüm Modeli Test Sonuçları

	\bar{X}	Faktör Yüğü	ϵ (hata)	t-değeri	p
Gelenekler					
soküm13	4,32	0,778	0,222	λ 1'e sabitlenmiştir.	
soküm14	4,41	0,759	0,241	15,531	***
soküm15	4,29	0,819	0,181	17,349	***
soküm16	4,39	0,805	0,195	16,793	***
Bağlantı ve Tanınma					
soküm5	4,66	0,824	0,176	λ 1'e sabitlenmiştir.	
soküm12	4,59	0,625	0,375	13,434	
soküm10	4,53	0,68	0,320	15,060	***
soküm3	4,63	0,75	0,250	17,249	***
soküm8	4,57	0,731	0,269	16,618	***
soküm2	4,61	0,762	0,238	17,828	***
soküm6	4,62	0,787	0,213	18,216	***
soküm7	4,65	0,758	0,242	17,495	***
soküm4	4,68	0,802	0,198	19,169	***
Kültürel Kayıp					
soküm19	3,41	0,929	0,071	λ 1'e sabitlenmiştir.	
soküm18	3,24	0,86	0,140	10,678	***

Kültürel Keşif										
m21	4,57	0,702	0,298	λ 1'e sabitlenmiştir.						
m24	4,56	0,649	0,351	11,7	***					
m23	4,25	0,787	0,213	12,113	***					
m22	4,33	0,847	0,153	13,91	***					
Kaçış										
m3	4,17	0,602	0,398	λ 1'e sabitlenmiştir.						
m2	3,88	0,918	0,082	13,004	***					
m1	3,97	0,855	0,145	12,98	***					
Etkinlik Yeniliği										
m7	4,24	0,672	0,328	λ 1'e sabitlenmiştir.						
m11	4,11	0,84	0,160	13,143	***					
m10	4,10	0,767	0,233	12,708	***					
Heyecan										
m8	3,05	0,669	0,331	λ 1'e sabitlenmiştir.						
m6	3,00	0,827	0,173	13,529	***					
m5	4,27	0,82	0,180	13,632	***					
Yerel Etkinlikler										
m17	4,27	0,717	0,283	λ 1'e sabitlenmiştir.						
m16	4,45	0,688	0,312	12,038	***					
m15	4,26	0,787	0,213	12,463	***					
	χ^2	df	χ^2/df	SRMR	RMSEA	CFI	NFI	IFI	GFI	TLI
Kabul edilebilir değ.		≤ 5	$< 0,08$	$< 0,10$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$	$\geq 0,90$,900	$\geq 0,90$
Ölçüm Modeli	774,779	402	1,853	,0526	,045	,951	,900	,952	,899	,943

***=p<.001

Tablo 5'te araştırmada ölçülen yapılar arasındaki korelasyon, MSV (Maximum Shared Variance), MaxR (Maximum Reliability), CR (Composite Reliability), AVE (Average Variance Extracted) ve Cronbach'ın Alfa (α) değerleri verilmiştir. Modelin güvenilirliği için yapılan değerlendirmede, ölçeklerdeki tüm faktörlerin Cronbach'ın Alfa ve CR değerlerinin tamamının 0,70'ten büyük olduğu görülmektedir. Faktörlerin tamamının AVE değerinin de 0,50'den büyük olduğu görülmektedir. Sonraki aşamada bu faktörlerin ayırım ve benzeşim geçerliliği incelenmiştir. Ayırım geçerliliğinin sağlanması için faktörlerin AVE değerinin karekökünün korelasyon değerlerinden büyük olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). MSV değerinin ise AVE değerinden küçük olması ve MaxR(H) değerinin ise CR değerinden büyük olması beklenmektedir (Hu ve Bentler, 1999: 3). Benzeşim geçerliliği için AVE değerinin 0,50'den, CR değerinin ise ,70'ten ve AVE değerinden büyük olması gerekmektedir (Hair vd., 2010). Dolayısıyla bu koşullara göre modelde kullanılan yapıların geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 5. Ölçüm Modeli Korelasyon Analizi ve Güvenirlik Testleri

	CR	AVE	MSV	MaxR (H)	1	2	3	4	5	6	7	8
Gelenekler	0,869	0,625	0,441	0,871	0,791							
Kültürel kesif	0,836	0,563	0,297	0,854	0,545	0,750						
Kaçış	0,841	0,645	0,419	0,896	0,194	0,167	0,803					
Etkinlik yeniliği	0,805	0,582	0,386	0,823	0,358	0,421	0,529	0,763				
Heyecan	0,818	0,601	0,419	0,834	0,262	0,248	0,647	0,563	0,775			
Yerel etkinlikler	0,775	0,536	0,386	0,782	0,456	0,513	0,462	0,621	0,482	0,732		

Bağlantı ve tanınma	0,919	0,561	0,441	0,924	0,664	0,523	0,116	0,279	0,058	0,417	0,749
Kültürel kayıp	0,890	0,801	0,130	0,901	0,276	0,180	0,219	0,286	0,360	0,288	0,895

Araştırma Hipotezlerinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizi İle Test Edilmesi

Ölçüm modelinde yer alan yapıların güvenilirlikleri ve geçerlikleri ortaya koyulmuş, uyum iyiliklerinin yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu aşamalardan sonra araştırma modelinde yer alan yapılar arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi için yapısal eşitlik modeli (YEM) analizi yapılmıştır. Modelde yer alan yapıların birbirleri üzerindeki etkilerin ortaya koyulmasına yönelik yollar (path) çizilmiştir. Daha sonra istatistiksel açıdan anlamsız çıkan yollar modelden “p” değeri en yüksek olan yoldan başlanarak sırasıyla tek tek çıkarılmıştır (Meydan ve Şeşen, 2015). Ölçüm modeline ilişkin YEM analizi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

YEM analizi sonucunda bağlantı ve tanınma boyutunun etkinlik yeniliği üzerinde ($t = -0,360$ $p = ,719$), kültürel kayıp boyutunun kültürel keşif boyutu üzerinde ($t = 1,116$ $p = ,264$), bağlantı ve tanınma boyutunun kaçış ($t = -1,774$ $p = ,076$) ve yerel etkinlikler boyutu üzerinde ($t = 1,370$ $p = ,171$) istatistiksel açıdan anlamsız bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla H_{1a3} , H_{1c1} , H_{1a2} , H_{1a5} hipotezleri desteklenmemiştir.

Bağlantı ve tanınma boyutunun kültürel keşif boyutu ($\beta = ,225$; $t = 3,214$; $p < 0,05$) üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu, heyecan boyutu ($\beta = -,268$ $t = -3,323$ $p < 0,001$) üzerinde ise istatistiksel açıdan negatif yönde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_{1a1} ve H_{1a4} hipotezleri desteklenmiştir.

Kültürel kayıp boyutunun kaçış ($\beta = ,194$ $t = 3,361$; $p < 0,001$), etkinlik yeniliği ($\beta = ,213$ $t = 3,706$; $p < 0,001$), yerel etkinlikler ($\beta = ,179$ $t = 3,170$; $p < 0,05$) ve heyecan boyutları üzerinde ($\beta = ,299$ $t = 4,974$ $p < 0,001$) istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. H_{1c2} , H_{1c3} , H_{1c4} ve H_{1c5} hipotezleri desteklenmiştir.

Gelenekler boyutunun kültürel keşif ($\beta = ,437$; $t = 5,715$; $p < 0,001$), kaçış ($\beta = ,216$ $t = 3,672$; $p < 0,001$), yerel etkinlikler ($\beta = ,489$ $t = 7,378$; $p < 0,001$), etkinlik yeniliği ($\beta = ,386$ $t = 5,990$; $p < 0,001$) ve heyecan ($\beta = ,433$ $t = 4,776$ $p < 0,001$) boyutları üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla H_{1b1} , H_{1b2} , H_{1b3} , H_{1b4} ve H_{1b5} hipotezleri desteklenmiştir.

Araştırma modelinde bağımsız değişkenlerin bağımsız değişkenleri üzerindeki açıklama gücü (R^2) değerlendirildiğinde, bağlantı ve tanınma ile gelenekler boyutları, kültürel keşif boyutu üzerindeki değişimin %37’sini açıklamaktadır. Gelenekler ile kültürel kayıp boyutları, kaçış boyutu üzerindeki değişimin %10,8’ini açıklamaktadır. Gelenekler ile kültürel kayıp boyutları, etkinlik yeniliği boyutu üzerindeki değişimin %24’ünü açıklamaktadır. Gelenekler ile kültürel kayıp boyutları, yerel etkinlikler boyutu üzerindeki değişimin %32’sini açıklamaktadır. Bağlantı ve tanınma, gelenekler ile kültürel kayıp boyutları heyecan üzerindeki değişimin %24’ünü açıklamaktadır.

Tablo 6. YEM Analizi Sonuçları

Hipotezler		S.E.	t-Değeri	Doğrudan Etki Std. β	R^2
Bağlantı ve tanınma	→ Kültürel Keşif	,067	3,214*	,225	,375
Gelenekler	→ Kültürel Keşif	,053	5,715***	,437	
Gelenekler	→ Kaçış	,054	3,672***	,216	,108
Kültürel Kayıp	→ Kaçış	,033	3,361***	,194	
Gelenekler	→ Etkinlik Yeniliği	,064	5,990***	,386	,240
Kültürel Kayıp	→ Etkinlik Yeniliği	,035	3,706***	,213	
Gelenekler	→ Yerel Etkinlikler	,065	7,378***	,489	,320
Kültürel Kayıp	→ Yerel Etkinlikler	,034	3,170*	,179	
Bağlantı ve tanınma	→ Heyecan	,147	-3,323***	-,268	,244
Gelenekler	→ Heyecan	,120	4,776***	,433	
Kültürel Kayıp	→ Heyecan	,049	4,974***	,299	

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Somut olmayan kültürel miras algısı ölçeği bağlantı ve tanınma, gelenekler ve kültürel kayıp olmak üzere üç boyutta ortaya çıkmıştır. Aynı ölçekten faydalanan Kang vd.'nin (2016) çalışmasında “kimlik/koruma”, “somut bağlılık” ve “anlayış/endişe” olmak üzere üç boyut ortaya koyulmuştur. Poria vd. (2006) çalışmaları sonucunda turistlerin miras alanını kendi miraslarının bir parçası olarak algılamasının, ziyarete olan ilgilerini etkilediğini belirtmiştir. Benzer şekilde Lee vd.'nin (2021) algı ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi tespit etmek üzere yaptıkları çalışmalarında da aynı isimli üç boyut ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin geleneksel, tarihi binaları ve eserleri korumaya, geleneksel kültürü anlamaya ve kültürel mirası önemsemeye yönelik algılarının, davranışsal niyetleri etkileyen en önemli boyut (kimlik/koruma) olduğu tespit edilmiştir. Wallace vd.'nin (2020) çalışmasında ise bağlantılar, tanıma ve kültürel kayıp olmak üzere ortaya üç boyut çıkmıştır.

Motivasyon ölçeği kültürel keşif, kaçış, yerel etkinlikler, etkinlik yeniliği ve heyecan olmak üzere beş boyutta ortaya çıkmıştır. Kültürel festivallere veya etkinliklere yönelik yürütülmüş çalışmalar incelendiğinde, Saayman'ın (2011) çalışması sonucunda kültürel keşif, etkinlik çekiciliği, kaçış olmak üzere üç boyut ortaya çıkmıştır. Okuyucu ve Kılıç'ın (2019) çalışmasında tarihi ve kültürel keşif, yenilik/farklılık arayışı, kaçma/başarma arzusu ve kurumsal nedenler motivasyon boyutları olarak ortaya çıkmıştır. Duran ve Hamarat (2014) çalışmasında tüm sosyo-demografik gruplar içinde kültürel keşif motivasyonunun yüksek olduğunu tespit etmiştir. Kim vd.'nin (2001) çalışmasında rahatlatma, kaçış, etkinlik yeniliği, merak, aile birlikteliği motivasyon boyutları olarak saptanmıştır. Gözgeç Mutlu vd. (2020) çalışması sonucunda deve güreşlerine katılım motivasyonlarını kültürel ve etnik kökenlerle bağlantı kurma ve eğlenme olarak tespit etmiştir. Manolika vd. (2015) çalışması sonucunda öğrenmenin kültürel tüketim için en önemli motivasyon olduğu ve bu boyutu sosyalleşme, aile birlikteliği, kaçış ve yeniliğin takip ettiği ortaya çıkmıştır. Kahraman ve Saçlı (2022) çalışması sonucunda motivasyon boyutlarını etkinlik, sosyalleşme, kaçış, heyecan ve yenilik olarak ortaya koymuştur. Alghamdi (2014) çalışmasında motivasyon boyutlarını kültürel bilgi, kaçış, aile birlikteliği, sosyalleşme ve heyecan olarak tespit etmiştir. Kültürel bilgi, en önemli motivasyon boyutu olmuştur. Chang (2006) çalışmasında diğer motivasyon faktörlerinin yanı sıra, kültürel keşfin katılımcıları yerel kültürel festivallere çeken en önemli boyut olduğunu tespit etmiştir. Genel olarak kültürel keşif, bilgi, merak, yenilik boyutlarının ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Bu araştırma sonucu ortaya çıkan motivasyon boyutlarının diğer çalışmalarla benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır.

YEM analizi sonucunda bağlantı ve tanınma boyutunun etkinlik yeniliği, kaçış ve yerel etkinlikler boyutları üzerinde istatistiksel açıdan anlamsız bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin, kültürel mirası yaşatma isteğinin, öğrenme ve önemseme derecesinin deve güreşlerini heyecan verici bulma, özel etkinliklerden hoşlanma, günlük hayatta bir farklılık yaratma gibi katılım motivasyonları üzerinde bir etkisi çıkmamıştır. Kültürel kayıp boyutunun ise kültürel keşif motivasyonu üzerinde istatistiksel açıdan anlamsız bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Kültürel mirasın ve geleneklerin korunması gerektiği algısı, deve güreşlerini öğrenme ve deneyimleme motivasyonu ile katılım üzerinde anlamlı bir etki yaratmamıştır. Bağlantı ve tanınma algısının kültürel keşif motivasyonu üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Yani ziyaretçilerin kültürel anlayışa sahip, kültürel mirası öğrenme ve önemseme derecesinin yüksek olması farklı bir kültürü deneyimleme ve öğrenme motivasyonunu olumlu yönde etkilemektedir. Bu boyutun heyecan motivasyonu üzerinde olumsuz bir etkisi olması ise heyecan motivasyonu altında deve güreşlerine “yiyecek-içecekleri tatmak için katıldım”, “kalabalıktan hoşlandığım için katıldım” ve “diğer insanların neler yaptığını izlemek için katıldım” ifadelerinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla deve güreşlerinin sıradan bir etkinlik olarak değerlendirilmediği, bir kültürü yansıttığı ve ziyaretçilerin bu kültüre karşı bir ilgisi olduğu düşüncesi çıkarılabilir. Kısacası kültürel mirası öğrenmek isteyen veya önem veren katılımcılar bu amaçlarla deve güreşlerine katılmamaktadır. Kültürel kayıp boyutunun kaçış, etkinlik yeniliği, yerel etkinlikler ve heyecan boyutları üzerinde istatistiksel açıdan olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Kültürel kayıp, kültürel mirasın ve geleneklerin korunmasını ifade ettiğinden, deve güreşlerini kültürel miras olarak değerlendiren katılımcıların kültürel kayıp algısının yüksek olmasının motivasyonlarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Gelenekler boyutunun tüm motivasyon boyutları üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla katılımcıların geleneklere önem verdiği ve devam ettirmek isteği içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıdan kültürel keşif, kaçış, yerel etkinlikler, etkinlik yeniliği ve heyecan motivasyonları ile deve güreşlerine katılım sağlandığı görülmektedir. Dolayısıyla somut olmayan kültürel mirasın turizme kazandırılmasında farkındalık ve algı düzeyinin önemi göz ardı edilmemelidir. Benzer şekilde bazı araştırmalarda da turistlerin kültürle ilgili algı ve davranışlarının incelenmesinin önemi vurgulanmıştır (Kang vd., 2016; Wei vd., 2021). Correia vd. (2011) turistlerin karar verme süreçlerinin kültürel geçmişlerinden etkilendiğini öne sürmüştür.

Deve güreşleri çeşitli ritüelleri, müziği, zanaatı içinde barındıran, toplumu birleştirici özelliğe sahip bir kültürdür. Bu açıdan yabancı turistlerin eğlenme, öğrenme, farklı bir kültürü deneyimleme imkânı bulunmaktadır. Yerli ziyaretçiler açısından da bu özellikler dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda kültürel miras turizmi kapsamında algının önemli faktörlerden biri olduğu söylenebilir. Deve güreşleri uzun yıllar bir geleneğin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamakla birlikte turizm açısından da değerli ve destekleyici unsur olmaktadır. Deve güreşleri hem devecilik kültürünün yaşatılması açısından hem de kış turizminde ürün çeşitliliği açısından ekonomik, sosyal ve kültürel faydalar sağlama potansiyeline sahiptir. Ayrıca söz konusu kültür yaşatılarak koruma anlayışı çerçevesinde turizme kazandırılmalı, tanıtım faaliyetlerine daha çok ağırlık verilerek yabancı turistlerin katılımı sağlanmalıdır. Özel ilgi turizmi kapsamında önemli bir potansiyele sahip olan deve güreşleri, ülkenin farklı bölgelerine de yayılmalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından deve güreşleri festivali için daha fazla destek verilerek uluslararası alanda tanıtıma yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Turizm fuarları arasında somut olmayan kültürel miras yönleriyle devecilik kültürü ve deve güreşleri tanıtılmalıdır.

Kültür turizmi kapsamında deve güreşlerine de yer verecek şekilde paket turlar oluşturulmasına yönelik çalışmalar yürütülmelidir. Paket turla gelen turistlere, basın mensuplarına ve yerli ziyaretçilere özel alanlar oluşturulmalıdır. Gelen ziyaretçilerin ve turistlerin festivalden memnun kalması ve olumlu ağızdan ağza iletişim sağlanması için programa, faaliyetlere ve sunulan hizmetlere özen gösterilmelidir.

Bu çalışma Selçuk-Efes ve Tire deve güreşlerine katılan yerli ziyaretçiler ile sınırlıdır. Gelecekteki çalışmalar için farklı bölgelerde düzenlenen deve güreşleri veya kültürel etkinlikler kapsamında somut olmayan kültürel miras algısını tespit etmek üzere yabancı ziyaretçiler dahil edilerek bir araştırma yapılabilir.

Kaynakça

- Albayrak, T. and Caber, M. (2018). Examining the relationship between tourist motivation and satisfaction by two competing methods. *Tourism Management*, 69, 201-213.
- Alghamdi, A. A. (2014). Segmentation by visitor motivation in cultural festivals: A case study of the Souk Okaz Festival. *Journal of Business and Economics*, 5(11), 2180-2202.
- Atak, O., Tatar, S., ve Tunaseli, A. (2017). Kültürel miras oluşumunda festivallerin yeri ve önemi: Fethiye müzik köyü üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(52), 1397-1409.
- Avcı, E., Özogul, G. ve Yıldız, İ. (2016). Selçuk Efes deve güreşlerinin festival turizmi kapsamında değerlendirilmesi. I. Uluslararası Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri Sempozyumu, İzmir, Selçuk.
- Awang, Z. H. (2012). *A handbook on SEM: structural equation modeling* (4th ed.). Kuala Lumpur: Centre For Graduate Studies, University Teknologi MARA Kelantan.
- Bansal, H. and Eiselt, H. A. (2004). Exploratory research of tourists' motivations and planning. *Tourism Management*, 25, 387-396.
- Boo, S., and Busser, J. A. (2005). Impact analysis of a tourism festival on tourists destination images. *Event management*, 9(4), 223-237.
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: an example in the Rukai Tribal Area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6), 1224-1264.
- Chen, Y. C. King, B. and Lee, H. (2018). Experiencing the destination brand: behavioral intentions of arts festival tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 61-67.
- Chikuta O., Du Plessis E. and Saayman M. (2017). Nature-based travel motivations for people with disabilities. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 6(1), 1-16.
- Choi and Fielding (2016). Cultural attitudes as WTP determinants: a revised cultural worldview scale. *Sustainability*, 8, 1-18.
- Choi, A. S., Papandrea, F., and Bennett, J. (2007). Assessing cultural values: developing an attitudinal scale. *Journal of Cultural Economics*, 31, 311-335.
- Correia, A., Kozak, M., and Ferradeira, J. (2011). Impact of culture on tourist decision-making styles. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 433-446.

- Correia, A., Kozak, M., and Ferradeira, J. (2013). From tourist motivations to tourist satisfaction. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(4), 411-424.
- Crompton, J. L., and McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Çalışkan, V. (2016). *Kültürel bir miras olarak Anadolu devecilik kültürü ve deve güreşi şenliklerinin bugünü ve geleceği*. I. Uluslararası Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri Sempozyumu Bildirileri, Sosyal Bilimler, (Ed.) Ertürk, D. ve Gökdemir, Ö., İzmir: Selçuk Belediyesi Kent Belleği Yayınları.
- Çavuş, A., ve Baki, A. (2020). Yerel halk üzerindeki sosyal etkileri bakımından Akçaabat müzik ve halk oyunları festivali. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 279-289.
- Çoban, M., ve Süer, S. (2018). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Alaçatı ot festivali üzerine bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 58-67.
- Çulha, O. (2008). Kültür turizmi kapsamında destekleyici turistik ürün olarak deve güreşi festivalleri üzerine bir alan çalışması. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(12), 1827-1852.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, part II: verification of the scale. *Event Management*, 7(1), 25-38.
- Duran, E. and Hamarat, B. (2014). Festival attendees' motivations: The case of International Troia Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(2), 146-163.
- Esu, B. B., and Arrey, V. M. E. (2009). Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International journal of business and management*, 4(3), 116-125.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 39-50.
- Gözgeç-Mutlu, H., Avcıkurt, C. ve Filiz, A. (2020). Festival katılımcılarının motivasyonları ve turistik deneyimleri. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2), 219-233.
- Gürsoy, D., Kim, K., and Uysal, M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation. *Tourism Management*, 25(2), 171-181.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: global perspective*. pearson education. New Jersey: Prentice Hall.
- Hu, L. and Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- İlban, M. O., ve Kömür, T. (2019). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Ayvalık uluslararası zeytin hasat günleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 274-295.
- Jansen-Verbeke, M. and Rekom, J. V. (1996). Scanning museum visitors: Urban tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 364-375.
- Kahraman, C. Ö. ve Saçlı, Ç. (2022). Festival katılımcılarının motivasyon, memnuniyet ve tekrar ziyaret eğilimlerinin belirlenmesi: Uluslararası Fethiye Ölüdeniz hava oyunları festivali örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(3), 61-84.
- Kang, S. K., Lee, C. K., and Lee, D. E. (2016). Examining cultural worldview and experience by international tourists: A case of traditional house stay. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(5), 477-499.
- Kim, J. H. and Ritchie, J. B. (2014). Cross-cultural validation of a memorable tourism experience scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3), 323-335.
- Kim, K., Uysal, M. and Chen, J. S. (2001). Festival visitor motivation from the organizers' points of view. *Event Management*, 7(2), 127-134.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. (3. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Kurak Açııcı, F. K, Ertaş, Ş., ve Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir turizm: Kültür turizmi ve kültürel miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.

- Lee, C. K., Kang, S. K., Ahmad, M. S., Park, Y. N., Park, E., and Kang, C. W. (2021). Role of cultural worldview in predicting heritage tourists' behavioural intention. *Leisure Studies*, 40(5), 645-657.
- Manolika, M., Baltzis, A. and Tsigilis, N. (2015). Measuring motives for cultural consumption: A review of the literature. *American Journal of Applied Psychology*, 3(1), 1-5.
- McKercher, B., Mei, W. and Tse, T. (2006). Are short duration festivals tourist attractions. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 55-66.
- Mısırlı, İ., ve Özdemir, H. (2018). Festivallerin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri üzerine bir araştırma: Ilgaz Dağı kültür ve sanat festivali örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(2), 419-435.
- Mutanga, C. N. , Vengesayia, S. Chikutaa, O. Mubokob, N. and Gandiwa, E. (2017). Travel motivation and tourist satisfaction with wildlife tourism experiences in Gonarezhou and Matusadona National Parks, Zimbabwe. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 30(40), 1-18.
- Nguyen, T. H. H. and Cheung, C. (2014). The classification of heritage visitors: a case of Hue City, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.
- O'Sullivan, D., and Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development? *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.
- Okech, R. N. (2011). Promoting sustainable festival events tourism: A case study of Lamu Kenya. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(3), 193-202.
- Okuyucu, A. ve Kılıç, T. (2019). Motives of visitors attending festival events: The case of commemorating Ertugrul Ghazi and söğüt festival (Bilecik-Turkey). *Social Sciences*, 14(1), 133-150.
- Özkan, Ç., ve Korkmaz, H. (2020). Ayvacık deve güreşleri festivaline katılan ziyaretçilerin profili ve memnuniyet düzeyleri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1356-1368.
- Poria, Y., Butler, R. and Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254.
- Poria, Y., Butler, R. and Airey, D. (2004). Links between tourists, heritage, and reasons for visiting heritage sites. *Journal of Travel Research*, 43, 19-28.
- Poria, Y., Reichel, A. and Biran, A. (2006). Heritage site management: Motivations and expectations. *Annals of tourism research*, 33(1), 162-178.
- Prentice, R., and Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7-30.
- Richards, G. (2017). From place branding to placemaking: the role of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(1), 8-23.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: a review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Saayman, M. (2011). Motives for attending the cultivaria arts festival, South African. *Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 33(1), 109-120.
- Saçlı, Ç., ve Ersöz, B. (2019). Festival katılımcılarının destinasyon imajı algılarını oluşturan faktörlerin belirlenmesi: Adana şalgam ve kebab festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 185-204.
- Santa Cruz, F. G., Lopez-Guzman, T., Gallo, L. S. P., and Rodriguez-Gutierrez, P. (2019). Tourist loyalty and intangible cultural heritage: the case of Popayan, Colombia. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 10(2), 172-188.
- Santa Cruz, G. F., Pemberthy Gallo, L. S., Lopez-Guzman, T. and Perez Galvez, J. C. (2020). Tourist segmentation in an intangible heritage setting: The Holy Week processions in the city of Popayan, Colombia. *Journal of Heritage Tourism*, 15(5), 485-499.
- Schofield, P., and Thompson, K. (2007). Visitor motivation, satisfaction and behavioural intention: the 2005 Naadam Festival, Ulaanbaatar. *International journal of tourism research*, 9(5), 329-344.

- Small, K., Edwards, D., and Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 66-77.
- Süslü, C., Eryılmaz, G., ve Demir, E. (2019). Festival turizminin ekonomik kalkınmaya etkisi: Silifke uluslararası müzik ve folklor festivali. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1074-1090.
- Tanford, S. and Jung, S. (2017). Festival attributes and perceptions: a meta-analysis of relationships with satisfaction and loyalty. *Tourism Management*, 61, 209-220.
- Timothy, D. J. and Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education.
- Timothy, D. J. and Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.
- Tylor, E. B. (1873). *The science of culture*. Paul A. Erickson, Liam D. Murphy Readings for a History of Anthropological Theory. (6th. Edition). University Of Toronto Press.
- UTMK (2022). <https://www.unesco.org.tr/Pages/168/19>, Erişim Tarihi 20.08.2022
- Uygur, H. K. (2016). Necati Cumalı'nın yenilmeyen hikâyesinin geleneksel deve güreşleri açısından değerlendirilmesi. *I.Uluslararası Devecilik Kültürü ve Deve Güreşleri Sempozyumu*, 17-19 Kasım, İzmir: Selçuk Efes Kent Belleği Yayınları, ss. 410-431.
- Uygur, H. K. ve Okca Koyuncu, A. (2019). Devecilik kültüründe havut hayrının ritüelistik uygulamaları. *Mukaddime*, 10(1), 213-231
- Uysal, M., Gahan, L. and Martin, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management and Event Tourism*, 1, 5-10.
- Wallace, N., Bernard, M., and Dennis, K. (2020). Residents' attitudes towards the built environment in historic parklands in Nairobi, Kenya. *Current Urban Studies*, 8(2), 141-155.
- Wei, Y., Liu, H. and Park, K.-S. (2021). Examining the structural relationships among heritage proximity, perceived impacts, attitude and residents' support in intangible cultural heritage tourism. *Sustainability*, 13, 1-14.
- Yolal, M., Çetinel, F., and Uysal, M. (2009). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival. In *Journal of Convention & Event Tourism*, 10(4), 276-291.
- Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H. L., and Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.
- Yoon, Y. and Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.