

BÖLÜM 5

Deneyim Turizmi Bağlamında İzmir'de Kültür Festivalleri ve Müziksel Pratikler

Kübra Kıymet ARSLAN ¹Feyza ALTUN ²

Özet

Bu çalışma, deneyim turizmi bağlamında İzmir'deki kültür festivallerinin ziyaretçi deneyimini nasıl hem bir çekim gücü hem de kültürel olarak dönüştürdüğünü ve bunu geleneksel olarak nasıl taşıdığını disiplinler bir perspektiften inceler. Mekân etkileşimi, müzikal deneyimler ve etkinlikler üzerinden deneyim turizmine olan etkisi tartışılacaktır.

İzmir'in turizm görünürliğünde festivallerin müzik pratiklerini, deneyim üretimi, destinasyon pazarlaması ve kültürel etkileşimiyle ilişkisi incelenecektir. Çalışma, festivallerin müziği nasıl konumlandığı hangi yöresel ve müzikal temsilleri öne çıkardığı ve ziyaretçi deneyimini nasıl yapılandırdığı sorularına odaklanmaktadır. Çalışmada ele alınan festivaller (Alaçatı Ot Festivali ve Urla Enginar Festivali, Bergama Kermesi) müziksel pratiklerin deneyim turizmi üzerine olan etkisini göstermektedir.

Festivaller, destinasyonların salt ziyaret edilen fiziksel alanlar olmanın ötesine geçerek ziyaretçiler tarafından deneyimlenen ve anlam yüklenen mekânlara dönüşmesine katkı sağlamaktadır. Çok duyulu ziyaretçi deneyimi içinde müzik, turistlerin destinasyonla kurduğu duygusal etkileşimi güçlendiren ve algısal derinlik yaratan bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle kültür festivalleri, deneyim odaklı destinasyon pazarlaması ve turizmin sürdürülebilirliği açısından işlevsel bir rol üstlenmektedir.

Sonuç olarak yerel organizasyonlarda müzik, kültürel çeşitliliği görünür kılar. Böylelikle müzik, topluluk katılımını, kültürel sürekliliği ve aidiyet duygusunu güçlendiren bir pratik hâline gelir. Dolayısıyla müzik deneyimin anlamını, derinliğini ve hatırlanabilirliğini belirleyen temel bir bileşen olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kültür festivalleri, müziksel pratikler aracılığıyla deneyim turizmi ve temsil tartışmalarını bir araya getiren önemli kesişim alanları sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Deneyim Turizmi, Otantiklik, Kültür, Müzik Festivalleri*

Cultural Festivals And Musical Practices in Izmir in The Context Of Experience Tourism

Abstract

This study examines, from a disciplinary perspective, how cultural festivals in Izmir transform visitor experiences within the context of experiential tourism, serving both as an attraction and a cultural catalyst, and how they traditionally carry this forward. The impact of experiential tourism through spatial interaction, musical experiences, and events will be discussed.

The study will examine the relationship between festivals' musical practices, experience production, destination marketing, and cultural interaction in Izmir's tourism visibility. The study focuses on questions such as how festivals position music, which local and musical representations they highlight, and how they structure the visitor experience. The festivals discussed in the study (Alaçatı Herb Festival, Urla Artichoke Festival, Bergama Fair) demonstrate the impact of musical practices on experiential tourism.

Festivals contribute to destinations becoming spaces that are experienced and imbued with meaning by visitors, going beyond being merely physical areas visited. Within the multisensory visitor experience, music stands out as an element that strengthens the emotional interaction tourists establish with the

¹ Bağımsız Araştırmacı, Dokuz Eylül Üniversitesi Müzik Bilimleri Ana Sanat Dalı
<https://orcid/0000-0003-1463-5202> , arslan.kbra@yandex.com

² Bağımsız Araştırmacı, Kocaeli Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
<https://orcid/0000-0002-0532-0033> , fyaltnn@gmail.com

destination and creates perceptual depth. In this respect, cultural festivals play a functional role in experience-oriented destination marketing and the sustainability of tourism.

In conclusion, music in local organizations makes cultural diversity visible. Thus, music becomes a practice that strengthens community participation, cultural continuity, and the sense of belonging. Therefore, it reveals that music is a fundamental component that determines the meaning, depth, and memorability of the experience. In this context, cultural festivals offer important intersections that bring together experiential tourism and representation debates through musical practices.

Keywords: *Experiential Tourism, Authenticity, Culture, Music Festivals*

Giriş

Festivallerde müziksel pratikler yalnızca programın eğlence boyutunu oluşturan etkinlikler olarak değerlendirilmemelidir. Festival deneyiminin mekânsal, sosyal ve duygusal boyutlarını şekillendiren bileşenlerden birisi müziktir. Açık hava sahnelerinde gerçekleştirilen konserler, sokak performansları ve halk dansları gösterileri, ziyaretçilerin festival alanı içinde dolaşımını yönlendirir. Etkinlikler kamusal alanın kullanım biçimini dönüştüren ve kolektif katılım duygusunu güçlendiren pratiklerdir. Bu bağlamda müzik, gastronomi ve yerel üretim temelli festivallerde ziyaretçilerin mekânla kurduğu ilişkiyi yalnızca görsel ve tat alma deneyimiyle sınırlı kalmaktan çıkararak işitsel ve performatif boyutlarla genişletmektedir.

Müzik, festivaller aracılığıyla yerel ve küresel kimliklerin bir araya gelmesini sağlayan bir dolaşım aracı niteliği taşımaktadır. Bergama Kermesi'nde uluslararası sanatçıların sahne alması, Alaçatı ve Urla festivallerinde popüler müzik repertuarının yerel gastronomi temalarıyla birlikte sunulması müziğin yalnızca temsil edilen bir form olmaktan çıkarır. Dolayısıyla ziyaretçi hareketliliği ile kültürel etkileşimi ve mekânsal deneyimi şekillendirir. Bu yönüyle müzik, İzmir'deki kültür festivallerinde deneyim turizmini güçlendirir ve festival mekânını dönüştürür.

Turizm literatüründe 1990'lı yıllardan itibaren yaşanan paradigma değişimi, destinasyonların yalnızca görülen ve tüketilen mekânlar değil, **deneyimlenen ve anlamlandırılan alanlar** olarak ele alınmasına yol açmıştır. Özellikle deneyim ekonomisi ile deneyimin ekonomik değer üretimindeki rolü vurgulanmış; eğlence, estetik, kaçış ve öğrenme boyutları turistik tüketimin temel bileşenleri olarak tanımlanmıştır (Pine ve Gilmore, 1999). Bu yaklaşım, turizm alanında deneyim ekonomisinin yansıması olarak **deneyim turizmi** kavramının gelişmesini sağlamış. Turistin pasif izleyici konumundan çıkarak etkin katılımcıya dönüştüğü bir çerçeve oluşturmuştur. Nitekim Kim, Ritchie ve McCormick (2012) tarafından geliştirilen *Memorable Tourism Experience* modeli, turistik deneyimin hedonizm, yenilik, anlamlılık ve katılım gibi boyutlarla yapılandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda festivaller, deneyim ekonomisinin somutlaştığı alanlar olarak, mekânın geçici bir sahneye dönüştüğü ve ziyaretçinin çok duyulu etkileşim yoluyla destinasyonla bağ kurduğu dönüştürücü platformlar niteliği taşımaktadır.

1. Deneyim Ekonomisi, Deneyim Turizmi ve Festivallerin Dönüştürücü Rolü

Deneyim, günümüz tüketicisi için yaşamın merkezi bir unsurudur (Caru & Cova, 2003) ve bir mega trend olarak kabul edilmiştir (Mehmetoglu & Engen, 2011). Aynı zamanda zihinsel bir olgu olarak da açıklanmaktadır (Sundbo ve Sorensen, 2013). Deneyim

ekonomisi ise, amacı deneyim yaratmak olan çeşitli sektörleri kapsayan genel bir kavram olarak kullanılmaktadır (Flagestad, A., 2006). Deneyim ekonomisi, insanlık tarihindeki ekonomik gelişim sürecinde dördüncü aşama olarak ele alınmaktadır. Başlangıçta insanlar doğadan hammadde temin etmiş, ardından sanayileşme ile fiziksel ürünlerin üretimine geçilmiştir. Sonraki aşamada ekonomi, hizmet odaklı bir yapıya dönüşmüş; günümüzde ise bu hizmetlerin yeniden yapılandırılarak deneyim biçiminde sunulduğu ifade edilmektedir (Pine ve Gilmore 1999). Bu deneyimlerin anlaşılması için literatürde bazı modeller geliştirilmiştir. Pine ve Gilmore (1999) “deneyimin dört boyutu” bu oluşturulan modellerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Deneyim ekonomisi modeli, yatay ve dikey olmak üzere iki eksen boyunca dört ana boyut olarak ele alınmaktadır. Bunlar aktif-pasif ve özümseme ve içe dalma olarak adlandırılmaktadır. Modelde ziyaretçinin katılımı aktif veya pasif katılım arasında değiştiği söylenmektedir. Aktif olan ziyaretçi ortamda hem üretici hem de tüketici konumundadır. Dolayısıyla deneyim üretimi veya yaratılması rafting/ eğlence/ aktivite parkurlarında olduğu gibi ziyaretçinin aktif katılımına bağlı olmaktadır. Pasif katılım ise ziyaretçiler performansı hiç etkilemez veya daha çok zihinsel bir varlığa sahiptirler. Tiyatro, sinema veya müze gezisi bunlara örnek olarak gösterilebilir. İkinci eksen ise ziyaretçinin çevreyle veya ortamla hangi düzeyde bağlantılı olduğuyula ilgilidir. Bağlantının bir ucunda özümseme, diğer ucunda ise içine dalma yer almaktadır. Özümseme, ziyaretçinin deneyime veya olaya belirli mesafeden baktığını anlatırken (sinema), içine dalma ziyaretçinin deneyime “çekildiğini” göstermektedir. Bu durumu Şekil 1 de incelemek mümkündür (Mehmetoğlu ve Engen, 2011).



Şekil 1: Deneyimin Dört Boyutu

Kaynak: Pine ve Gilmore, 1999: 30

İnsanların fiziksel ve belki de entelektüel ihtiyaçlarının karşılanmış ve yaşamlarında yeni içerik arayışında olmaları noktasında deneyimin bu içerik için uygun bir olgu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda deneyim, kendisi için talep oluşturan ve bu tür deneyim odaklı faaliyetlere yüksek ücret ödemeyi kabul eden kişiler açısından son derece kıymetlidir. (Sundbo ve Sorensen, 2013; Ketter,2018). Deneyim odaklı faaliyetlere ise

turizm sektöründe yoğun olarak karşılaşılmaktadır. Turizm, yaratıcı endüstriler ve kültürel kurumlarla kurduğu ilişkilere dayalı olarak birçok açıdan temel bir alandır. Pek çok sektör, değer üretim süreçlerinde birbirine entegre olmuş durumda olup karşılıklı olarak gelişim ve genişleme sağlamaktadır. (Flagestad, A, 2006). Bununla birlikte, ulaşım, konaklama ile yiyecek-içecek gibi temel hizmetler tek başlarına ele alındığında ziyaretçilere gerçek anlamda bir deneyim sunmakta yeterli olmamaktadır (Rijal ve Ghimire, 2016). Turizm sektöründe insanların sadece deniz, kum, güneş için seyahat etmediği ve zamanı farklı etkinliklere katılım sağlayarak da geçirdikleri bilinmektedir. Bu noktada deneyim anlayışında da farklı isteklerin gelişmesiyle otantiklik arayışı ziyaretçiler tarafından şekillenmektedir.

1990'lı yıllardan itibaren festival turizmi; yerel gelişim, kültürlerarası etkileşim ve destinasyon algısı bağlamında yürütülen çalışmaların merkezinde yer almaya başlamıştır. Janeczko vd. (2002) ise festivallerin turizm alanında hızlı gelişen türlerden biri olduğunu ifade etmekte ve bu organizasyonların destinasyonlara ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan önemli katkılar sağladığını ortaya koymaktadır. Buradan hareketle deneyim, turizm odağından ele alındığında festival ve etkinlikler ile doğrudan ilişkili olduğu söylenebilir.

Günümüzde turistler keşfetmeye, yeniliğe, kültürel etkileşime ve kişisel gelişime dayalı güdülerle seyahat etmektedir. Bu durum deneyim temelli turizm faaliyetlerinin önemini artırmaktadır. Deneyim temelli turizm faaliyetleri, destinasyonların yalnızca ziyaret edilmesine odaklanan klasik anlayıştan farklı olarak, eğlence ve öğrenme boyutlarını öne çıkaran etkinlikleri içermektedir. Bu tür etkinliklerde bireyler, başkalarının deneyimlerini pasif biçimde izlemek yerine, kendi becerilerini keşfedebilecekleri süreçlerde yer almayı daha cazip bulmaktadır (Campos vd., 2018). Ek olarak turistler, destinasyonun günlük yaşamına dâhil olabilecekleri ve yerel halkla etkileşim kurabilecekleri etkinlikleri tercih etmektedir. Yerel mutfağın hazırlanışına katılmak ve geleneksel el sanatlarını deneyimlemek bu sürecin otantik örnekleri arasındadır. Bu tür deneyimler, destinasyonun daha özgün biçimde algılanmasını sağlarken, çevrim içi platformlarda paylaşılan seyahat deneyimleri de deneyim turizmine yönelik ilgiyi güçlendirmektedir (Sevinç, 2021). Dolayısıyla tatil ihtiyacı gerek şehir hayatından kaçış gerekse sosyal medya etkisi insanların deneyimle olan bağı kuvvetlendirerek farklılık arayışına hizmet eder.

Turistlerin farklı deneyimler arayışında olduğu fikri, ürün ve hizmetlerin pazarlanmasına yönelik yeni yaklaşımları ortaya çıkarmıştır. İşletmelerin kendi başlarına ve tüketicilerle birlikte benzersiz ve duygusal kişisel deneyimler yaratması, yoğun rekabetin yaşandığı küresel ekonomide rekabet avantajını artırmaktadır (Prahalad ve Ramaswamy, 2004). Örneğin bir etkinliğin pazarlanmasında somut hizmetin dışında ziyaretçinin hislerine önem verilen planlamalar yapılması hem ziyaretçinin yaşadığı hazzı artırır hem de hizmet sunulan alana çekim gücü sağlar.

Turizm genel olarak tek isim altında çok fazla üreten ve katkı sağlayan bir endüstri olarak bilinmektedir. Doğrudan ya da dolaylı olarak farklı sektörlerle istihdam sağlaması konusunda turizm, ziyaretçi ve yerel halk arasında pozitif bağ kurulmasına da katkı sağlamaktadır. Yerel halk ve ziyaretçilerin arasındaki bağ ile kültürlerin etkileşimi söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla yerel halkın katılımı ile bölgelerde gerçekleşen her türlü turizm faaliyeti kültürel olarak değişime zemin hazırlamaktadır. Aynı zamanda bireylerin

deneyim sürecinde edindikleri yaşantılar, zihinsel olarak kalıcı izler bırakmakta ve destinasyonlara ilişkin seyahat kararlarının şekillenmesinde belirleyici rol oynamaktadır (Dominguez-Quintero vd., 2019: 494). Bu durum, kültürel değerlerin aktarımında festivallerin üstlendiği dönüştürücü rolü görünür kılmaktadır.

Kültür festivalleri, destinasyonların sahip olduğu soyut kültürel mirası ve sembolik anlamları, ziyaretçiler tarafından algılanabilir ve yaşanabilir deneyimlere dönüştüren stratejik birer araç olarak öne çıkmaktadır. Festivaller aracılığıyla müzik, gastronomi, geleneksel el sanatları, ritüeller ve yaşam biçimleri gibi kültürel unsurlar yalnızca sergilenmekle kalmamakta, aynı zamanda ziyaretçilerin aktif katılımına imkân tanıyan etkileşimli deneyimlere dönüştürülmektedir. Bu süreç, ziyaretçilerin destinasyonla duygusal bağ kurmasını kolaylaştırarak aidiyet, hatırlanabilirlik ve özgünlük algısını güçlendirmektedir. Dolayısıyla kültür festivalleri, destinasyon imajının ve marka kimliğinin pekişmesine katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda tekrar ziyaret niyetine dolaylı olarak katkı sağlayan önemli bir deneyimsel pazarlama unsuru olarak değerlendirilmektedir (Özdemir Kahraman ve Saçlı, 2022).

2. Kültür Festivalleri ve Otantiklik

Küreselleşme etkisiyle turizm alanı dinamik ve sürekli dönüşen bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Bireylerin destinasyon tercihleri ve deneyim beklentileri ekonomik ve toplumsal dönüşümleri doğrudan etkilemektedir. Bununla beraber teknolojik gelişmeler kişilerin seyahat etme motivasyonuna etkili tanıtım ve pazarlama stratejileri geliştirmesine katkı sağlamaktadır.

Festivallerin düzenleneceği yerler tanınmayan ve kalkınma için potansiyeli olan bölgelerden seçilmektedir. Bu yolla etkinliğin düzenleneceği bölgeye olan ilgi artmaktadır (Getz, 2012). Bazı ülkelerde festivaller, doğrudan ekonomik olarak gelir elde etmek için düzenlenebilmektedir. Shin (2004), bir festivalin kültürel olduğunu ancak amacının ekonomik olduğunu öne sürer. Ülkeler, festivaller aracılığıyla yeni iş kapıları aralamakta, turizm sektörünü canlandırmakta, yeni yatırım ve pazar alanları oluşturmaktadır. Şehrin reklamını yapmak bölgenin imajını etkiler ve kalkınmasını sağlar. Bu nedenle festivaller düzenlenirken ürün konumuna geçebilmektedir. Oluşan bu pazar gittikçe büyüyerek sponsorluk faaliyetleriyle birlikte endüstri halini almıştır (Arslan, 2022).

Ziyaretçilerin farklı gelenekleri ve kültürleri deneyimleme isteği turizmin temel yapı taşıdır. Bu bağlamda yerel adetler, ritüeller ve kültürel pratikler, bir destinasyonun özgünlüğünü belirler. Yerel kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilir biçimde sunulması, ziyaretçilere daha otantik deneyimler sunulmasına olanak tanımaktadır. Bu noktada kültürün ön planda olduğu turizm yaklaşımları, yalnızca ziyaretçi deneyimini zenginleştirmekle kalmayarak kültürel mirasın korunmasına, yerel kimliğin güçlendirilmesine de katkıda bulunur. Yerel olanı tanımlamak ve geleneksellik özelinde gelişen tüketici talepleri otantiklik arayışı ile ilişkilidir.

Turizm literatüründe otantiklik kavramına ilişkin tartışmalar merkezi bir rol oynar ve çeşitli tanımlar yer alır (Sims, 2009). MacCannell (1976) "The Tourist" kitabında Batılı turistlerin seyahat motivasyonunun temelinde otantiklik arayışı olduğunu öne sürer. Ancak Cohen'e göre bu arayışın başarılı olması mümkün değildir. En iyi ihtimalle endüstri, turistleri kurgulanmış çekiciliklerin "otantik" olduğuna inandırarak "yanlış turistik bilinç" yaratır (Cohen, 1988; akt. Taylor 2002). Bu tartışmalar, Wang'ın (1999) otantikliğe ilişkin

farklı bir yaklaşım önermesiyle genişletilmiştir. Wang'a göre, nesnel ve inşacı otantiklik anlayışları, her ikisinin de turistlerin ziyaret ettiği nesnelere veya cazibe merkezlerine odaklanması nedeniyle sınırlıdır. Buna karşılık Wang, otantikliğin, turistik nesnelere ziyade, deneyimin turistte yarattığı etkiyle ilişkili olan "varoluşsal otantiklik" çerçevesinde ele alınması gerektiğini savunmaktadır. Varoluşsal otantiklik, turistlerin tatil etkinliklerine katılarak kimliklerini inşa etmeleri ve daha otantik bir benlik duygusu deneyimlemeleri sürecini tanımlar (Taylor, 2002).

Wang (1999), otantiklik literatürüne farklı bir bakış sunar ve inşacı yaklaşımların sınırlı kaldığını söyler. Nesnel yaklaşımlar otantikliği daha çok turistik nesnelere ve mekânlar üzerinden değerlendirmektedir. Söz konusu yaklaşımlar turistlerin yaşadığı deneyimi yeterince dikkate almamaktadır. Wang bu nedenle "varoluşsal otantiklik" kavramını önerir ve otantikliğin, turistlerin etkinliklere katılımı sırasında kimlik inşası ile ilişkili olduğunu vurgular. Bu bakış açısına göre turistler yalnızca ziyaret ettikleri yerlerin ya da kültürlerin otantik olup olmadığını aramaz aynı zamanda kendilerinin ve kendi aralarındaki ilişkinin otantikliği arayışı içindedir (Taylor, 2001).

Festival ortamında müzik, kültürel temsillerin aktarılmasında ve ziyaretçi deneyiminin yapılandırılmasında merkezi bir rol üstlenmektedir. Müziksel performanslar, ritüeller ve sahneleme biçimleri aracılığıyla festivaller, geçmişe ve geleneksel olana referans verir. Böylelikle ziyaretçilerin bu deneyime bedensel ve duygusal olarak katılımını teşvik ederler. Etkinlik boyunca müzik, ziyaretçilerin deneyimle bağ kurmasını sağlayan ve anlam üretimini destekleyen bir pratik hâline gelmektedir. Bu yönüyle festivaller, Taylor'ın (2002) işaret ettiği biçimde geçmişe gönderme yapan temsiller üretirken; Wang'ın (1999) tanımladığı varoluşsal otantiklik anlayışı çerçevesinde, ziyaretçilerin deneyim yoluyla anlam inşa ettikleri dinamik kültürel alanlara dönüşmektedir.

3. İzmir Kültür Festivalleri ve Müzik Pratikleri

2000'li yıllardan günümüze değin İzmir'de düzenlenen kültür festivallerinde müziksel programlar, festivalin tematik odağına göre çeşitlenmektedir. Gastronomi temelli festivallerde popüler ve yerel müzik pratikleri ön plana çıkarken, bazı festivallerde müzik, mekânsal deneyim ile ilişkilendirilen daha temsilî bir rol üstlenmektedir.

İzmir Uluslararası Fuarı kapsamında gerçekleştirilen kültür ve sanat etkinlikleri, İzmir Avrupa Caz Festivali, Kültür Yolu festivali, İzmir Kısa Film Festivali, İzmir Uluslararası Edebiyat Festivali ve İzmir Tiyatro Festivali şehrin sanat üretimi ve uluslararası kültürel dolaşım içindeki görünürlüğünü sağlayan önemli etkinliklerdir.

İzmir ve ilçelerinde düzenlenen bir diğer kültür festivalleri arasında ise gastronomi ve yerel üretim temelli festivaller yer almaktadır. Bunlardan bazıları: Alaçatı Ot Festivali, Urla Enginar Festivali, Bergama Kermesi, Seferihisar Mandalina Festivali, Uluslararası Menemen Çömlek Festivali, Ödemiş Patates Festivali ve Bergama Kozak Yaylası Festivalidir. Bu festivaller, yerel mutfak kültürü ile konserler, sergiler, halk oyunları, söyleşiler ve gündelik yaşam pratiklerini bir araya getiren deneyim alanları sunmaktadır. Bölge açısından önemli olan Efes Opera ve Bale Festivali tarihsel mekânlarda gerçekleştirilen performanslar üzerinden kültür, sanat ve turizmi bir araya getirmektedir. Bu noktada müzik temelli festivaller İzmir'in kültürel görünürlüğünde belirleyici bir role sahiptir. İzmir Uluslararası Müzik Festivali, İzmir Avrupa Caz Festivali, Çeşme Uluslararası Müzik Festivali ve Urla Uluslararası Caz Festivali, kenti ulusal ve uluslararası

müzik ağlarına bağlayan önemli etkinliklerdir. Böylelikle kent diğer festivallerin görünürlüğünden farklı olarak müzik pratikleri aracılığıyla yeni bir dolaşım noktası haline gelmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde İzmir’de düzenlenen kültür festivalleri kentin turizm görünürlüğünü artıran, otantik temsilleri bir araya getiren ve müziksel pratikler aracılığıyla deneyim turizmini güçlendiren önemli kültürel platformlar oluşturmaktadır. Çalışmada ele aldığımız (Alaçatı Ot Festivali, Urla Enginar Festivali, Bergama Kermesi) festivaller müziksel pratiklerin mekân ve gastronomi ile kurduğu ilişkiler üzerinden deneyim turizminin farklı biçimlerini görünür kılmaktadır.

3.1 Bergama Kermesi

Bergama Kermesi, Türkiye’nin ilk yerel turizm festivali olarak günümüze kadar gelmiştir. İlk kez 1937 yılında düzenlenen festival, İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşanan zorluklara rağmen sürdürülen festivallerinden biri olmuştur. Festival, Bergama’nın tarihî ve kültürel mirasının tanıtılmasında önemli bir rol oynamıştır (Güneş ve Kocamaz, 2011).

Bergama Kermesi kapsamında gerçekleştirilen konserler, festivalin uluslararası kültürel dolaşım ve temsil boyutunu görünür kılan önemli etkinlikler arasında yer almaktadır. Nitekim festival programında yabancı sanatçıların da sahne alması, yerel bir etkinliğin uluslararası müzik ağlarıyla kurduğu ilişkiyi göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Örneğin Inna’nın Bergama Kermesi’nde sahne alması, festivalin yalnızca yerel kültürel pratikleri sergileyen bir etkinlik olmadığını ortaya koymaktadır. Bu tür bir performans müziksel pratiklerin farklı kültürel ölçekleri bir araya getiren bir etkileşim alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Görüldüğü üzere düzenlenen konserler, festivalin kültürel programının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Örneğin 2022 yılında gerçekleştirilen kermes programında Hüsnü Şenlendirici, Sertab Erener, Melek Mosso, Kubat, Tuğba Yurt, Öykü Gürman, Ahmet Şafak ve Mustafa Cihat Kılıç gibi farklı müzik türlerinden sanatçılar sahne almıştır. Aynı programda uluslararası halk dansları topluluklarının (Portekiz, Gürcistan, Makedonya, Arnavutluk, Moldova ve Azerbaycan) performansları ile akademik paneller de oluşturulmuştur. Bu durum festivalin yalnızca eğlence odaklı değil, kültürel etkileşim alanı olarak da işlev gördüğünü göstermektedir.

Bergama Kermesi, Şekil 1’de bahsedildiği üzere Pine ve Gilmore’un (1999) deneyim ekonomisi çerçevesinde estetik ve eğlence boyutlarını öne çıkarır. Paneller ve kültürel içerikler aracılığıyla düşündüğümüzde ise eğitim boyutu da buna eşlik eder. Festivalde müzik, ziyaretçinin tarihsel mekânla kurduğu ilişkiyi derinleştiren estetik bir araç olarak iş görür.

3.2. Urla Enginar Festivali

Urla’da 1940’lı yıllardan bu yana ticari üretimi yapılan ve son yıllarda dikili tarım alanları artan Urla Sakız Enginarı bölgesel coğrafi işaretli bir üründür. 2015 yılından itibaren düzenlenen Uluslararası Urla Enginar Festivali ile enginar üretimi ve satışları artırılmış, üreticilerin sorunlarına dikkat çekilmiştir. Festivaller şehir markalaşmasında önemli bir unsur olup dünya turizm pazarında da öne çıkmaktadır. 2015 Yılında birincisi düzenlenen Uluslararası Urla Enginar Festivaline 50.000 kişi katılmıştır. 2016 yılında ikincisi düzenlenen Uluslararası Urla Enginar Festivali, Shining Star Awards tarafından 2016

yılında düzenlenen en başarılı festival ödülüne layık görülmüştür (Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017).

Gastronomi turizmine olan talebin artmasıyla birlikte yerel yönetimler ve turizm paydaşları bölgelerindeki gastronomik unsurları ön plana çıkaran festivaller düzenlemeye başlamıştır. Bu tür festivaller, turizm hareketliliğinin artmasında ve rekabet üstünlüğü sağlanmasında önemli rol oynamaktadır (Urla Enginar Festivali, 2026). Urla Enginar Festivali programı gastronomi etkinliklerinin yanı sıra konserler ve müzik dinletilerini de içermektedir. Festival kapsamında farklı yıllarda İzmir Büyükşehir Belediyesi Pop Orkestrası, Yeni Türkü ve çeşitli yerel sanatçılar sahne almıştır. Açık hava sahnelerinde gerçekleştirilen bu konserler festival atmosferinin önemli bileşeni haline gelmiştir. Ziyaretçiler konser takvimine göre katılımlarını planlamışlardır. Dolayısıyla bu konserler ziyaretçilerin festival katılım motivasyonunu önemli ölçüde etkilemektedir. Konserler ziyaretçilerin kamusal mekânı deneyimleme biçimini etkileyen ve gastronomik etkinliklerle birlikte çok duyulu bir festival deneyimi oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır.

3.3. Alaçatı Ot Festivali

Alaçatı Ot Festivali, yerel bitki çeşitliliği ve mutfak kültürünü görünür kılmayı amaçlayan gastronomi temelli bir etkinliktir. Festival kapsamında yörede doğal olarak yetişen otlar, bu otlara dayalı yemek kültürü ve yerel üretim biçimleri ön plana çıkmaktadır. Festivalin teması, yerel kültürel belleğin korunması, sürdürülebilir tarımın teşviki ve üreticilerin desteklenmesi üzerine kurgulanmaktadır. Son yıllarda festival, yalnızca yerel katılımcılara değil, farklı ülkelerden şefler, araştırmacılar ve ziyaretçilere de hitap eden uluslararası bir etkinlik niteliği kazanmıştır (Alaçatı Ot Festivali, 2026)

Gıda odaklı etkinlikler haricinde konserler, festival deneyiminin bütüncül yapısı içinde, kültürel bir köprü kurmaktadır. Müzik, ziyaretçilerin festival alanında daha uzun süre kalmasını sağlayan, kolektif katılım duygusunu güçlendiren ve etkinliği yalnızca bir gastronomi faaliyeti olmaktan çıkarır. Böylece Alaçatı Ot Festivali'nde müzik pratikleri, gastronomi, turizm ve mekânsal deneyim arasındaki ilişkiyi görünür kılar. Festivalde farklı yıllarda Kenan Doğulu, Ayhan Sicimoğlu, Edis, Mor ve Ötesi, İskender Paydaş, Zeynep Bastık ve Sertab Erener gibi müzisyenler sahne almıştır. Festival süresince ana akım haricinde sokak müziği performansları da düzenlenmiştir ve bu etkinlikler festival mekânının farklı noktalarına yayılarak katılımcı deneyimini çeşitlendirmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

İzmir'de incelenen kültür festivallerinin büyük bölümünün tek bir deneyim boyutuyla sınırlı kalmadığı aksine deneyim ekonomisinin dört boyutunu aynı anda barındıran yapılar olduğu görülmektedir. Özellikle gastronomi temelli festivallerde eğlence ve eğitim boyutları baskınken, tarihsel mekânlarda düzenlenen müzik festivallerinde estetik deneyim öne çıkmaktadır. Bu durum festivallerin deneyim turizmi kapsamında çok boyutlu çekim merkezleri haline geldiğini göstermektedir.

Bu çalışmada, deneyim turizmi çerçevesinde İzmir'de düzenlenen Bergama Kermesi, Urla Enginar Festivali ve Alaçatı Ot Festivali'nin mekân etkileşimi ve müzikal pratikler aracılığıyla çok boyutlu otantik bir deneyim alanı olmasına vurgu yapılmıştır. Bu tür etkinliklerde ziyaretçiler, mekânın atmosferi ve sahneleme aracılığıyla bütüncül bir

kültürel deneyimin parçası hâline gelmektedir. Dolayısıyla festivaller aracılığıyla ziyaretçilerin destinasyonla kurduğu duygusal bağı güçlendirdiğini göstermektedir. Bu festivaller otantiklik tartışmaları bağlamında değerlendirildiğinde, yalnızca yerel ürünlerin ya da geleneksel pratiklerin sergilenmesiyle sınırlı olmayan çok katmanlı deneyim alanı olarak görülmektedir. Ot Festivali'nde yerel bitki çeşitliliğinin ve mutfak kültürünün ön plana çıkarılması, Urla Enginar Festivali'nde coğrafi işaretli bir ürün üzerinden bölgesel kimliğin yeniden üretilmesi ve Bergama Kermesinde tarihsel mirasla güncel müzik pratiklerinin bir araya getirilmesi ziyaretçilerin otantiklik arayışının deneyim turizmine olan etkisini göstermektedir.

Sonuç olarak festivallerin, deneyim turizmi kapsamında destinasyonun ulusal ve uluslararası görünürlüğünü artıran stratejik araçlar olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin festivalleri yalnızca kısa süreli eğlence etkinlikleri olarak değil, bölgeyi (destinasyonu) tanıma, yerel kültürle etkileşime girme ve özgün deneyimler yaşama isteğiyle tercih etmeleri, festivallerin deneyim turizmi içindeki önemini derinleştirmektedir. Dolayısıyla kültür festivalleri, İzmir'in deneyim temelli turizm ürün portföyünde hem yerli hem de yabancı turistler açısından vazgeçilmez bir bileşen olarak konumlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arslan, K. K. (2022). *Karnavalesk bağlamında Türkiye'de elektronik müzik festivalleri* (Yüksek lisans tezi), dan. Doç. Dr. Levent Ergün, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Campos, C. A., Mendes, J., Valle, D. O. P., & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1081158>
- Carù, A., & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286. <https://doi.org/10.1177/14705931030032004>
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- De Bruin, A. ve Jelinčić, D. A. (2016). Toward extending creative tourism: Participatory experience tourism. *Tourism Review*, 71(1), 57-66. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2015-0018>
- Domínguez-Quintero, M. A., González-Rodríguez, R. M., & Roldán, L. J. (2019). The role of authenticity, experience quality, emotions, and satisfaction in a cultural heritage destination. *Journal of Heritage Tourism*, 14(5-6), 491-505 <https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1554666>
- Flagestad, A. (2006). Opplevelsesøkonomien på vei. *Magma*, 9(3).
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (2nd ed.). Routledge.
- Ghimire, S. (2016). Prospects of creating memorable experience in Nepalese tourism and hospitality industry. *Journal of Tourism and Hospitality Education*. 6, 41-66.

- Güneş, G., & Kocamaz, M. (2011). Cumhuriyetin ilk yıllarında taşrada turizm politikaları arayışı: Bergama Kermesi. *Belgi Dergisi*, 2(1), 205–212.
- Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. W. (2002). *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide* (Vol. 5). Gold Coast, Australia: CRC for Sustainable Tourism.
- Jong-Hyeong Kim, J. R. Brent Ritchie, & Bryan McCormick (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
- Kahraman, C., Özdemir, C. 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. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7129881>
- Kargiglioğlu, Ş., ve Kabacık, M. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Urla Enginar Festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 409–421. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.102>
- Ketter, E. (2018). It's all about you: Destination marketing campaigns in the experience economy era. *Tourism Review*, 73(3), 331–343. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2017-0154>
- Mehmetoglu, M., ve Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2011.541847>
- Pine, B. J., ve Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy* (Updated ed.). Harvard Business Review Press.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Harvard Business School Press.
- Sevinç, A. (2021). Sosyal medya kullanıcılarının deneyim turizmi serüveni. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1). <https://doi.org/10.37847/tdtad.853220>
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>
- Sundbo, J., ve Sørensen, F. (2013). Introduction to the experience economy. In J. Sundbo ve F. Sørensen (Eds.), *Handbook on the experience economy*. Edward Elgar Publishing. 1-18.
- Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 7–26. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00043-9)
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349–370. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00103-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0)

Alaçatı Ot Festivali. (2026). Resmî web sitesi. Retrieved from <https://alacatıotfestivali.com.tr/>

Urla Enginar Festivali. (2026). Resmî web sitesi. Retrieved from <https://www.urlaenginarfestivali.com/>