Turkish Studies **Economics, Finance, Politics**

Volume 14 Issue 4, 2019, p. 1581-1601

DOI: 10.29228/TurkishStudies.39733

ISSN: 2667-5625

Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY

INTERNATIONAL
BALKAN
UNIVERSITY

EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info / Makale Bilgisi

✍ *Received/Geliş:* 13.11.2019

✓ *Accepted/Kabul:* 20.12.2019

📅 *Report Dates/Rapor Tarihleri:* Referee 1 (22.11.2019)-Referee 2 (12.12.2019)

This article was checked by intihal.net.

ŞEHİRSEL TURİZM KAYNAKLARI AÇISINDAN ETİMESGUT ULUSLARARASI ANADOLU GÜNLERİ KÜLTÜR VE SANAT FESTİVALİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Üzeyir YASAK* - Hüseyin Melih ÖZDEMİR**

ÖZ

Günümüzde turizm faaliyetleri kalkınma araçları içerisinde önemini korumaktadır. Klasik turizm tercihlerinin dışında alternatif turizm faaliyetlerine ve destinasyonlarına olan eğilim her geçen gün artmaktadır. Bu yönüyle kültür turizmi, ekoturizm ve şehirselle turizm kaynakları alternatif turizm içerisinde yer almaktadır. Festivaller birçok çalışmada kimlik, markalaşma ve kalkınma aracı olarak şehirselle turizm kaynağı kabul edilmektedir. Araştırma sahası olan Etimesgut, Ankara Metropolitan alanında son yıllarda nüfus ve şehirleşme bakımından gelişme gösteren ilçelerden biri konumundadır. Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali, Etimesgut'ta 1999 yılından günümüze kadar istisnalar dışında her yıl düzenlenmektedir. Araştırmanın amacı şehir turizm bağlamında Etimesgut'ta düzenlenen uluslararası festivalin değerlendirmesini yapmaktır. Festivallerle ilgili literatür gözden geçirilerek çalışma alanında yapılan festivalin tema, amaç, büyüklük olarak özelliklerini irdelemek ve festivalin sosyal ve ekonomik etkisinin nasıl olduğu karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Araştırmada, festivalin içerik bakımından şehirselle turizme uygunluğu ve şehre katkılarının neler olduğu araştırılmıştır. Çalışmada, betimselle araştırma yöntemi benimsenmiştir. İlgili kurumlardan festivale katılan ülke, dernek federasyonlar ve ziyaretçi sayılarına yönelik ikincil veriler temin edilmiştir. Söz konusu festivalin uluslararası nitelikte, büyük ölçekli ve kültür temasının öne çıktığı bir festival olduğu anlaşılmaktadır. Festivalin şehrin demografik ve sosyoekonomik yapısında bir takım etkileri olduğu sonucuna varılmıştır. Festivalin, unutulmuş ya da eskisi kadar kıymet verilmeyen örf, adet ve ananeleri

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, E-posta: uzeyir.yasak@usak.edu.tr.

** Doktora Öğrencisi, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya ABD, E-posta: huseyinmelihozdemir@hotmail.com.

hatırlatma Türk Kültürü'nü yaşatma ve yeni nesillere aktarma misyonuyla bir şehrsel turizm kaynağı olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Festival, Şehir Turizmi, Etimesgut

EVALUATION OF CULTURAL AND ART FESTIVAL OF ETİMESGUT INTERNATIONAL ANATOLIAN DAYS IN TERMS OF URBAN TOURISM RESOURCES

ABSTRACT

Today, tourism activities preserve their importance among development tools. Apart from classical tourism preferences, the tendency towards alternative tourism activities and destinations is increasing day by day. In this respect, cultural tourism, ecotourism and urban tourism resources are included in alternative tourism. Festivals, as a means of identity, are accepted as a source of urban tourism, branding and development in many studies. Etimesgut, the research area, is one of the districts of Ankara Metropolitan area that has been developing in terms of population and urbanization in recent years. International Anatolian Days of Culture and Art Festival has been organized every year in Etimesgut since 1999 until today but with the rare exceptions in some years. The aim of the study is to evaluate the international festival organized in Etimesgut in the sense of city tourism. The theme, purpose, size and socioeconomic impact of the festival in this study are analyzed comparatively by reviewing Literature about the festival. In this study, descriptive research method is adopted. Secondary data which is related to the number of participating countries, associations, federations and visitors from the relevant institutions are obtained. So, it is understood that the festival is an international, large-scaled and cultural themed festival. Finally, it is clear that the festival has some effects on the demographic and socioeconomic structure of the city. The festival is thought to be a source of urban tourism with the mission of keeping Turkish culture alive and transferring it to new generations who are about to forget or not to value as before as a reminder of customs and traditions.

STRUCTURED ABSTRACT

Introduction

Due to the increasing demand in the recent years, income from tourism and investments in tourism are increasing in our country. Especially the increase in the economic input of sea-sand-sun tourism, which is accepted as the dominant type of tourism, draws attention. However, there is also a perception that the maximum benefit obtained from this tourism activity on account of sustainability is decreasing over time (İçellioglu, 2014). As a result of this, tourists turn to alternative tourism activities and a demand arises in this direction. As a natural consequence of the transition to the global economy, cities are struggling to become preferred places revealing the features that distinguish themselves from other cities in the increasing competition. (Richards ve Wilson, 2004). The musts to be a brand city are to arouse

curiosity, provide a livable urban environment, be welcoming to visitors, facilitate industry and trade.(Alaş, 2009:2).

Recently, cities and administrators have realized the importance of identity formation and branding by realizing the situation. On behalf of branding, cities have to add value to themselves, increase their preferability and compete with other cities.(Kaypak, 2013:347). In this respect, some special events appear as alternatives for country branding. Special events such as festivals, cultural / artistic / sporting events etc. were born as effective tools to create image in modern tourism (Smith ve Jenner, 1998:76). The festivals are defined as the events which presents the features such as its period, environment in which it is held, its content and the number of participants within a program and they are also identified as one-off or recurring shows and events organized in accordance with art, culture, science, economic activity, product, period or a certain theme. (Atak, 2009:37). Through festival events, cities emphasize their history, culture and cosmopolitan structures. While the advent of festivals in our country was in the 1960s, it became widespread in the 1980s. (Akarpınar, 2004). Turkey is a very rich country for the sake of events such as festivals, fairs, fairgrounds, biennials. According to the studies in this field in recent years, more than 1000 festive events are organized in our country every year. In recent years, changes in people's behavior and lifestyles have led to an increase in the interest for alternative tourism rather than the holidays in the concept of sea-sand-sun. At this point, city tourism including short-term visits to cities for many social, cultural and artistic purposes has come to the forefront. City tourism corresponds to a new sub-tourism sector that gives importance to visiting places where traditional activities such as city tourism, historical attractions, theater, museum, going shopping center and art gallery can be performed (Douglas vd., 2001). Various socio-cultural areas such as museums, monuments, parks, stadiums and shopping centers in urban areas, as well as historical and recreational attractions are accepted as main tourist attractions (Timothy ve Kim, 2015). With this respect, the city tourism is carried out in a time period with a specific date of start and end by placing a unique aspect of the city to the center and it is possible to define city tourism as the whole of the activities that are carried out with the participation of people coming from outside the city. Therefore, in the context of alternative tourism, festivals help to increase the chance of competition on a global scale through branding the cities and gaining a new identity as a result of these experiences. Etimesgut is one of the central districts of the capital, Ankara. The district is adjacent to Sincan, Yenimahalle, Çankaya and Gölbaşı districts. As the first model village settlement, the real importance of the district whose settlement dates back to the pre-Hittite period emerged in the Republican era in 1928 under the influence of Atatürk with the establishment of Turkey.

Purpose and Method

The aim of the study is to evaluate "International Anatolian Days Culture and Art Festival held in Etimesgut within the context of urban tourism resources. In this research, findings about the national and international activity areas of the festival, participating associations and foundations and the place the festival takes place in the general festival category were included. By examining the related literature, it was tried

to explain the category of the festival in the titles such as purpose, size, theme and construction period. Thus, a comparative evaluation of the festival, which is the subject of the research, was made in the axis of festival and urban tourism literature. In the study, descriptive analysis method was adopted. In this context, literature review was done in the first stage. In the national and international literature, the ways of evaluating the festivals in every aspect were examined. It was understood that the festivals were categorized according to their size, which theme they were based on, their aims and construction periods (Giritlioğlu vd., 2015; Weaver ve Robinson, 1989; Kızıllırmak, 2006; Özgürel vd., 2015; (Polat vd, 2012;Yolal, 2017; Jansen-Verbeke, 1986). After examining the related literature, a field study was carried out. At this stage, secondary data was obtained from Etimesgut Municipality and various institutions. The activities and the number of visitors have been obtained since 1999 when the festival was first held. The participants and the festival participants were categorized nationally and internationally. In August -September 2018 and 2019, when the festival took place, land work was carried out. The obtained data was gathered and descriptive analysis was used to reach some results. In the research, map sets were created with the help of ArcGIS10.2.

Findings

International Anatolia Days Culture and Art Festival undertakes the mission of introducing the city of Etimesgut from the Adriatic to the Great Wall of China in the national and international arena. It is an international culture and art festival which has contributed to the recognition and development of the city since 1999. The festival, which was first held in 1999 with the participation of the citizens' associations in the city, was carried to the international dimension with the participation of the Turkish states and communities in the second organization of the following year. Today, by 7 regions with the principle of 8 countries it offers an invitation for participation of 350 million Turkish World. This event, which was held uninterrupted in the first 5 years, was interrupted between 2004 and 2009 due to the changes in management. However, in 2009, the 6 th, 7 th and 8 th festivals were held in the old festival area with the establishment of 60 m² tents. The 11th of the festival, which became traditional in 2010, was held at the newly built building, Türk Beyleri Kent Meydanı. The festival is considered within the scope of “big activities” due to having a significant number of visitors. Although the festival is considered as a cultural festival in general terms, it can be accepted in art and food and beverage activities in terms of introducing the cuisine of the art and the cultures that are exhibited in the entertainment part. The organizing time of the festival may coincide to the last days of August and sometimes the first days of September. In this respect, it is understood that the festival takes place during the periods when festivals are mainly held in Turkey.

Conclusion and Discussion

In this study, Etimesgut International Anatolian Days Culture and Art Festival was evaluated by examining the related literature in the context of festival tourism and urban tourism resources. In this study, the suitability of the festival to urban tourism and its contributions to the city were investigated. According to the related literature, the purpose,

activity size, construction time and scope of the festival were analyzed. Etimesgut has received continuous migration from the first years of the Turkish Republic to the present day. It is an undeniable fact that the research area motivates the migrations to the downtown due to its location in the metropolitan area of Ankara. However, in the researchers' interviews with the local people during the field study indicates that this festival, which has been held for many years, has caused the city dwellers to migrate there. The festival is thought to be a source of urban tourism with the mission of keeping Turkish culture alive and transferring it to new generations who are about to forget or not to value as before as a reminder of customs and traditions.

Keywords: Festival, Urban Tourism, Etimesgut

1. Giriş

Son yıllarda ülkemizde artan talebe bağlı olarak turizmden elde edilen gelir ve turizme olan yatırımlar artmaktadır. Özellikle hakim turizm türü olarak kabul edilen deniz-kum-güneş turizmin ekonomik girdisinde artış dikkat çekmektedir (Doğanay ve Zaman, 2014). Ancak bu turizm faaliyetinden sürdürülebilirlik bağlamında elde edilen maksimum faydada zamanla bir azalma olduğuna dair düşünceler de oluşmaya başlamıştır (İçellioğlu, 2014). Bunun sonucu olarak turistler alternatif turizm aktivitelerine yönelmekte ve bu yönde bir talep ortaya çıkmaktadır.

Ülkelerin birbirine karşı üstünlüklerinden ziyade şehirlerin üstün taraflarının ön plana çıkarılmasına doğru bir geçiş yaşanmaktadır. Bu yönüyle günümüzde ülkeler yerel kalkınma konusuna ayrı önem vermektedirler. Bunu yanında turizm çalışmalarında temel odak noktasının kırsal kalkınma olduğu ve kalkınmada sahip olunan yerel kaynakların en faydalı biçimde kullanılması birincil öncelik olduğuna dair bulgular da öne çıkmaktadır (Özgürel ve diğ., 2015). Turizm sektörü, ilk geliştiği yıllarda ulusal kalkınmanın önemli bir ayağı olarak görülürken günümüzde aynı zamanda küçük ölçekte hem bölgesel ve hem de şehirselleşmenin bir parçası olarak kabul görmektedir (Özgüç, 2017; Tosun ve Bilim, 2004). Küreselleşmenin de etkisiyle benzer çevresel ve kültürel olgulara sahip şehir yaşamı, alışlagelmişin dışında deneyimler ve otantiklik arayan yeni jenerasyon turistler için artık cazip edici gelmemektedir (Cohen, 1988).

Son yıllarda yerel yöneticiler, şehir plancıları ve şehrin geleceği için karar verici durumunda olanlar, yönetimini üstlenmiş oldukları şehirlerin küresel ortamda pozitif reklamını yapabilmek ve kentin imajını yükseltebilmek için çaba içerisine girmişlerdir (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010). 21. yüzyılda kentin sahip olduğu imaj, ziyaretçilerde ziyaret etme isteği uyandırmada önemli bir konu haline gelmiştir. Şayet şehir negatif bir imaj sahibiyse turist ziyaret etmek istememektedir. Günümüzde turistler yaşam alanlarından ayrılarak seyahatini, fikir sahibi olmadığı ya da kendisinde ilgi uyandıran şehirlere doğru gerçekleştirmek istemektedir. Dolayısıyla ülkeler için bir kentin bir ürünmüş gibi pazarlanmasının ve rekabet kabiliyetinin artırılmasının önemli bir konu olduğu görülmektedir.

Şehrin pazarlaması kısmında yerel yönetimlerin rolü oldukça önemlidir. Şehirlerin mevcut kaynaklarının ve potansiyellerinin reklamı konusunda yöneticilere büyük iş düşmektedir. Dolayısıyla şehirler üzerinde markalaşma ve kalkınma eksenli büyüme hedeflerinde iş birlikleri oldukça önemli kabul edilmektedir. Bu bakımdan bir yerel kalkınma planı oluşturulmalı ve yerel yönetimle merkezi yönetimin koordineli çalışması gerekmektedir (Emekli, 2011). Başta coğrafi olmak üzere bir takım avantajlara sahip olan şehirlerin, kendi iç dinamiklerini kullanarak büyümesini gerçekleştirme imkânları oldukça fazladır. Ancak bu durum, şehrin marka haline geldiği anlamına gelmez. Kentin marka haline gelebilmesi tüketiciden yatırımcıya ve politikacıya kadar birçok paydaşın karşılıklı etkileşimiyle gerçekleşebilir.

Küresel ekonomiye geçişin doğal sonucu olarak giderek artan rekabette şehirler, kendisini diğer şehirlerden ayırt eden özellikler ortaya koyarak tercih edilen mekanlar olma çabasıdadırlar (Richards ve Wilson, 2004). Marka şehir olabilmenin olmazsa olmazları ise; merak uyandıran mekan olabilmeleri, yaşanabilir olan şehirselle ortamı sağlamaları, ziyaretçilerine konuksever davranması, endüstri ve ticaretinin kolaylaştırılmasıdır (Alaş, 2009:2). Son zamanlarda şehirler ve yöneticiler bu durumun farkına vararak kimlik oluşturma ve markalaşmanın önemini kavramışlardır. Şehirler, markalaşmak adına, kendilerine değer katmaya, tercih edirliliklerini arttırmaya ve diğer şehirlerle rekabet etme durumuna gelmişlerdir (Kaypak, 2013:347). Küresel ölçekte bilgi çağını yaşadığımız şu dönemde insanlar bilgiye her şeyden daha hızlı erişim sağlayabilmektedirler. Buradan hareketle ülke ve ürün tanıtımı konusunda başarı elde edebilmek için farkını ortaya koymak, ayırt edici özelliklerini sergilemek ve alışlagelmişin dışında iletişim kanallarını kullanmak ihtiyacı doğmuştur (Rızaoğlu, 2003:197). Bu açıdan baktığımızda bazı özel etkinlikler ülke markalaşmasında alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır. Festivaller, kültürel/sanatsal/sportif organizasyonlar vb özel etkinlikler modern turizmde imaj oluşturmada başvurulan etkin araçlar olarak doğmuştur (Smith ve Jenner, 1998:76). Festival tarzı etkinlikler sadece bir sanatsal aktivite olarak görülmekten ziyade küreselleşme ve ekonomik gelişim sağlayabilmenin gereklilikleri olarak görülmektedir (Yardımcı, 2014).

Sanayi Devrimi sonrasında meydana gelen üretim ve tüketim dengelerinin değişmesi, turizm faaliyetlerini de yakından etkilemiştir. Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesiyle sanayi faaliyetleri hızlı bir gelişim sürecine girerken aynı zamanda satın alma gücü artış gösteren toplumları da ortaya çıkarmıştır. Son yıllarda üretimin küreselleşme eğilimine girmesinin bir sonucu olarak yerel ve kültürel unsurların gelecek nesiller tarafından tanınmayacağıyla ilgili kaygılar ortaya çıkmaktadır (İçli, 2001). Bu yönüyle yerel kültüre ait unsurları tanıtan festivallerin önemi giderek artmaktadır.

Festivaller, dönemi, gerçekleştirildiği çevre, içeriği, katılımcı sayısı gibi özellikleri bir program dahilinde sunan ve sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün, dönem yada belli bir temaya uygun olarak düzenlenen, bir defaya mahsus veya belli periyotlarla tekrar eden gösteri ve etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Atak, 2009:37). "Festival teriminin etimolojisi Latince kelime olan 'festum'a gider, orijinal anlam genel eğlence ve şenliktir. Burada festival, bir kültürün veya sosyal grubun dünya görüşünü, geleneksel uygulamalarını, performanslarını, ritüellerini ve oyunlarını temsil eden periyodik bir kutlama olarak açıklanır" (akt; İmirgi, 2005). Festivaller, insanla toplumu ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal manada yakınlaştırmak amacıyla gerçekleştirilen etkinlikler olarak da nitelendirilmektedir (Atak, 2009:37). Festivallerin ortaya çıkış nedeninin dinsel kökenli olduğu düşünülmektedir (Dalgın vd., 2016). Ancak Rönesans akımından sonra dini olgular zayıflamış ve sonrasında dini temel referans almayan festivaller gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda Avrupa'da dinsel özellik göstermeyen ilk festival İngiltere'de düzenlenmiştir. 1748 yılında gerçekleştirilen "Londra Festivali" ilk müzik festivali olma niteliği taşımaktadır (Atak, 2009:38). Turizm ekseninde yapılan festivallerin düzenlenmesi 1950'li yıllardan sonrasını bulmuştur (Bilgili ve diğerleri, 2012:118).

Ülkemizde de il ve ilçeler, tanıtımlarını yapabilmek, ekonomik açıdan gelişim sağlayabilmek için tarımsal, doğal, kültürel ve arkeolojik olarak potansiyellerini değerlendirebilmek adına kendi isimleriyle festivaller düzenlemektedirler (Kızıllırmak, 2006:189). Festival etkinlikleriyle şehirler, tarihini, kültürünü ve kozmopolit yapılarını ön plana çıkarırlar (Yardımcı, 2014:67). Ülkemizde festivallerin ortaya çıkışı 1960'lı yılları, yaygınlaşmasıysa 1980'leri bulmuştur (Akarpınar, 2004). Tarıma dayalı ekonominin yetersiz görülmesi, turizmin sahil şeridinde sıkışması, turizmi ülke geneline ve daha geniş zamana yayma düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Festivaller yerel, ulusal, uluslararası ölçekte gerçekleştirilmekte ve genel olarak yöreye özgü meyve, sebze ve gıda ürünlerinin adıyla anılmaktadır. Ancak festival içerikleri, kültür, kültür-

sanat, kültür-turizm, kültür-sanayi, kültür-ticaret gibi kavramlarla zenginleştirilmiştir (Akarpınar, 2004:32).

Günümüzde unutulmaya yüz tutmuş yerel kültürünün yaşatılması, toplumun temel kodları içinde yer alan gelenek ve göreneklerin sonraki nesle ulaştırılması son derece önemli bir konudur (Yolal, 2017). Ayrıca yerel halkın kendi içerisindeki birlik ve beraberlik duygularının ortaya çıkarılması, günlük yaşamın monotonluğunda soyutlayacak, halka eğlenme, yeni şeyler keşfetme ve eğlenceli vakit geçirme imkanı sunan aktiviteler hemen hemen her şehir, kasaba ve hatta köylerde düzenlenmektedir (Yolal, 2017:42). İnsanların kitlesel turizm etkinliklerine nazaran alternatif turizm aktivitelerinin olduğu alanlara yönelmelerinin temelinde, doğa koruma bilinci, doğal, kültürel ve geleneksel yaşam tarzlarına ilişkin bilgi elde edebilmek, yerel halk ile etkileşimde bulunarak onları daha yakından tanımak ve etkinliklere katılım göstererek tatillerini bu şekilde değerlendirme fikirleri yatmaktadır (Kızılırmak, 2006:185). Türkiye düzenlenmekte olan festival, fuar, panayır, bienal gibi etkinlikler bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Son yıllarda konu üzerine yapılan çalışmalara göre ülkemizde her yıl 1000'in üzerinde festival etkinliği düzenlenmektedir (Polat vd, 2012; Yolal, 2017; Kızılırmak, 2006; Giritlioğlu vd, 2015).

Festival turizmiyle ilgili yapılan araştırmalarda bu faaliyetin kırsal turizm, şehirselsel turizm ve kültür turizmi gibi farklı kategorilerde değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Festival turizmi bazı çalışmalarda kırsal turizm kapsamında değerlendirilmiştir (Yemenoğlu vd., 2012; Dalgın vd., 2016; Göde ve Yiğit, 2017). Bazı çalışmalarda kırsal turizm kaynakları içinde festival ve organizasyonlar dahil edilmemiştir (Haberal, 2015). Festivaller daha üst başlıkta kültür turizmin bir parçası olarak değerlendiren çalışmalar da mevcuttur (Zaman, 2012; Zaman ve diğerleri, 2017). Bazı çalışmalarda ise festival turizmi şehirselsel turizm kaynakları içinde kabul edilmiştir (Jansen-Verbeke, 1986; Ayazlar ve Ayazlar, 2015, Polat vd., 2012, Bilgili vd., 2012, Emekli, 2011, Emekli, 2018, Tayfun ve Arslan, 2013). Bu çalışmada festivaller, şehirselsel turizm kaynakları kapsamında değerlendirilmektedir.

1.1. Şehirselsel Turizm Kaynakları Açısından Festivaller

Son yıllarda insanların davranış ve yaşam biçimlerinde yaşanan değişiklikler, deniz-kum-güneş konseptindeki tatillerin yerine alternatif turizm türlerine olan ilginin artmasına neden olmaktadır. Bu noktada sosyo-kültürel, sanatsal vb. birçok amaçla kentlere yapılan kısa süreli ziyaretleri içeren şehir turizmi ön plana çıkmıştır. Tarihi, kültürel ya da başka herhangi bir amaçla gerçekleştirilen insan faaliyetlerinin mekansal ürünü olan şehirler, turizm için büyük önem arz etmektedir (İçellioğlu, 2014). Şehirler, çoğu zaman rekreasyonel turizm faaliyetlerini içinde barındıran bir merkez konumundadır. Şehirselsel alanlarda fark edilmeye başlayan ve gittikçe daha çok insanın katılımını gerçekleştirdiği sosyo-kültürel faaliyetler ve sanatsal etkinliklere olan katılım neticesinde şehir turizmine olan eğilim her geçen gün artmaktadır (Soykan, 2002). Ancak gelişmiş ülkelerde metropol ölçeğinde gerçekleştirilen şehir turizmi ve buna bağlı aktivitelerden yararlanma daha eskiye dayanmaktadır (Emekli, 2018).

Dünya nüfusunun yaklaşık olarak %50'den fazlası şehirleşmiştir. Dolayısıyla küresel turizm ekonomisini kavramak için şehir turizminin dinamiklerini ve özelliklerini iyi okumak gerekir (Cave ve Jolliffe, 2012). Şehir turizmi, tarihi çekicilikler, tiyatro, müze, alışveriş merkezi ve sanat galerisi gibi geleneksel aktivitelerin gerçekleştirilebildiği mekanların ziyaretine önem veren yeni bir alt turizm sektörüne karşılık gelmektedir (Douglas vd., 2001). Şehirselsel alanlarda yer alan müzeler, anıtlar, parklar, stadyumlar ve alışveriş merkezleri gibi çeşitli sosyo-kültürel alanlarla, tarihi ve rekreasyonel cazibe alanları temel turistik yer olarak kabul edilir (Timothy ve Kim, 2015). Bu yönüyle şehir turizmini, şehrin özgün bir yönünü merkeze alarak başlama ve bitiş tarihi belli olan bir zaman diliminde yapılan ve özellikle şehir dışından gelenlerin katılımı ile gerçekleşen etkinliklerin bütünü olarak tanımlamak mümkündür. Şehir turizminde esas

vurgu şehrin doğal tarihi güzelliklerine, eğlence ve dinlenceye yönelik yan sektörler, şehrsel açık alan kalitesine ve şehir içi dağılımına ve şehir yaşamını çekici kılacak tüm etkinlikleredir (Emekli, 2011:30). Dünya Turizm Örgütü tarafında şehir turizminin süresi kısmi zamanlı geziler içine alacak şekilde 1 ila 3 gün olarak belirlenmiştir (UNWTO, 2012).

Şehir turizm kaynakları kendi içinde birincil unsurlar ve ikincil unsurları barındırmaktadır (Jansen-Verbeke, 1986). Birincil unsurlar; kültürel olanaklar (tiyatro, sinema, konser salonları, galeriler), eğlence olanakları (luna parklar, oyun alanları), etkinlikler-festivaller ile sergi ve el sanatlarını içine alır (Tablo 2). Bu kategoride boş zaman aktivitesi olarak tarihsel yapılar, anıtlar, önemli binalar, parklar, yeşil alanlar kıyı alanları, kanallar ve limanlar gibi fiziksel alanları gezilebilmektedir. Sosyo-kültürel aktivite olaraksa yaşanabilir mekanlarda yerel dilleri ve içinde kendine has yaşam biçimleri barındıran yerele ait gelenekleri değerlendirmek mümkündür.

Tablo 2: Boş Zamanları Değerlendirmede Şehir Turizmi Kaynakları

Birincil Unsurlar	
Faaliyet Alanı	Boş Zaman Aktiviteleri
Kültürel Olanaklar(Tiyatro, sinema, Konser Salonları, Galeriler) Eğlence Olanakları(Luna parklar, oyun alanları) Etkinlikler ve Festivaller Sergi, El Sanatları	Fiziksel Alanlar Tarihsel Yapı Anıtlar, Binalar Parklar, Yeşil Alanlar Kıyı Alanları, Kanallar, Limanlar Sosyal/Kültürel Özellikler Yaşanabilir Mekanlar, Dil, Yerel Gelenekler, Yaşam Biçimleri
İkincil Unsurlar	
Yiyecek İçecek Olanakları, Alışveriş Olanakları Pazarlar	

Kaynak: Jansen-Verbeke, 1986'den değiştirilerek.

Şehir turizm kaynağı kabul edilen aktiviteler içerisinde festivallerin yeri oldukça önemlidir. Özellikle Türkiye gibi ülkelerde sadece küçük ve orta ölçekli şehirlerde değil aynı zamanda metropol şehirlerde de festivallerin yerel kalkınmadaki etkisi azımsanmayacak derecededir. Festivaller düzenlenmiş oldukları bölgenin veya kentin ekonomik yapısıyla tanıtımı üzerinde oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bunun yanında yine o alanın turist çekim merkezi haline gelmesinde de önem arz etmektedir (Frisby ve Getz, 1990). Turizm çalışmalarında festivaller gibi etkinliklerin ulusal ve uluslararası ölçek farklı kültürler içinde yer alanlar için önemli bir deneyim kazandırdığı ve yerel halkla etkileşimi hızlandırdığı tespit edilmiştir (Lee vd., 2012). Dolayısıyla alternatif turizm bağlamında festivaller, turistlere sunduğu bu deneyimler neticesinde şehirlerin markalaşması ve yeni bir kimlik kazanarak küresel ölçekte rekabet şansını artırmaya yardımcı olmaktadır.

1960	14740	2007	289601
1965	20143	2018	570727

Kaynak: TÜİK, 2018.

2. Amaç ve Yöntem

Çalışmanın amacı, şehrsel turizm kaynakları bağlamında Etimesgut'ta gerçekleştirilen Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali'nin değerlendirilmesi yapmaktır. Araştırmada, festivalin ulusal ve uluslararası düzeyde etkinlik alanı, katılımcı dernek ve vakıflar ile festivalin genel festival kategorisinde nerede yer aldığı üzerinde bulgulara yer verilmiştir. İlgili literatür incelenerek festivalin amaç, büyüklük, tema, yapılış dönemi gibi başlıklarda hangi kategoride yer aldığı açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece festival ve şehrsel turizm literatürü ekseninde araştırmaya konu olan festivalin karşılaştırmalı değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmada, Betimsel Analiz yöntemi benimsenmiştir. Bu kapsamda ilk aşamada literatür taraması yapılmıştır. Ulusal ve uluslararası yazında her yönüyle festivallerin değerlendirme biçimleri incelenmiştir. Elde edilen çalışmaların incelenmesiyle festivallerin büyüklük, hangi tema üzerine kurgulandıkları, amaçları ve yapılış dönemlerine göre kategorize edildiği tespit edilmiştir (Giritlioğlu vd., 2015; Weaver ve Robinson, 1989; Kızıllırmak, 2006; Özgürel vd., 2015; (Polat vd, 2012; Yolal, 2017; Jansen-Verbeke, 1986). İlgili literatür gözden geçirildikten sonra saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada, Etimesgut Belediyesi ve çeşitli kurumlardan ikincil veriler temin edilmiştir. Festivalin ilk yapıldığı 1999 yılından günümüze kadar gerçekleştirilen etkinlikler ve gelen ziyaretçi sayıları elde edilmiştir. Etkinliğe katılanlar ve festival sürecinde faaliyetle bulananlar, ulusal ve uluslararası olarak kategorize edilmiştir. Festivalin gerçekleştiği 2018 ve 2019 yılında Ağustos-Eylül döneminde arazi çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler bir araya getirilerek betimsel analizle bir takım sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada, ArcGIS 10.2 yardımıyla harita setleri oluşturulmuştur.

3. Bulgular

Şehrsel Turizm Kaynakları Kapsamında Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali'yle İlgili Değerlendirilmeler

Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali, Etimesgut Şehri'ni Adriyatik'ten Çin Seddi'ne sloganıyla ulusal ve uluslararası arenada tanıtma misyonunu üstlenmiş ve 1999 yılından günümüze kadar şehrin tanınmasında ve gelişim göstermesinde büyük katkısı olan uluslararası düzeyde bir kültür ve sanat festivalidir. İlk olarak 1999 yılında sadece şehirde yer alan hemşehri derneklerinin katılımıyla gerçekleştirilen festival, bir sonraki yıl ikinci düzenlenişinde Türk devletleri ve topluluklarının da katılımı sağlanarak uluslararası boyut kazanmıştır. Günümüzde ise 7 bölge, 8 ülke ilkesi ile 350 milyonluk Türk Dünyası'na davet sunmakta ve katılım sağlanmaktadır (Harita 2). İlk 5 yılında kesintisiz düzenlenen bu etkinlik 2004-2009 döneminde yönetim değişikliği sebebiyle yapılmamıştır. 2009 yılında yeniden 6, 7. ve 8. Dönem festivaller eski festival alanında 60'ar m²'lik çadırlar kurulmasıyla gerçekleştirilmiştir. 2012 yılına gelindiğinde geleneksel hale gelen festivalin 9.'su ise yeni inşa edilen Türk Beyleri Kent Meydanı'nda yapılmıştır (Fotoğraf 1).

Harita 2: Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali Etki Alanı Gösterir Harita

Kaynak: Etimesgut Belediyesi, 2018'den yeniden düzenlenmiştir.

Etkinliklerin yapılabilmesi için inşa edilen tesisler daha sonrasında halkın kullanımına sunuluruz uzun vadede kullanılabilecek tesis kazanımı da sağlamaktadır (Yolal, 2017: 36). Festival etkinliğini gerçekleştirmek üzere 2012 yılında tamamlanan Türk Beyleri Kent Meydanı sadece festival etkinliğinde kullanılmamaktadır. Yıl içerisinde Ramazan ayı etkinlikleri de yine bu tesiste yapılmaktadır. Festival etkinliğine 2015 yılında yaşanan terör olaylarıyla 2016 yılında yaşanan darbe teşebbüsü sebebiyle 2 yıl ara verilmiştir. Son olarak 2019 yılında 16.'sı düzenlenen festival ilk yıllarda yerel düzeyde ve küçük ölçekte etkinlik yapılan bir festival iken zamanla farklı ülkelerin ve uluslararası dernek/federasyonların katılımıyla uluslararası olma niteliği kazanmıştır. 1999 yılında ilk defa altı hemşehri derneğinin katılımıyla gerçekleşen festival günümüzde ise 20'den fazla hemşehri derneğiyle vakıf ve 12 Türk devleti ve topluluğunun katılımıyla gerçekleşmektedir (Tablo 4). Festivale, elçilik düzeyinde Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan, Kırgızistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Kırım, Doğu Türkistan, Irak, Suriye ve Balkan Türkleriyle diğer Türk toplulukları ve Anadolu coğrafyasının çeşitli illerinden katılım olmaktadır (Fotoğraf 2). Festival etkinlikleri 10 gün boyunca devam etmekte ve festival süresince 100'e yakın etkinlik düzenlenmektedir (15. Etimesgut Belediyesi Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali, 2018).

Fotoğraf 1. Festivalin yapıldığı Türk Beyleri Kent Meydanından bir görünüm (Etimesgut Belediyesi).

Tablo 4: Belirli Yıllara Göre Festivale Katılan Hemşehri Dernekleri/Devletler ve Ziyaretçi Sayıları

Yıl	Hemşehri Dernekleri, Federasyon ve Vakıflar	Devletler ve Uluslararası Kuruluşlar	Ziyaretçi Sayıları*
1999	Çorumlular Kültür ve Dayanışma Derneği, Kırıkkale İli ve İlçeleri Kültür ve Dayanışma Derneği, Sivashılar Kültür ve Dayanışma Derneği, Niğde İli ve İlçeleri Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Çankırılılar Sosyal Yardımlaşma, Dayanışma, Yaren ve Kültür Derneği	-	50000
2010	Ankara Dernekleri Federasyonu, Çorumlular Kültür ve Dayanışma Derneği, Kırıkkale İli ve İlçeleri Kültür ve Dayanışma Derneği, Sivashılar Kültür ve Dayanışma Derneği, Niğde İli ve İlçeleri Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Çankırılılar Sosyal Yardımlaşma, Dayanışma, Yaren ve Kültür Derneği, Tokatlılar Eğitim, Kültür, Dayanışma Derneği, Erzurum İktisadi Sosyal Araştırma ve Yardımlaşma Vakfı, Kars-Ardahan-Iğdır Kültür ve Dayanışma Derneği, Samsun İli ve Çevresi Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği	Azerbaycan, Türkmenistan, Kırgızistan, Özbekistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Irak Türkmenleri, Kırım Türkleri Kültür ve Yardımlaşma Derneği, Kazakistan, Doğu Türkistan Kültür ve Dayanışma Derneği, Türksöy (Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı), BİSAV (Balkan Göç İktisadi Araştırma ve Sosyal Yardım Vakfı)	500000
2019	Mersin Kültür ve Yardımlaşma Derneği, Etimesgutlular Derneği, Çorumlular Kültür ve Dayanışma Derneği, Ağrı İli Kalkınma Vakfı, Gaziantepçiler Yardımlaşma ve Gaziantep Kültürü	Azerbaycan, Türkmenistan, Kırgızistan, Özbekistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Irak Türkmenleri, Kırım Tatarları Kültür ve Yardımlaşma Derneği,	1000000

Tanıtım Derneği, Niğde İli ve İlçeleri Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği, Samsunlular Derneği, Kırıkkale İli ve İlçeleri Kültür ve Dayanışma Derneği, Çankırılılar Sosyal Yardımlaşma, Dayanışma, Yaren ve Kültür Derneği, Yozgatlılar Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Kültür Derneği, Konyalılar Derneği, Sivasslılar Kültür ve Dayanışma Derneği, Gümüşhaneliler Derneği, Kırşehirli Dernekler Federasyonu, Erzurum İktisadi ve Sosyal Araştırma ve yardımlaşma Vakfı, Kars-Ardahan-Iğdır Kültür ve Dayanışma Derneği, Trabzonlular Kültür ve Dayanışma Derneği, Tokatlılar Eğitim, Kültür, Dayanışma Derneği.	Kazakistan, Doğu Türkistan Kültür ve Dayanışma Derneği, Türksoy (Uluslararası Türk Kültürü Teşkilatı), BİSAV (Balkan Göçmenleri İktisadi Araştırma ve Sosyal Yardımlaşma Vakfı)

Kaynak: Etimesgut Belediyesi Faaliyet Raporları ve Bültenler (2010-2018).

* Bu değerler belediyenin faaliyet raporların ve bültenlerinde yaklaşık olarak belirttiği değerleridir.

Fotoğraf 2. Festivale Katılan Türk Toplulukları ve Devletlere Ayrılan Alanlardan Bir Görünüm.

Festivallerde amacı da içeren slogan cümleler, hitap ettiği kesim açısından oldukça önem arz eder. Bu yönüyle Etimesgut festivalinin amacını içeren slogan cümlesi; Şeyh Edebali'nin "Ey oğul! Geçmişini bil ki, geleceğe sağlam basasın. Nereden geldiğini unutma ki nereye gideceğini unutmayasın" sözleridir (15. Etimesgut Belediyesi Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat

Festivali, 2018). Bu sözlerle, Orta Asya'dan Anadolu'ya, Anadolu'dan Avrupa'ya kadar uzanan Türk milletinin ayak bastığı tüm coğrafyanın kültürünü tanıtmaktır hedeflenmiştir. Aslında burada kültürel tanıtım konusunu iki farklı yönüyle ele almak gerekmektedir. Bir taraftan dünya üzerinde var olan Türk devletleri kendi kültürlerini sergilerken diğer tarafta Anadolu topraklarında 7 coğrafi bölgenin kendisine has kültürel özelliklerini sergilenmektedir. Festivalde ülkelerin dans gösterileri, halk oyunları gösterileri, sanatçı konserleri, Türki Cumhuriyetlerin ve Türkiye'nin farklı şehirlerinin mutfak kültürleri festival programı içerisinde yer almaktadır.

Tablo 5: Türkiye'de 1 Yılda Düzenlenen Festivallerin Tema ve Sayılarına Göre Dağılımı.

Temalar	Sayı
Kültür	508
Sanat	284
Yiyecek-İçecek	205
Spor	127
Diğer	68
İş	62
Toplam	1254

Kaynak: Giritlioğlu vd., 2015:313).

Özel etkinlik içinde yer alan festivaller büyüklük ve ölçeklerine göre “mega”, “yerel ölçekli” ve “büyük faaliyetler” olarak kategorize edilirler (Kızılırmak, 2006). Bu yönüyle Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali'ni önemli sayıda ziyaretçisi olması sebebiyle “büyük faaliyetler” kapsamında değerlendirmek mümkündür. Ülkemizde gerçekleştirilen festivaller temalarına göre; kültür, sanat, yiyecek-içecek, spor, iş ve diğer kategorilerde değerlendirilmektedir. Türkiye'de her yıl bu temalara sahip 1254 festival düzenlenmektedir (Tablo 5) (Giritlioğlu vd., 2015:313). Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali genel hatlarıyla bir kültür festivali olarak değerlendirilse de içerik olarak bakıldığında eğlence kısmında sanat ve sergilenen kültürlerin mutfağını da tanıtması bakımından sanat ve yiyecek-içecek etkinlikleri içerisinde de kabul edilebilir.

Ülkemizde düzenlenen festivallerin düzenleniş tarihlerine göz attığımız zaman toplamda 811 etkinlik sayısı yaz aylarının ön planda olduğunu görmekteyiz (Tablo 6) (Giritlioğlu vd., 2015:314). Böyle bir tablonun ortaya çıkmasındaki en önemli unsur iklim şartlarıdır. Festival etkinliklerinin genel itibarıyla açık alan etkinlikleri oldukları göz önünde tutulduğunda bu durum doğal kabul edilmektedir. Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali'nin düzenlenme zamanı Ağustos ayının son günlerine bazen de Eylül ayının ilk günlerine denk gelebilmektedir. Bu yönüyle festivalin, Türkiye'de festivallerin ağırlıklı olarak yapıldığı dönem olan yaz mevsiminde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Küresel rekabet ortamında herhangi bir şehri ön plana çıkarabilmenin birbirinden farklı yollarından birisi de mekanın pazarlanmasıdır. Kent pazarlaması konusunda birçok kurum, kişi, sivil toplum kuruluşları ve yöneticilerin etkisi önemlidir. Türkiye gibi ülkelerde kentin markalaşması ve pazarlanmasıyla ilgili maddi süreçleri yönetilmesi noktasında yerel yönetimlerin rolü oldukça önemlidir. Çalışma sahasında yerel yönetimin temsilcisi olan Etimesgut Belediyesi festival etkinliğini düzenleyerek şehre bir marka değeri katmak ve uluslararası arenada tanınırlığını arttırmak çabasıdır. En son 2019 yılında düzenlenen festival etkinliğine katılanların sayısının bir milyon kişiyi geçtiğinin vurgulanması bunun başarılı olduğunu bir göstergesidir.

Tablo 6. Ülkemizde Bir Yıl İçerisinde Düzenlenen Festivallerin Aylara Dağılımı

Aylar	Sayı
Ocak	14
Şubat	19
Mart	25
Nisan	32
Mayıs	110
Haziran	224
Temmuz	362
Ağustos	225
Eylül	144
Ekim	40
Kasım	15
Aralık	14
Toplam	1254

Kaynak: Giritlioğlu vd., 2015:314).

Festival, hedef kitlesine yazılı ve görsel medyada haberlerine yer verilerek ulaşmaktadır. 2018 yılında düzenlenen 15. Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali'ne dair 120 habere gazetelerde yer verilmiştir. Gazetelerin tirajları düşünüldüğünde bu haberler yaklaşık 20 milyon insana eriştiği iddia edilmektedir. Ayrıca aynı festival 24 farklı televizyon kanalında 109 farklı haberle gündeme gelmiştir. Toplamda ise 353 dakika ekranlarda kalmıştır (15. Etimesgut Belediyesi Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali, 2018).

Festivalleri salt bir ekonomik faaliyetin ötesinde demografik, sosyal ve kültürel olarak toplumsal yapıya etki etmektedirler (Özgürel vd., 2015). Etimesgut kurulmuş olduğu Cumhuriyet'in ilk yıllarından günümüze kadar sürekli göç almaktadır. Araştırma sahasının Ankara metropoliten alanı içerisinde yer alması nedeniyle şehre doğru gerçekleşen göçleri tetiklediği yadsınmaz bir gerçektir. Ancak araştırmacıların arazi çalışması esnasında yerel halkla yaptıkları görüşmelerde uzun yıllardır yapılan bu festivalin şehrin göç almasına sebep olduğuyla ilgili bir takım bulgulara ulaşmıştır. İlk olarak 1999 yılında gerçekleştirilen festivalle şehri ve çevresini yerinde tanıma fırsatı ortaya çıkmıştır. Festivale katılım gösteren hemşehri derneklerinin davetlileri, tekrar gelmiş oldukları şehirlere döndüklerinde Etimesgut'la ilgili fikir ve düşünceleriyle şehrin tanıtımına katkı sağlamışlardır. Tanıtım faaliyetlerinin bu şehirlerden Etimesgut'a doğru göçleri arttığı düşünülmektedir. Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali toplumun eğlence ihtiyacına cevap verebilmek için düzenlenirken aynı zamanda yapmış olduğu tanıtımla da şehrin kentleşme hızının artmasına yol açtığı düşünülmektedir. 2000 yılında 171.293 kişi nüfusa sahip olan şehrin 2018 yılında 570.727 kişilik nüfusa ulaşmasında şehrin diğer fonksiyonel özellikleri etkili olmuştur. Ancak festivalin şehre katmış olduğu marka değerinin de bu gelişimdeki payı göz ardı edilemez bir gerçektir.

Yukarıdaki göç ile ilgili olan tabloyu incelediğimizde her iki yıla ait olan verilerde de en fazla göçün gerçekleştiği şehirlerin sıralama değişse dahi aynı iller olduklarını anlaşılmaktadır (Tablo 7). 2000 yılına ait verilerde Ankara il genelinden sonra yer almakta olan Yozgat, Erzurum, Çorum ve Kırıkkale illerinden gerçekleşen göçün fazla olması diğer ekonomik ve sosyal etkenlerle elbette açıklanabilir. Ancak bu şehirlerin 1999 yılında düzenlenen festivalde hemşehri derneklerince temsil edilmiş olmaları da tesadüfi olmadığı düşünülmektedir. Yine aynı şekilde en az göçün gerçekleşmiş olduğu Yalova, Hakkari, Kilis, Bayburt ve Bartın şehirlerinin ise festivalde temsil edilmediklerini görmekteyiz. Festivale katılan bu hemşehri derneklerine stant açma imkanı

verilmekte ve kendi kültürlerine ait yiyecek-içecek, kıyafet ve özel eşyaların sunulması sağlanmaktadır (Fotoğraf 3).

Tablo 7: Etimesgut İlçesinde Yaşayan Nüfusun Doğum Yerine Göre Durumu (2000-2018)

2000				2018			
(Toplam Nüfus 171293)				(Toplam Nüfus 570727)			
Doğum Yerine Göre En Fazla Olan 5 İl		Doğum Yerine Göre En Az Olan 5 İl		Doğum Yerine Göre En Fazla Olan 5 İl		Doğum Yerine Göre En Az Olan 5 İl	
Ankara	64237	Yalova	45	Ankara	237425	Hakkari	190
Yozgat	6782	Hakkari	138	Yozgat	25539	Yalova	196
Erzurum	6453	Kilis	233	Çorum	18339	Kilis	430
Çorum	4933	Bayburt	262	Kırıkkale	15827	Bilecik	455
Kırıkkale	4859	Bartın	275	Erzurum	13598	Burdur	580

Kaynak: Aksoy vd., 2018:480.

Weaver ve Robinson, (1989)'a göre festivalleri bir takım amaçları vardır. Bunlar; toplumun heyecanını ve gururunu arttırmak, toplumun neden benzersiz ve özel olduğunu göstermek, toplumun imajını geliştirmek, özel projeler için gelir sağlamak, topluma sanat alanında ve diğer yaratıcı alanlarda yeni faaliyetlerle uğraşması için fırsatlar sağlamak, bir insanı ya da önemli bir olayı onurlandırmak (Weaver ve Robinson, 1989:7). Ülkemizde gerçekleştirilen festival etkinliklerinde yukardaki hedefleri kapsayan belli başlı amaçları bulunmaktadır. Bu amaçların tamamı olmasa dahi bir kısmının araştırmaya konu olan festival içinde temel amaç olduğunu belirtmek mümkündür. Gündelik hayatın rutini içerisinde sıkılan insanların festival sürecini bir nefes alma noktası olarak görmesi ve 1 milyon dolaylarında katılımcının olması toplum heyecanını arttırdığını görülmektedir. Ayrıca festival sürecinin başarılı bir şekilde tamamlanmasıyla yurtiçi ve yurtdışından gelen katılımcıların yoğun ilgisi içinde bulunduğu toplumu gururlandırmaktadır. Gerçekleştirilen her etkinlik topluma muhakkak bir katkı sunmaktadır. Etimesgut'ta yapılan festival süresince yerel halkın misafirperverliği ve bu etkinliği başarı ile tamamlaması toplumun ve şehrin imajına olumlu katkı sunmaktadır. Küreselleşme sürecinde epey yol almış olan Etimesgut'ta ülkemizin farklı bölgelerinden, farklı şehirlerinden göç etmiş olan insanlar yaşamaktadır. Bu insanlar kendi kültür merkezlerinden uzakta farklı bir yaşam tarzı içerisine hayatlarına devam etmektedirler. Festivalin düzenleniş amaçlarından belki de en önemlisi toplumun unuttuğu veya unutulmaya yüz tutmuş kültürel değerleri, el becerileri gibi değerlerini yeniden hatırlatmak ve yaşatmaktır.

Festival etkinlikleri, festival katılımcılarının harcamaları, festivale dair yatırım harcamaları ve festivali gerçekleştirebilmek adına düzenleyiciler tarafından yapılan harcamalar olmak üzere genel manada üç farklı ekonomik etkiyi ortaya çıkarmaktadır (Karagöz, 2006). Festival etkinliği düzenlenmiş olduğu tarihler arasında şehre ekonomik bir canlılık katmaktadır. Konaklama ve yiyecek-içecek gibi sektörlerde talep artışı gözlemlenmektedir. Özellikle festivalin gerçekleştirilmiş olduğu Türk Beyleri Kent Meydanı'nın çevresinde ekonomik hareketlilik söz konusudur. Yine festival alanının içerisinde derneklere ayrılmış olan mekanlarda açılan stantlarda her yörenin kendisine has yiyecek (tarhana, kavun, pul biber, zeytin, tuz, kurutulmuş yiyecekler vb.) ve eşyalar (hasır örgü sepetler, yöresel kıyafetler gibi) satışı olmaktadır. Yapılan bu ticari faaliyetleri festivalin ekonomik katkıları olarak belirtmek mümkündür.

Fotoğraf 3. Festivale Katılan Hemşehri Derneklerine Ayrılan Alanlardan Bir Görünüm.

Festivallere katılım gösteren ziyaretçilerin etkinliğin gerçekleştirildiği bölgeye ulaşabilmek için kullandıkları ulaşım hizmetlerine, konaklama ihtiyaçlarını gideren işletmelere, etkinlik süresince yiyecek-içecek ve diğer gereksinimleri karşılığında birden fazla işletmeye ödeme yapmaktadır. Katılımcıların yapmış olduğu bu harcamalar süre olarak kısa ancak katılımcı sayısına göre yüksek meblağlara ulaşabilmektedir (Özgürel vd., 2015:115). Festivalin gerçekleştirileceği sergi ya da konser alanlarının kullanıma hazır hale getirilmesi gibi çalışmalar ek hizmetlerin üretilmesini sağlar. Bu ek hizmetler sayesinde birçok şahıs ve kuruluş, mal ve hizmet üretimiyle kazanç sağlayarak ekonomiye katkı sunmaktadırlar (Atak, 2009). Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali için Türk Beyleri Kent Meydanı'nda her yıl tüm katılımcılara stantlar tahsis edilmektedir. Hem stant kurulumu hem de kurulan stantlarda sergilenen yöresel kıyafetler, yiyecekler ve müzik enstrümanları gibi ürünler taşınmasından kurulmasına kadar ki bütün süreçler ekonomik manada hareketliliği ortaya çıkarmaktadır.

Festivaller, mevcut toplumsal yapı içerisinde yer alan kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişimine katkı sağlayarak toplumun sosyo-kültürel yapısında değişime neden olmaktadır (Duffy, 2005). Böylece festivallerin ekonomik katkısının yanı sıra sosyal ve kültürel yönleriyle de toplumsal ve sosyal yapıya da etki ettikleri anlaşılmaktadır (Özgürel vd., 2015:115). Bu etki dolayısıyla toplumda ortaya çıkan kültürel bilinç, var olan ve artık unutulmaya yüz tutmuş geleneklere sahip çıkılmasını sağlar (Kömürcü, 2013). Yerelde gerçekleştirilen festivaller yerel ile yerel olmayan unsurları etkileşime sokmaktadır. Festivaller aracılığıyla festivalin gerçekleştirilmiş olduğu şehir, diğer kültürler tarafından önemli kabul edilen bir alana dönüşür. Etimesgut'taki festival aracılığıyla Anadolu'da yaşayanlarla Orta Asya'dan Avrupa'ya kadar uzanmış olan ve kendilerine özgü kültürel birikimler sağlamış Türk insanları arasında kültürel etkileşim sağlamaktadır. Ayrıca Anadolu'nun farklı şehirlerinde yaşamakta olan insanların kendi kültürlerini tanıtmaya ve farklı kültürleri tanımasına da fırsat vermektedir. Festivaller

şehrsel ya da yerel etkinlikler kapsamının dışında kültürel etkinlikler içerisinde de ele alınabilir. Festival turizmi, kültür turizmi ve şehrsel turizmin sınırlarını kesin bir biçimde çizmek güçtür. Ortak paydaları ise her ikisinin de yerel kimlik ve özgünlüğe dayalı olmalarıdır (Pechlaner, 2000). Etimesgut'ta düzenlenen ve bir şehrsel turizm kaynağı olarak kabul edilen festival kültür ve sanat festivali kapsamında değerlendirilmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada festival turizmi ve şehrsel turizmi kaynakları bağlamında ilgili literatür incelenerek Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivalinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmada, festivalin içerik bakımından şehrsel turizme uygunluğu ve şehre katkılarının neler olduğu araştırılmıştır. İlgili literatüre göre festivalin amaç, etkinlik büyüklüğü, yapılış zamanı ve kapsamı analiz edilmiştir. Bu yönüyle araştırmada betimsel analiz yöntemi benimsenmiştir. Saha çalışmasıyla ilgili kurumlardan ikincil veriler temin edilerek diğer festivallere yönelik teorik verilerle karşılaştırma yapılmıştır.

Cumhuriyet'in ilk yıllarında örnek köy yerleşmesi olarak kurulan Etimesgut'un 1927 yılına ait nüfusu 3800'dür. Nüfusu 2000 yılına kadar belli bir hızda artan ilçede bu tarihten sonra nüfus miktarı önemli ölçüde yükselmiştir. 2000 yılında yapılmış olan genel nüfus sayımında Etimesgut'da 171.293 kişi yaşarken bu değer 2018 yılına 570.727 kişiye ulaşmıştır. Festivalin ilk olarak düzenlendiği 1999 yılından bir yıl sonra yapılan sayımdan 2018 yılına kadar olan süreçte nüfusun bir önceki döneme göre daha fazla arttığı anlaşılmaktadır. 19 yıllık süreçte bu kadar yüksek bir artışın meydana gelmesinde festivalin göreceli bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Özellikle göç alınan şehirlerin en başında festivale katılım gösteren şehirlerin olması da bu görüşümüzü destekler niteliktedir. Bu kapsamda Çorum, Yozgat, Kırıkkale ve Erzurum şehirleri dikkati çekmektedir.

Festival, 1999 yılından günümüze kadar istisnalar dışında düzenli olarak yapılmaktadır. 1999 yılında ilk defa altı hemşehri derneğinin katılımıyla gerçekleşen festival günümüzde ise 20'den fazla hemşehri derneğiyle vakıf ve 12 Türk devleti ve topluluğunun katılımıyla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla yerel ve ulusal bir etkinlik olarak ortaya çıkan festival, zamanla uluslararası bir boyut kazanmıştır. Özel etkinlik içinde yer alan bu festival, büyüklük ve ölçeklerine göre "büyük faaliyetler" kapsamında değerlendirilmektedir. Festivalin düzenlenme tarihi yaz aylarına denk gelmektedir. Bu yönüyle ülkemizdeki diğer festivallerin düzenleme tarihlerine uygunluk göstermektedir. Festivalin kapsam olarak kültür ve sanat festivali kapsamında ele almak mümkündür.

Festival etkinliği düzenlenmiş olduğu tarihler arasında şehre ekonomik olarak canlılık katmaktadır. Konaklama ve yiyecek-içecek gibi alanlarda talep artışı gözlemlenmektedir. Özellikle festivalin gerçekleştirilmiş olduğu Türk Beyleri Kent Meydanı'nda ve çevresinde dönemsel olarak ekonomik faaliyetlerinde artış kendini gösterir. Yine festival alanının içerisinde derneklere ayrılmış olan mekanlarda açılan stantlarda her yörenin kendisine has yiyecek (tarhana, kavun, pul biber, isot, zeytin, tuz, kurutulmuş yiyecekler vb.) ve eşyalar (hasır örgü sepetler, yöresel kıyafetler gibi) satışı da olmaktadır. Bunun sergilenen yöresel kıyafetler, yiyecekler ve müzik enstrümanları gibi ürünler taşınmasından kurulmasına kadar ki bütün süreçler şehir ekonomisine katkı sağlamaktadır.

Etimesgut'taki festivalin ekonomik etkisinin yanında kültürel etkisi de bulunmaktadır. Festival amacı doğrultusunda Anadolu'da yaşayanlarla Orta Asya'dan Avrupa'ya kadar uzanmış olan kendilerine özgü kültürel birikimler sağlamış Türkler arasında kültürel etkileşim sağlanmaktadır. Ayrıca dernek ve vakıflar aracılığıyla Anadolu'nun farklı bölgelerinde yaşayanların kendi kültürlerini tanıtmaya ve farklı kültürleri tanımasına da fırsat verilmektedir.

Etimesgut Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali ilk gerçekleştirildiği günden bu zamana kadar hedef kütlesi ve yapılan etkinlikler bakımından sürekli gelişerek

büyümektedir. Festivalin, unutulmuş ya da eskisi kadar kıymet verilmeyen örf, adet ve ananeleri hatırlatma Türk Kültürü'nü yaşatma ve yeni nesillere aktarma misyonu ile bir şehirsel turizm kaynağı olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarpınar, B., (2004). Tarım Toplumdaki Sanayi Topluma Geçişte Panayır Sergi Fuar Festivalinin Durumu ve Örneği, Milli Folklor, 64, 25-36.
- Aksoy, B., Karakuş, U., Türker, A., (2018). Etimesgut'un Nüfus Özellikleri, Uluslararası Tarihte Etimesgut Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, 476-482.
- Atak, O., (2009). Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ayazlar, G., Ayazlar, R. A., (2015). Festivallerin Sosyal Etkileri ve Kentsel Gurur, I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators, 432-444.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., Yazarkan, H., (2012). Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-Oltu Kırdag Festivali Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 2 (2), 117-124.
- Cave, J and L. Jolliffe (2012). Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London: Routledge. pp 268-270.
- Cohen, E., (1988), Authenticity and Commodization in Tourism, Annals of Tourism Research, (15), 371-386.
- Dalgın, T., Atak, O., Çeken, H., (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3(12), 1179-1184.
- Douglas, N., Douglas, N., Derret, R., (2001). Special Interest Tourism, John Wiley and Sons, Australia
- Doğanay, H., Zaman, S., (2014). Türkiye Turizm Coğrafyası (4. Baskı). Ankara: Pageam A Yayıncılık.
- Duffy, M., (2005). Performing Identity Within a Multicultural Framework, Social and Cultural Geography, 6 (5), 677-692.
- Emekli G., (2011). Öğrenen Turizm Bölgeleri, Kentler ve Kent Turizmine Kuramsal Yaklaşım, Ege Coğrafya Dergisi, 20, 27-39.
- Emekli, G., (2018). Kent Turizminde Kültür ve Yaratıcılık, TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, 460-491.
- Frisby, W., Getz, D., (1990). Festival Yönetimi: Bir Durum Değerlendirme Perspektifi, Turizmde Seçme Makaleler:6, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayını. No.12:1-15. Haziran.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., Özekici, Y.K., (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Değerlendirme, ODÜ Sosyal Bilimler Dergisi, (13), 306-323.
- Giritlioğlu, İ., Avcıkurt, C., (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler, AÜ Sosyal Bilimler Dergisi, (3), 74-89.

- Göde, H. A., Yiğit, G., (2017). Isparta Yöresi Festivallerinin Kültür Turizmi ve Ekonomisi Bağlamında Değerlendirilmesi, SÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (38): 61-71.
- Gül, K., Erdem, B., Gül, M., (2013). Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği, SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(2), 213-239.
- Haberal, H., (2015). Turizmde Alternatif Ekolojik Turizm, Doğa Turizmi, Kırsal Turizm, Yayla Turizmi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- İçellioğlu, Şarkaya, C.,(2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi, İÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 37-55.
- İçli, G., (2001). Küreselleşme ve Kültür, CÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 25(2), 163-172.
- İmirgi, A., (2005). Festival Kavramı Üzerine Düşünceler, Milli Folklor Dergisi, (17) 65, 29-36.
- Jansen-Verbeke, M., (1986). Inner-City Tourism: Resources, Tourists and Promoters, Annals of Tourism Research, 13(1), 79-100.
- Karagöz, D., (2006). Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kaypak, Ş., (2013). Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Markalaşması ve Marka Kentler, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14(1), 335-355.
- Kızılırmak, İ., (2006). Türkiye'de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (15), 181-196.
- Kömürcü, G.B., (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Lee, I., Arcodia, C., Lee, T. J., (2012). Benefits of Visiting A Multicultural Festival: The Case of South Korea, Tourism Management, 33, 334-340.
- Özgüç, N., (2017). Turizm Coğrafyası (9. Baskı), İstanbul: Çantay Kitapevi.
- Pechlaner, H., (2000). Cultural Heritage And Destination Management in The Mediterranean, Thunderbird International Business Review, 42(4), 409-426.
- Polat, S., Polat, Aktaş, S., Halıs, M., (2012). Kent Kimliği Kapsamında Festivallerin Değerlendirilmesi: Uluslararası Altın Safran Film Festivali Örneği, Turizm Araştırmaları Dergisi, (2), 1, 69-85.
- Richards, G., Wilson, J., (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001, Urban Studies, 41(10), 1931-1951.
- Rızaoğlu, B., (2003). Turizm Davranışı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Smith, C., Jenner, P., (1998). The Impact of Festivals and Special Events on Tourism, Travel And Tourism Analyst, 4, 73-91.
- Soykan, F., (2002). Kent Turizminde Son Eğilimler, Avrupa'dan Örnekler ve İzmir. III. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu, Bildiriler Kitabı: 181-198.

- Tayfun, A., Arslan, E., (2013). Festival Turizmi Kapsamında Yerli Turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 5(2), 191-206.
- Timothy, D. J., Kim, S. (2015). "Understanding the Tourism Relationships between South Korea and China: a Review of Influential Factors." Current Issues in Tourism 18(5), 413-432.
- Tosun, C., Bilim, Y., (2004). Şehirlerin Turistik Açidan Pazarlanması, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 15 (2), 125-138.
- UNWTO, (2012), UNWTO Annual Report, Madrid: UNWTO Publications.
- Weaver, G. D., Robinson, L. R., (1989), Special Events: Guidelines for Planning and Development, Columbia: University of Missouri Press.
- Yardımcı, S., (2014). Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yemenoğlu, E., Dalgın, T., Çeken, H., (2012). Geleneksel Festivallerin Kırsal Turizm Üzerindeki Etkiler: Denizli-Honaz Kiraz Festivali Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1), 16-21.
- Yolal, M., (2017). Türkiye'nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2, 35-51.
- Zaman, M., (2012). Trabzon İlinin Turizm Coğrafyası: Potansiyel-Alternatifler-Planlama, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.
- Zaman, M., Camcı, A., Şahap, A., (2017). Kültür Turizminde Alternatifler: Festival Turizmi ve Pir Sultan Abdal Anma Etkinlikleri Örneği, International West Asia Congress of Tourism Research, Bildiriler Kitabı, 305-315.
15. Etimesgut Belediyesi Uluslararası Anadolu Günleri Kültür ve Sanat Festivali, (2018). T.C. Etimesgut Belediyesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü.