Editörler:
Cem CAN • Abdurrahman KİLİMCİ

Sosyal ve Beşeri Bilimlere Küresel Yaklaşımlar

DETAY

Editörler:

Cem CAN ♦ Abdurrahman KİLİMCİ

Sosyal ve Beşeri Bilimlere Küresel Yaklaşımlar

DETAY YAYINCILIK

Ankara, 2016

DETAY YAYINLARI : **770**

1. Baskı : Kasım 2016
ISBN : **978-605-9440-20-2**
Yayıncı Sertifika No : 13188
Matbaa Sertifika No : 26649

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık
Baskı ve Cilt : Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi
1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

DETAY YAYINCILIK

GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ
DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.
Adakale Sokak No: 14/1-5 Kızılay/ANKARA
Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42
Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

İÇİNDEKİLER

ARKEOLOJİ

MAGARSUS ANTİK KENTİ 1
Fatih ERHAN

MAGARSUS TİYATRO KAZISI 20
Fatih ERHAN

KENTSEL ARKEOLOJİ ÖRNEĞİ: TEPEBAĞ HÖYÜK 26
Fatma ŞAHİN

COĞRAFYA

GÖLCÜK DAĞI BLOĞU ÜZERİNDE GELİŞEN PALEO DÜDENLERİN İÇ ANADOLU KARST SİSTEMİNDE OYNADIKLARI ANAHTAR ROL 40
Kadir TUNCER

COĞRAFİ KONUMLARININ TÜRKİYE LİMANLARININ POTANSİYELLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: STRATEJİ VE GELECEK 57
Yasemin NEMLİOĞLU KOCA

TÜRKİYE'DE GELENEKSEL İLÇE PANAYIRI ZİYARETÇİLERİNİN PANAYIRLARA İLİŞKİN TUTUMLARI VE MEMNUNİYET DÜZEYLERİ 72
Vedat ÇALIŞKAN, Selver ÖZÖZEN KAHRAMAN, Faize SARIŞ, Berrin GÜLTAY

DİL

SIRADIŞI EŞDİZİMLİLİK: GÖZ SÖZCÜĞÜ ÜZERİNE DERLEM TEMELLİ BİR İNCELEME 83
Gülşah BULUT

TÜRKİYE'DE GELENEKSEL İLÇE PANAYIRI ZİYARETÇİLERİNİN PANAYIRLARA İLİŞKİN TUTUMLARI VE MEMNUNİYET DÜZEYLERİ

Vedat ÇALIŞKAN, Selver ÖZÖZEN KAHRAMAN, Faize SARIŞ, Berrin GÜLTAY
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Özet

Türkiye'de geleneksel panayırların sayısı toplumsal, ekonomik, teknolojik gelişmelere bağlı olarak giderek azalmaktadır. Geleneksel panayırların günümüzde dağılışı küçük kentler ve kasabalarla sınırlanmış olsa da bu tür panayırlar, kurulduğu çevrelerde sosyal ve ekonomik yaşamı canlandırmakta ve yerel toplum tarafından halen büyük ilgi görmektedir. Geleneksel panayırlar eşya (emtia) ve/veya hayvan panayırları formunda, belirli yerleşmelerde, belirli tarih aralıklarında, yılda bir ya da iki kez kurulmaktadır.

Sürdürdüğümüz araştırmaya göre Türkiye'de 21 ilin sınırları içinde bulunan 54 ilçedeki toplam 63 yerleşmede geleneksel panayır örnekleri halen varlığını korumaktadır.

Burada sunulan çalışma, Türkiye'de geleneksel panayırları ulusal ölçekte ele alan araştırmamızın "panayır ziyaretçilerinin panayırların temel fonksiyonlarına ilişkin tutumlarını ve memnuniyetini belirleme" ye yönelik bölümünü oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye'nin 4 ayrı coğrafi bölgesinde dağılış gösteren 13 geleneksel panayır örneklem alan olarak belirlenmiştir. Her bir örneklem alanda panayır ziyaretçilerine 200 anket uygulanması hedeflenmiştir. Cinsiyet ve yaş gruplarına göre belirlenen limitlere uygun olarak toplam 2582 ziyaretçiye anket uygulanmıştır.

Çalışma kapsamında hazırlanan ankette panayır ziyaretçilerinin panayırlarla ilgili değerlendirmelerini ölçmeyi hedefleyen sorular ve yargılar sunulmuştur. Ziyaretçilerin geleneksel panayırlara yönelik tutum ve memnuniyetleri ile ziyaretçilerin yaş ve cinsiyetleri arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için Ki-kare Bağımsızlık Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Bağımsız İki Örnek T-Testi (Independent Samples t-Test) SPSS 20 paket programı kullanılarak uygulanmıştır. Analiz sonuçları izleyicilerin cinsiyetleri ve yaş grupları değişkenlerine göre panayırlara yönelik tutumları arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak ileri düzeyde anlamlı bulunduğunu göstermektedir.

Giriş

Türkiye'de mevcut örneklerine daha çok ilçe merkezlerinde -ve az sayıda örneğine köylerde- rastlanan panayırlar; belirli bir mevsimde, yılın belirli bir tarihinde, belirli ilçe ve köylerin belirli yerlerindeki geniş araziler içinde, bir ya da birkaç günden bir haftaya değişen aralıklar içinde kurulurlar. Geçici olarak, eşya (emtia) ve/veya hayvan pazarları formlarında kurulan; çeşitli ihtiyaçların bir arada karşılanabildiği; daha çok kırsal yerleşmelerde yaşayan, sık ve düzenli alışveriş olanağı bulunmayan insanların gündelik ihtiyaçlarının yanı sıra

mevsimlik ya da yıllık ev ihtiyaçlarının, çeşitli tarımsal araç gereç ihtiyacının karşılandığı panayırlar, ziyaretçilerin alışverişin yanı sıra eğlence, sosyal fonksiyonlarından yararlandığı geleneksel alışveriş mekanlarıdır.

Kentsel, sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmelere bağlı olarak gelişen süreçte, panayırların Türkiye genelinde azaldığı ve dağılış gösterdiği alanlarının küçük kentler ve taşra alanları ile sınırlı kaldığı görülmektedir (Çalışkan, 2008:217).Sanayi ve kentleşme süreçlerine bağlı olarak ulaşım alanında yaşanan gelişmeler; pazar çeşitlerinin çoğalması ve bunlara erişimin artması; perakendecilik ve pazarlama alanlarında gerçekleşen teknolojik ve finansal gelişmeler; eğlence kültürünün büyük ölçüde değişmesi vb. faktörlerin etkisiyle zamanla panayırlara olan ilgi de büyük ölçüde azalmıştır. Perakende ticaret ve eğlence sektöründeki hızlı gelişmelere ve değişimlere ayak uyduramayan bu köklü organizasyonlar son 30 yıl içinde birbiri ardına hızla ortadan kaybolmaya başlamıştır. Panayırlar için bir dönüşüm sürecine işaret eden bu gelişmeler neticesinde bazı panayırlar fuar ve festivallere dönüşürken, bazıları da ortadan kalkmış; az sayıda örnek ise fazla değişime uğramadan günümüze değin ulaşmıştır. Ekonomik ve toplumsal yaşamda süregelen gelişmelere karşın günümüzde Türkiye'de 21 ilde dağılış gösteren 63 yerleşmede bir yılda toplam 71 panayır organizasyonu bulunmaktadır.

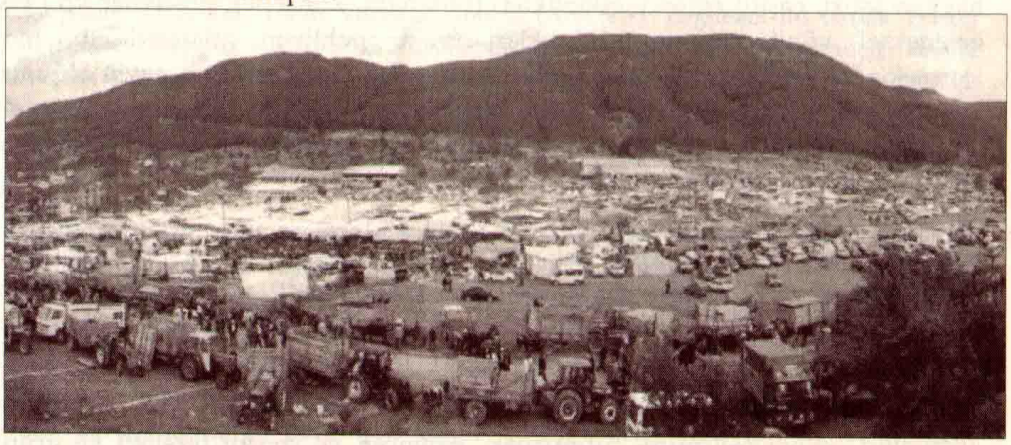
Geçmişin koşulları içinde panayır alışverişi, özellikle kırsal çevrelerin ücra alanlarında yaşayanlar için adeta bir zorunluluktu. Uzun ve zahmetli yolculuklarla ulaşılan panayırlarda mevsimlik ya da yıllık kapsamlı alışverişler gerçekleşirdi. Yapılan alışverişin yükü ile birlikte aynı yollar izlenerek geri dönülürdü. Kuşkusuz bu zorunlu ve zahmetli alışveriş modelinde eğlence ve sosyal fonksiyonlar sıkıntıların hafifletilmesine yardımcı oluyordu.

Gerçekten de geleneksel ilçe ve köy panayırları; ekonomik, sosyal ve eğlence fonksiyonlarının iç içe geçtiği organizasyonlardır. Sosyal ve dini fonksiyonları öne çıkan bazı örnekler dışında panayırların önde gelen fonksiyonu kuşkusuz ekonomiktir. Fakat panayırların iç içe geçen çeşitli fonksiyonları sosyo-kültürel bakımlardan da önemli işlevler üstlenmiştir. Bazı panayır organizasyonları hayvan satışı, çeşitli eğlence etkinlikleri (lunapark, konserler, gösteriler vb.) ve geleneksel yönü bulunan etkinlikleri (yağlı pehlivan güreşleri vb.) de içermektedir. Bu bakımdan panayırlar; basit gündelik yaşamın egemen olduğu kırsal çevrelerde, yıllık ve kapsamlı alışverişin yapıldığı, eğlence ve sosyal fonksiyonların ekonomik fonksiyonlara eşlik ettiği, geleneksel anlamı da bulunan alternatifsiz bir ritüel durumundadır.

Günümüz panayırlarında lunapark ve eğlence stantları, panayırlarda eğlence anlayışının temelini oluşturur. Öteden beri panayırların eğlence stantlarında ödüllü penaltı atışları, çarkıfelek, zar oyunları, atış poligonları, ödüllere halka atışları, piyango çekilişleri vb. etkinlikler bulunur ve büyük ilgi görürler. Panayırlarda organizasyonu sağlayan yerel yönetimler tarafından düzenlenen etkinlikler de bulunur. Folklor gösterileri, halk konserleri, mehter ya da bando gösterileri, geleneksel güreş turnuvaları, eğlenceli ve sportif bireysel ve grup yarışmaları bunlar arasında sayılabilir.

Panayırlar, düzenlendikleri çevrelerde sosyal ilişkilerin güçlenmesine, toplumsal kaynaşma ve kültürel bütünleşmenin sağlanmasına da aracılık etmektedir. Köylerde yaşayan ve çok zengin sosyal yaşamı olmayan nüfusun hem yöre insanı ile hem de başka çevrelerden gelen insanlarla tanışma ve kaynaşmaları panayırlar sayesinde mümkün olmaktadır. Panayırlar, bir yöredeki tüm köylerin adeta bir buluşma yeridir. Alışverişin bu hareketli ortamında sosyal etkileşim de oldukça canlıdır. Tanıdıklarla görüşme, yeni kişilerle tanışma, alışveriş sohbetleri, gençlerin flört olanakları, aile ya da arkadaşlarla panayırın sunduğu yeme-içme, eğlence vb hizmetlerden birlikte yararlanma olanağı, panayır düzenlenen çevrelerde panayırların kuşkusuz yıl boyunca heyecan ve merakla beklenmesi anlamına gelmektedir.

Panayırların sunduğu alışveriş, eğlence ve sosyal fonksiyonlar, bu organizasyonların kurulduğu çevrelerde yaşayan her yaştan insanın yararlanabileceği geniş bir içerik sunar. Fakat bu temel fonksiyonlardan yararlanma yaş gruplarına ve cinsiyet özelliğine göre farklılıklar da gösterir. En başta kadın ve erkeklerin fizyolojik özellikleri doğrultusunda farklı zevk ve tercihlerinin olduğu bilinen bir gerçektir. Buna ek olarak toplumsal yapı ve kültürün etkisiyle kadın ve erkeğe farklı roller yüklenmiştir. Erkek ve kadınların rolleri günümüzde değişmiş ve değişmeye devam etmekle birlikte tüketici olarak kadınlar ve erkekler farklı davranışlar sergilemektedir. Diğer yandan tüketici pazarları, yaş grupları açısından farklı bölümlere ayrılırlar. Çünkü belirli yaş gruplarında yer alan tüketiciler, kendi yaş grupları arasında benzer, diğer yaş gruplarına göre farklı davranışlar sergilemektedir. Yaş grupları açısından tüketiciler çocuklar, gençler ve yetişkinler, yaşlı gruplar olarak sınıflandırılmaktadır (Ünal, 2008: 85). Kuşkusuz panayırlar, geçmişte panayırların altın çağına tanıklık etmiş yaşlı nüfus ile alışverişin ve eğlence kültürünün yeni biçimleri ile tanışan genç nüfus bakımından farklı anlamlar taşımaktadır. Benzer olarak panayırlarda sunulan alışveriş olanakları da ihtiyaçlarla bağlantılı olarak nüfusun cinsiyet ve yaş gruplarına göre farklı derecelerde öneme sahiptir.



Fotoğraf 1. Gerede Panayırı'ndan Genel Bir Görünüm (2014).

2. Amaç ve Yöntem

Burada sunulan çalışmada panayır ziyaretçilerinin cinsiyet ve yaş grubu özellikleri ile panayırların temel hizmet fonksiyonlarına karşı tutumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca panayır ziyaretçilerinin panayır organizasyonundan memnuniyet durumlarının cinsiyet ve yaş grubu özelliklerine göre farklılaşma özelliklerinin değerlendirilmesi hedeflenmiştir.

Tablo 1. Anket uygulaması gerçekleştirilen örneklem panayırlar ve bu panayırlarda anket uygulanan ziyaretçi sayıları

Panayır adı/İl Adı	*Ziyaretçilere uygulanan anket sayısı*	*Panayır adı/İl Adı*	*Ziyaretçilere uygulanan anket sayısı*
Pehlivanköy/ Kırklareli	210	Zile/Tokat	210
Gerede/Bolu	209	Yenice/Çanakkale	212
Eğirdir/Isparta	210	Gönen/Balıkesir	209
İnhisar/Bilecik	155	Karadede/Bafra-Samsun	211
İznik/Bursa	208	Simav/Kütahya	210
Boyabat/Sinop	211	İspir/Erzurum	119
		Seferihisar/İzmir	208
Toplam	2582		

Araştırma kapsamında Türkiye'nin 4 ayrı coğrafi bölgesinde dağılış gösteren 13 geleneksel panayır örneklem alan olarak belirlenmiştir. Çalışmada sunulan veriler, 2013 ve 2014 yıllarında, 13 ayrı ildeki panayırlarda gerçekleştirilen anket ve mülakatlara dayanmaktadır (Tablo 1). Araştırma kapsamında hazırlanan anketler, örneklem alanlarda panayırların kurulu olduğu günlerde, yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Panayırlara karşı tutumların belirlendiği bu çalışmada, evrenin özelliklerinin temel belirleyicilerinden bir tanesi yaştır. Bu durumda araştırma evrenini oluşturan yaş gruplarının aynı oranda ana kütleye yansıtılması gereklidir (Altunışık vd., 2005).Bu nedenle ziyaretçilere uygulanan anketlerde erkek ve kadın örneklem grupların eşitliği gözetilmiştir. Bu farklılıkları ortaya koyabilmek için yaş ve cinsiyet kotalarına göre tabakalı örneklem seçimi yapılmıştır. Her bir örneklem alanda panayır ziyaretçilerine uygulanacak toplam 200 anketin yarısı kadınlara, diğer yarısı da erkeklere uygulanmış; cinsiyet grupları için de 5 ayrı yaş kotası belirlenmiştir (Tablo 2). Böylece araştırma kapsamında ziyaretçilere uygulanan toplam anket sayısı 2582 olmuştur.

Tablo 2. Anket uygulanan izleyicilerin yaş ve cinsiyet özelliklerine göre dağılımı

Değişken	*Kategoriler*	*Frekans*	*Yüzde (%)*	*Birikimli Yüzde(%)*
Cinsiyet	Erkek	1320	51,1	51,1
	Kadın	1262	48,9	100,0
	Toplam	2582	100,0	
Yaş	18-29	519	20,1	20,1
	30-39	505	19,6	39,6
	40-49	516	20,0	59,6
	50-59	518	20,1	79,7
	60+	524	20,3	100,0
	Toplam	2582	100,0	

Anketlerden elde edilen veriler, Ki-kare Bağımsızlık Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Bağımsız İki Örnek T-Testi (Independent Samples t-Test) SPSS 20 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bilindiği gibi Ki-Kare testi iki veya daha fazla kategoriye sahip, iki değişken arasında bağımsızlık olup olmadığının, diğer bir deyişle ilişki bulunup bulunmadığının incelenmesinde kullanılmaktadır (Tekin, 2007; Çilan, 2009; Gürsakal, 2013).

Sunulan bu çalışmada panayıra gelen izleyicilerin panayırdan memnuniyetleri ile 'cinsiyet' ve 'yaş' değişkenleri arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi de amaçlanmıştır. Bunun için anketlerden elde edilen verilere Bağımsız İki Örnek t-Testi (Independent Samples t Test) ve Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yöntemleri SPSS 20 paket programı kullanılarak uygulanmıştır. Bağımsız iki örnek t-testi (Independent Samples t-Test) ise iki örneklem grubu arasında ortalamalar açısından fark olup olmadığını araştırır. T testi, bir gruptaki ortalamanın diğer gruptaki ortalamadan önemli derecede farklı olup olmadığını belirler. Bu analiz için verinin en azından aralık seviyesinde ölçülmüş olması gerekmektedir. Burada karşılaştırılan iki grubun normal dağılım sergileyen iki farklı evrenden tesadüfi olarak seçilmiş olması ve gözlemlerin birbirinden bağımsız olması (bir gruba ait ölçümlerin diğer gruba ait ölçümleri etkilememiş olması varsayımı) gerekmektedir (Tekin, 2007; Çilan, 2009; Gürsakal, 2013).Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA),bir değişkenin ortalama çevresindeki değişkenliğin ölçüsü durumundaki varyansı, çeşitli kısımlara ayırma yöntemiyle bazı değişkenlerin başka bir değişken üzerindeki etkisini incelemeye yarayan parametrik bir analiz yöntemidir. Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılmaktadır(Tekin, 2007; Çilan, 2009; Gürsakal, 2013).

Bulgular

Anketi yanıtlayan izleyicilerin %51,1' erkek, %48, 9'u kadındır. Yaş grupları, belirlenen kotalara bağlı olarak 5 grupta dağılış gösterir. İzleyicilerin büyük bölümü panayır kurulan günlerde genel olarak yaşantısının olumlu etkilendiğini bildirmektedir (%83,3) (Tablo 2). Likert ölçeğine göre hazırlanan tutum ölçeğinde sunulan ifadeler için "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" yanıtları birlikte değerlendirildiğinde "yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir" yargısını onaylayanların oranı %89,5'tir (Tablo 3).

Panayırların eğlence fonksiyonunu değerlendirmeye yönelik sunulan "yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir" yargısını onaylayanların oranı da oldukça yüksektir (%81.3).

Tablo. 3. Anketlerde sunulan ve istatistiksel analiz uygulanan bazı soru ve yargı ifadelerine alınan yanıtların frekans dağılımları

Yargılar	*Yanıtlar*	*Frekans*	*Yüzde (%)*	*Birikimli Yüzde (%)*
Panayır kurulan günler genel olarak yaşantınızı nasıl etkiliyor?	Bir değişiklik olmuyor	307	11,9	11,9
	Olumlu etkiliyor	2152	83,3	95,2
	Olumsuz etkiliyor	123	4,8	100,0
	Toplam	2582	100,0	
Yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	Tamamen katılıyorum	1420	55,0	55,0
	Katılıyorum	892	34,5	89,5
	Fikrim yok	61	2,4	91,9
	Katılmıyorum	163	6,3	98,2
	Kesinlikle katılmıyorum	46	1,8	100,0
	Toplam	2582	100,0	
Yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	Tamamen katılıyorum	1372	53,1	53,1
	Katılıyorum	728	28,2	81,3
	Fikrim yok	94	3,6	85,0
	Katılmıyorum	244	9,5	94,4
	Kesinlikle katılmıyorum	144	5,6	100,0
	Toplam	2582	100,0	
Panayır köylerden gelen tanıdıkların ve akrabaların buluşma yeridir.	Tamamen katılıyorum	1632	63,2	63,2
	Katılıyorum	663	25,7	88,9
	Fikrim yok	94	3,6	92,5
	Katılmıyorum	147	5,7	98,2
	Kesinlikle katılmıyorum	46	1,8	100,0
	Toplam	2582	100,0	
Panayır yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağlamaktadır.	Tamamen katılıyorum	1629	63,1	63,1
	Katılıyorum	683	26,5	89,5
	Fikrim yok	97	3,8	93,3
	Katılmıyorum	138	5,3	98,6
	Kesinlikle katılmıyorum	35	1,4	100,0
	Toplam	2582	100,0	

Panayırların sosyal fonksiyonlarının taşıdığı önemi değerlendirmek için izleyicilere yöneltilen "Panayır, köylerden gelen tanıdıkların ve akrabaların buluşma yeridir" yargısını onaylayan izleyicilerin oranı araştırma sonuçlarımıza göre %88,9 gibi yüksek bir orana sahiptir. "Panayır yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağlamaktadır" ifadesini onaylayanların oranı da %89,5'tir. Genel olarak elde edilen bu sonuçlar geleneksel ilçe ve köy panayırlarına katılan izleyiciler için panayırların ekonomik, eğlence ve sosyal fonksiyonlarının halen büyük önem taşıdığına kanıt oluşturmaktadır (Tablo 3).

Panayır izleyicilerine uygulanan anketlerden elde edilen verilerin cinsiyet ve yaş grupları değişkenlerine göre istatistiksel olarak farklılık gösterip göstermediği de değerlendirilmiştir. Buna göre, panayır kurulan günlerde ziyaretçilerin günlük yaşantılarının iyi ya da kötü yönde etkilenmesi, cinsiyetler ile ilişkili bulunmuştur (p=0,000). Olumsuz yönde etkilendiğini düşünenlerin %74,8'ini erkek izleyiciler oluştururken, %25,2'sini kadınlar oluşturmaktadır. Panayırların özellikle alışveriş ve sosyal fonksiyonları aracılığıyla sunduğu olanakların kırsal çevrelerde kadınlar için taşıdığı önemin burada altını çizmek gerekir. İzleyiciler, yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolünün önemli olduğunu düşünmektedir. Bu düşünceye verilen yanıtlar cinsiyetlere göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p=0,175) (Tablo 4).

Tablo 4. İzleyici anketinde incelenen bazı soruların *Cinsiyet* değişkenine göre ilişkilerinin incelenmesi

Karşılaştırılan Değişkenler	*n*	*s.d.*	χ^2_{value}	p_{value}
Panayır kurulan günler genel olarak yaşantınızı nasıl etkiliyor?	2582	2	32,633	0,000*
Yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	2582	4	6,342	0,175
Yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	2582	4	52,751	0,000*
Panayır köylerden gelen tanıdıkların ve akrabaların buluşma yeridir.	2582	4	8,897	0,064
Panayır yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağlamaktadır.	2582	4	13,494	0,009*

(*)0,05 anlamlılık seviyesinde *Cinsiyet* değişkeni ile ilgili değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır.

İzleyicilerin yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolünün önemli olduğu düşüncesine verdikleri yanıtlar ile cinsiyetleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p=0,000). Bu düşünceye kesinlikle katılmadığını belirten izleyicilerin %75'ini erkekler, %25'ini ise kadınlar oluşturmaktadır. Fikri olmadığını belirten izleyicilerin %66'sı kadınlar, %34'ü ise erkeklerdir.

"Panayırın köylerden gelen tanıdık ve akrabaların buluşma yeri olduğu" yargısında izleyici yanıtlarının cinsiyete göre ilişkisinde istatistiksel olarak

anlamlılık belirlenmemiştir (p=0,064). Kadın ve erkek izleyiciler bu düşünceye olumlu yönde katılmaktadır. Panayırın yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağladığını düşünen izleyicilerin yanıtları ile cinsiyetleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,009) (Tablo 4). Bu düşünceye kesinlikle katılmayan erkeklerin oranı %65,7 iken, kadınların oranı ise %34,3 olarak belirlenmiştir.

Her şeyden önce kadınlar için panayırların farklı işlevleri olduğunun altını çizmek gerekir. Beslenme açısından bakıldığında kadınlar hala gıda alışverişinin ve ailenin günlük işlerinin büyük bölümünü yapan eşlerdir. Kadınlar hane halkının büyük çoğunluğunun gıda ve beslenmesinden birinci derecede sorumludur (Underhill,2012: 136-157). Panayır kurulan çevrelerde hane halkının gündelik ve yıllık gereksinimleri için alışverişler büyük ölçüde kadınlar tarafından panayırlardan sağlanmaktadır.

Diğer yandan, geleneksel ve muhafazakar toplumsal yapının hakim olduğu kırsal çevrelerde panayırlar kadınlar için özgür bir alışveriş ve sosyal ortam da sağlamaktadır. Bu özellikteki çevrelerde kadınların tüketimine özgü bazı ürünler (özellikle iç giyim), ilçe merkezine daha sık gidip-gelen baba ya da kocalardan talep edilemez. Bu tür ürünlerin temininde panayırlar kadınlar için hala alternatifizdir. Panayırda kadınlar yıl boyunca biriktirdikleri para ile yıl boyunca kapalı sosyal çevrelerinden çıkarak, kocalarının ya da babalarının nezaretinde olmadan kişisel ve özgür alışveriş yapmanın zevkini de tatmaktadır.

Tablo 5. İzleyici anketinde incelenen bazı soruların *Yaş* değişkenine göre ilişkilerinin incelenmesi

Karşılaştırılan Değişkenler	*n*	*s.d.*	χ^2_{value}	p_{value}
Panayır kurulan günler genel olarak yaşantınızı nasıl etkiliyor?	2582	8	10,026	0,263
Yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	2582	16	32,373	0,009*
Yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir.	2582	16	62,724	0,000*
Panayır köylerden gelen tanıdıkların ve akrabaların buluşma yeridir.	2582	16	60,614	0,000*
Panayır yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağlamaktadır.	2582	16	34,871	0,004*

(*)0,05 anlamlılık seviyesinde *Yaş* değişkeni ile ilgili değişken arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır.

Panayır kurulan günler buraya gelen izleyicilerin günlük yaşantılarını iyi ya da kötü yönde etkilemesi, yaşlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki göstermemektedir (*p=0,263*). Panayır kurulan günlerin tüm yaş kategorilerinin olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

Panayır izleyicilerinin yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolünün önemli olduğu düşüncesine verdikleri yanıtlar ile izleyicilerin

yaşları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p=0,009) (Tablo 5). Tüm yaş grupları bu düşünceye olumlu yönde yanıt vermiştir. Diğer taraftan kategorilerden biri olan 18-29 yaş grubunu ele aldığımızda izleyicilerin %58,1'i bu düşünceye tamamen katılırken yalnızca %1,7'si kesinlikle katılmadığını belirtmiştir.

Yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolünün önemli olduğu düşüncesi ile ilgili izleyicilerin yanıtları ile izleyicilerin yaşları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p=0,000). Tüm yaş gruplarının önemli bir çoğunluğu bu düşünceye olumlu şekilde katılmıştır. Kuşkusuz panayırların eğlence fonksiyonuna karşı ziyaretçi tutumlarının farklılaşmasının nedeni toplumsal, kültürel değerlerin yanı sıra panayırlarda sunulan eğlence tarzlarıyla ilişkilendirilmelidir. Panayırlarda lunaparklar, genellikle kız ya da erkek çocukların ve gençlerin bütünüyle ilgi gösterdiği yerler olurken; diğer eğlence standlarına genellikle genç ve orta yaşlı erkekler ilgi göstermektedir.

Panayırın "köylerden gelen tanıdık ve akrabaların buluşma yeri olduğu" düşüncesi ile ilgili izleyicilerin yanıtları ile yaşları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p=0,000). "Panayırın yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağladığı"nı düşünen izleyicilerin yanıtları ile yaş kategorileri arasındaki ilişki de istatistiksel olarak anlamlıdır (p=0,004) (Tablo 5). Tüm yaş grupları bu düşünceye olumlu yönde yanıt vermiştir. 50-59 yaş grubundaki izleyicilerin %64,9'u bu düşünceye tamamen katılırken, %4,8'i bu düşünceye katılmadığını ve %0,4'ü ise kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. Diğer yaş kategorilerinde de benzer oranlar söz konusudur.

Panayırların sosyal fonksiyonlarından yararlanma biçimleri cinsiyet ve yaş gruplarına göre farklılıklar taşır. Örneğin yaşlı ve orta yaşlı erkeklerin gün boyu sohbetle vakit geçirdiği seyyar panayır kahvehaneleri panayırların sosyalleşme istasyonları olarak görev yapar. Geleneksel ve muhafazakar kırsal yapının egemen olduğu kırsal çevrelerde yaşayan gençlerin birbiriyle tanışarak flört etmeleri için panayırlar dışında çok fazla alternatifleri yoktur. Nitekim saha çalışmaları sürecindeki görüşmelerde çok sayıda ziyaretçiden duyduğumuz ilginç ve ortak bir ifade olmuştur: "eşimle şu yıldaki panayırda tanışmıştık!"

Panayır ziyaretçilerinin organizasyon memnuniyetini ölçmek için "buradaki panayır organizasyonundan memnuniyetiniz için 1 ve 10 Arasında bir puan verecek olsanız kaç puan verirsiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soruda 1 puan "çok kötü" derecesini temsil ederken, 10 puan "mükemmel" değerlendirmesine karşılık gelmektedir. İzleyiciler arasında kadınların panayır için verdiği puanların ortalaması erkeklerden yüksektir ve cinsiyete göre bu puan farklılığı anlamlı bulunmuştur (Tablo 6).

Tablo 6. Tüm panayır verisi için izleyicilerin memnuniyet puanları ile cinsiyetleri arasındaki ilişki

Cinsiyet	*N*	*Min*	*Max*	*Ortalama*	*Standart Sapma*	*Genel Ortalama*	*t-Test pvalue*
Erkek	1320	1	10	6,65	2,38	7,10	0,000*
Kadın	1262	1	10	7,58	2,17		

(*) 0,05 anlamlılık seviyesinde izleyicilerin cinsiyetleri ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak ileri düzeyde anlamlıdır.

Diğer yandan izleyicilerin yaş gruplarına göre yapılan değerlendirmenin sonuçları ise memnuniyet puanları ile yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığını ortaya koymaktadır ($p>0,05$). Tüm panayırların veri seti ele alındığında, yaş gruplarına göre izleyicilerin memnuniyet puanı ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmektedir (Tablo 7).

Tablo 7. Tüm panayır verisi için izleyicilerin memnuniyet puanları ile yaşları arasındaki ilişki

Yaş Grupları	N	Min	Max	Ortalama	Standart Sapma	ANOVA *p-value*
18-29	519	1	10	6,96	2,138	0,077
30-39	505	1	10	7,09	2,255	
40-49	516	1	10	7,03	2,321	
50-59	518	1	10	7,09	2,410	
60+	524	1	10	7,35	2,503	
Toplam	2582			7,10	2,331	

Sonuç

Panayırlar esasen bir ticaret formu olarak Türkiye'de uzunca bir dönem sahip olduğu üstünlükler ile kırsal çevrelerin alternatifsiz bir alışveriş mekanı ve şekli oldu. Çünkü panayırların köklü geçmişi ve gelenekselle olan bağlantıları, görsel zenginliği, eğlenceli ortamı, ucuzluğu, alışveriş için yıl boyunca hazırlık yapan kalabalıkların varlığı, alışverişin bir alışkanlık olarak tekrarlanması vb faktörler panayırlara bu üstünlüğü sağlıyordu. Bu nedenle geçmişte alternatifi de olmayan bu panayırları, hizmet sunduğu çevrelerde kimse kaçırmak istemezdi. Günümüzde perakende ticari faaliyetler büyük gelişme göstermiş ve yaygınlaşmış olsa da, kırsal çevrelerin görece izole alanlarında varlığını sürdüren panayırlar, bu çevrede yaşayanlar için halen önemli bir çekicilik oluşturmaktadır.

Panayırların izleyiciler üzerindeki genel etkisini değerlendirmek üzere hazırlanan "Panayır kurulan günler genel olarak yaşantınızı nasıl etkiliyor?" sorusuna verilen yanıtlar, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklar içerirken, yaş grupları arasında önemli farklar bulunmadığını ortaya koymaktadır.

Panayırların fonksiyonlarına yönelik sorulara ve yargı ifadelerine izleyicilerden yüksek düzeyde olumlu yanıt alınmıştır. Panayırların ekonomik fonksiyonlarını değerlendirmek amacıyla izleyicilere yöneltilen "Yöre halkının alışveriş ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir" yargısını onaylayan ve onaylamayanlar arasında cinsiyet ve yaş gruplarına göre farklılaşma belirlenmiştir.

Panayırların eğlence fonksiyonunun izleyiciler bakımından önemini belirlemek için ankette "Yöre halkının eğlence ihtiyaçlarının karşılanmasında panayırın rolü önemlidir" ifadesi sunulmuştur. Bu yargıya katılan ve katılmayan örneklemler cinsiyet ve yaş grubu niteliklerine göre farklılıklar göstermektedir.

Panayırların sosyal fonksiyonlarını değerlendirmeye yönelik olarak izleyicilere iki yargı sunulmuştur. Bunlardan ilki "Panayır köylerden gelen tanıdıkların ve akrabaların buluşma yeridir" ifadesidir. Bu yargıyı onaylayan ve onaylamayanlar cinsiyet grubuna göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. İkinci olarak sunulan "Panayır yöre insanının tanışmasına ve kaynaşmasına ortam sağlamaktadır" yargısına verilen yanıtlara göre, örneklemlerin cinsiyet ve yaş grubu değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar belirlenmiştir.

İzleyicilerin panayırdan memnuniyet düzeyleri cinsiyete göre farklılaşma ortaya koyarken, yaş gruplarının değerlendirmeleri arasında farklılıklar düşüktür. Gençler daha düşük puanlar verirken, yaşlı nüfusu temsil eden grubun puan ortalaması en yüksektir. Türkiye'de panayırlarla insanların ilişkisini şu şekilde belirleyebiliriz: "yaşlı bir grup insan, geçmişte bulundukları kırsal çevrelerde kurulan panayırları büyük bir özlem ile hatırlar. Çeşitli yaş ve cinsiyet gruplarına mensup bir grup insan hala panayırları yakından izler. Bir grup insan da yılın belirli günlerinde tesadüf sonucu panayırlara tanıklık etmiştir. Özellikle kentlerde yaşayan gençlerin ise genellikle panayır hakkında hiçbir fikri yoktur". Durum böyle olsa da geleneksel panayırlar uzun yıllar Türkiye'de geniş bir alanda etkili olmayı başarabilmiş, çeşitli fonksiyonlarıyla toplumsal ve ekonomik yaşamın vazgeçilmez bir aracı olarak bir döneme damgasını vurmuştur.

Katkı Belirtme/Teşekkür

Bu çalışma SOBAG 113K239 nolu TUBİTAK Projesi kapsamında gerçekleştirilmiştir. TUBİTAK'a sağladığı proje desteği için teşekkür ederiz.

Kaynakça

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Çalışkan, V. (2008). Geleneksel Periyodik Ticaret Mekânları Olarak Panayırlar: Çanakkale Örneği. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), 217-245.

Çilan, Ç.A. (2009). Sosyal Bilimlerde Kategorik Verilerle İlişki Analizi. Ankara: Pegem Akademi.

Gürsakal, N. (2013). Çıkarımsal İstatistik. Bursa: Dora Yayıncılık.

Tekin, V.N. (2007). SPSS Uygulamalı Bilimsel Pazarlama Araştırmaları. Ankara: Seçkin Yayınları.

Underhill, P. (2012). Kadınlar Neden Satın Alır? İstanbul: Optimist Yayınları.

Ünal, S. (2008). İçgüdüsel Alışveriş. Ankara: Detay Yayıncılık.