

TURİZMDE ÇAĞDAŞ SANAT ETKİNLİKLERİ: ULUSLARARASI İSTANBUL BİENALİ ÖRNEĞİ*

Nazmi EROĞLU ¹, Gül ERBAY ASLITÜRK ²

ÖZ

Çağdaş bir sanat etkinliği olarak bilinen bienaller iki yılda bir organize edilmekte ve düzenlendiği kentlerden ismini almaktadır. İlk olarak İtalya'nın Venedik kentinde Venedik Bienali olarak düzenlenen bu etkinlikler bienal adını da ilk kez burada kullanmıştır. Bienaller dünyanın birçok kentine ulaşmış ve bu kentlerde sosyal ve kültürel katkılarının dışında ekonomik katkılarda sağlamıştır. Türkiye'de 1987 yılından itibaren düzenlenen Uluslararası İstanbul Bienali' de Türkiye'de sağladığı katkılar bakımından yeterince tanınmamakta ve yarattığı potansiyelin farkına varılmamaktadır. Özellikle Turizm alanında bienallerin sağladığı ve sağlayabileceği katkılara dikkat çekmek gerekmektedir. Çalışmada, bienaller çağdaş sanat etkinlikleri olarak, etkinlik turizmi içerisinde incelenmektedir. Bienaller, literatür çerçevesinde turizm ile ilişkilendirilmekte ve bienallerin etkinlik turizmi içerisindeki konumu belirtilmektedir. Türkiye'de Uluslararası İstanbul Bienali örneği ele alınırken, turizmde çağdaş sanat etkinlikleri üzerine bir değerlendirilmede bulunmaktadır. Çağdaş sanat etkinliklerinin turizmde yaratabileceği potansiyelin ve turizm bienal arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesi için bir takım öneriler ve örnekler getirilmeye çalışılmaktadır. Ayrıca uluslararası düzeydeki diğer bienaller hakkında bilgi verilmektedir. Çalışmadaki temel amaç Türkiye'deki çağdaş sanat etkinliklerinin en güçlü örneklerinden birisi olan Uluslararası İstanbul Bienali'nin turizm açısından destinasyona sağladığı ve sağlayabileceği katkılara, etkinlik turizmi kapsamında dikkat çekmek ve Türkiye'de etkinlik turizminin önemi vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Sanat Etkinlikleri, Etkinlik Turizmi, Bienal, Uluslararası İstanbul Bienali.

¹Profesyonel Turist Rehberi, Aydın Turist Rehberleri Odası, nazmi_eroglu(at)hotmail.com

²Yrd. Doç. Dr. Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, gerbay(at)adu.edu.tr

CONTEMPORARY ART EVENTS IN TOURISM: THE CASE OF INTERNATIONAL ISTANBUL BIENNALE

ABSTRACT

Known as a contemporary art event of the biennial is organized every two years and mostly take the name from host city. The name of biennial used firstly in Venice an many cities of the world and has provided economic contributions except of the social and cultural contributions for the city. International İstanbul Biennial that organized since 1987 in Turkey is not known and realized enough in terms of contribution and potential in Turkey. Especially paying attention to provided and providing contribution of biennials are necessary in tourism field. In the research biennials were examined on the field of event tourism as contemporary art events. Also in this research tourism were associated and classified with biennials in the framework of literature. Making assessment about contemporary art events in tourism is made with example of International İstanbul Biennials in Turkey. Some examples and suggestions were tried to give for understanding potential of contemporary art events in tourism and relationship between biennials and tourism. In addition, information is given about biennials that are at international level. The main purpose of the research is that paying attention to benefits which is provided and possible from International İstanbul Biennial and emphasized to importance of event tourism in Turkey.

Key Words: Contemporary Art Events, Event Tourism, Biennial, International İstanbul Biennial.

Eroğlu, Nazmi. & Erbay Aslıtürk, Gül, “Turizmde Çağdaş Sanat Etkinlikleri: Uluslararası İstanbul Bienali Örneği”. *ulakbilge* 5. 9 (2017): 131-152.

Eroğlu, N. ve Erbay Aslıtürk, G. (2017). Turizmde Çağdaş Sanat Etkinlikleri: Uluslararası İstanbul Bienali Örneği. *ulakbilge*, 5 (9), s.131-152.

Giriş

Bienal, sözlük anlamı olarak iki yılda bir yapılan etkinlik anlamına gelmektedir (Oxford Dictionaries, 2016). Çağdaş sanat alanında bienal kelimesi dünyada ilk kez Venedik Bienali’nde kullanılmıştır. Daha sonra düzenlenen bienallerin genelinde etkinliğin düzenlendiği kent ile birlikte anılan bienal kelimesi bugün dünyanın birçok noktasına yayılmıştır. Ayrıca bienal etkinliklerinin karakteristik özelliklerini taşıyan fakat bienal etkinliklerinden farklı olarak iki yılda bir düzenlenmeyen etkinliklerde nadirde olsa mevcuttur. Bu etkinlikler içerisinde en ünlüsü, “100 Günlük Müze” anlamını taşıyan Documenta’dır (Documenta, 2016).

Dünyada birçok kentte düzenlenen bienaller amaçlarına göre farklılıklar gösterirken, özgünlüklerini değişim, farklılık ve kültürel iletişim gibi anahtar kelimeler ile ifade etmektedir (Bienal Foundation, 2016). Ayrıca bienaller uzun soluklu organizasyonlar oldukları için bir takım yönetsel süreçler içerirler. Bu süreç içerisinde sıkça kullanılan kelimelerin başında “küratör” gelmektedir. Küratör, bir müze, sanat galerisi ya da benzeri bir kuruluştaki yönetici olarak tanımlanır (Colins Dictionaries, 2013). Küratör kısaca bu süreci yöneten kişi olarak da tanımlanabilir. Bienal etkinliklerinin düzenlenme süresince sıkça duyulan bir diğer kavramda küratörlerin belirlenen temayı kamuoyuna duyurmak için hazırladıkları kavramsal çerçeve metinleridir. Kavramsal çerçeve metinlerin düzenlenecek olan bienale ilişkin konuları, kavramları ve betimlemeleri içerir ve bu metne göre bienaller şekillendirilir. Bienaller dünyaya yayılmış ve bugün dünya çapında bilinen çağdaş sanat sergileridir. Böylesine büyük ve kapsamlı sergiler içerisinde bulundurduğu karmaşık organizasyon yapısı ile birlikte artık turizm ile birlikte de anılabilmektedirler. Yardımcı (2005: 13), bienal ve festivallerin büyük birer turistik ürün haline geldiğini söylemektedir. Türkiye’de çağdaş sanatın turizm ile ilk ciddi ilişkisi olarak gösterilebilecek örnek, Vasıf Kortun ve Charles Esche ortaklığındaki dokuzuncu İstanbul Bienali’nde benimsenen yaklaşımdır. Dokuzuncu Uluslararası İstanbul Bienali’nde “şehrin kimliğine festivali işlemek” düşüncesi ile daha geniş kitlelere ulaşmak için turistik turlar düzenlenmesi fikri ortaya çıkmıştır (Morgan, 2011:30). Morgan’a göre (2011: 30) serginin şehre katılması hususunda düzenlenen bu turların amacına da ulaştığı sergilerin tıklım tıklım dolu oluşuyla kanıtlanır niteliktedir.

Dünyanın birçok ülkesinde etkinlikler genellikle turizm temelli planlar içerisinde bulundurulmamaktadır. Bunun en önemli nedeni belki de etkinliklerin sadece ekonomik katkıları gibi dar bir çerçeve içerisinde incelenmesidir (Getz, 1989:23). Hâlbuki son 20 yıllık süreçte yerel etkinlikler birer turizm çekim faktörü olarak kabul edilmekte ve sosyal etkinlikler ise günden güne turizm sektörü içerisine girmektedir (Getz ve Frisby, 1990). Turizm pazarlaması konusunda uzmanlaşan

kişilerse özel etkinliklerin turizmin geliştirilmesi ve pazarlanmasında önemli bir parçası olduğunu söylemekte ve etkinlikleri bir turizm çekimi olarak kabul etmektedir (Çelik & Çetinkaya, 2013: 3). Ekşioğlu & Ece (2012: 11) 2011 yılında Uluslararası İstanbul Bienali'nin Türkiye ekonomisinde 70 milyon Türk liralık ekonomik etki yarattığını söylemektedir.

Etkinlikler bir şehri ürün olarak satın alabilmeyi turist çekerek sunmaktadır (Liu & Chen, 2007:255). Bir kenti ziyaret eden turistler hem destinasyon hakkında bilgiyi hem de planlı etkinlikleri aynı anda öğrenmek isteyebilirler. Bu durumda etkinlik turizmi destinasyon tanıtmaya ve tutundurmaya destinasyon pazarlamacıları için bir yardımcı olabilmektedir (Getz, 2008: 405). Uluslararası İstanbul Bienali yapı itibarı ile bu tarzda uygulamalara oldukça uygundur. Ayrıca etkinlik turizmi, destinasyonda çekimin artmasını sağlayan bir rol oynar fakat sadece çekimin artmasını sağlamaz aynı zamanda sosyal kimliği koruyan ve geliştirmeye yardım eden bir etkiye sahiptir (Derrett, 2004:39). Uluslararası İstanbul Bienallerinin tümünde toplumsal bir takım sorunlar sergilenen sanat eserleri aracılığıyla ziyaretçilere iletilmektedir (Eroglu, 2015: 49). Bu yönüyle bakıldığında bienal etkinliklerinin sanatsal faaliyetler aracılığıyla toplumsal iyileştirici etkileri olabileceği söylenebilir.

Etkinlik turizmi destinasyon ve topluluklar adına çeşitli sosyal, çevresel ve ekonomik faydalar sağlayan bir araç olabilirken; turizm, seyahat ve konaklama sektörü için iyi bir turizm talebi oluşturabilir (Arcodia & Robb, 2000: 43). Bu nedenden olsa gerek etkinlikler destinasyon pazarlamada ayrı birer teşvik aracı gibi görülür (Ritchie, 1997: 48). Etkinlik turizminin hava koşulları gibi durumlara bağlı olmayan sezonu uzatmaya yönelik etkileri olabilir ve turizmde sezonluk etkilerin önüne geçebilecek önemli bir adım olarak değerlendirilebilir (Çelik ve Çetinkaya, 2013: 8).

1.Etkinlik Turizmi Kapsamında Çağdaş Sanat Etkinlikleri ve Bienaller

Mevcut literatürde turistik çekim kaynakları fiziksel(mimari, park, anıt ve ulaşım), coğrafik (lokasyon, morfoloji), kültürel (etkinlikler, festivaller, sergiler, tiyatro, dans ve konserler) ve kültür varlıkları (kaleler, kilise, cami ve tarihsel yapılar) gibi 4 ana kaynağa dayandırılmaktadır (Hernandez & Mogollon vd. ,2014:7). Tüm bu elementlerin kombinasyonu turist deneyimi ve destinasyon stratejisini yapılandırmaktadır (Kolb, 2006: 42).

Etkinlik turizmi, turizm endüstrisinin büyüyen en önemli kolu ve çeşidi olarak ortaya çıkar (Peter & Pikkemaat, 2005:150). Genellikle ayrı bir profesyonel alan olarak tanımlanmakla birlikte ulusal turizm ofisleri ile destinasyon pazarlama ve yönetim ofislerinde ayrı birer uygulama alanı olarak görülebilir (Getz, 2008: 408).

Etkinlik turizmi destinasyon imajı yaratan turistik aktivitelerin planlanıp geliştirilerek pazarlanması olarak tanımlanabilir (Getz & Wicks, 1993: 2).

Bir etkinliğe ev sahipliği yapmak turizm sektöründe büyük ölçüde ziyaretçi çekimini ve yatırımları artırır, böylelikle destinasyon rekabetinde önemli katkılar sağlar (Getz,2008: 3). Dolayısıyla çağdaş sanat etkinlikleri içerisinde bienallerin bugün dünyada sürekliliği devam eden ve uluslararası düzeyde organize edilen etkinlikler olarak turizm açısından düzenlendiği kente büyük katkılar sağlayabileceği öngörülebilir. Getz (1997: 7)'e göre bu tarz etkinliklerin sağlayabileceği katkılar şu şekilde sıralanabilir:

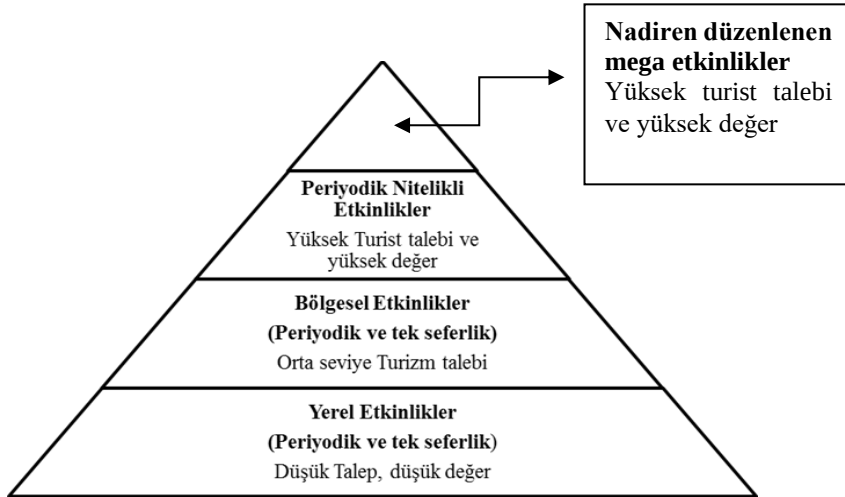
- Düşük sezonda turist çekimini kolaylaştırır.
- Turizm endüstrisinde çeşitlilik yaratır.
- Ülke içerisinde farklı turist destinasyonlarına talepler oluşturur.
- Bölge tanıtımı için yeni kaynaklar oluşturur.
- Destinasyon tanınırlığını ve çekimini artırır.
- Yeni altyapı ve servislerin geliştirilip oluşturulmasını sağlar.
- Basın ve yayın kuruluşlarının destinasyona ilgisini çeker.
- Güçlü bir marka ve İmaj yaratmada destinasyona yardım edebilir.
- Destinasyonun tekrar ziyaret edilme isteğini teşvik eder.

Etkinliğin karakteri ve etkinliğin turist için sağladığı fırsat ve deneyimlere bağlı olarak etkinlik turizmi iki farklı açıdan da tanımlanabilir (Getz, 1991: 14). Bu durumda etkinlik turizmi bir ev sahibi destinasyon için birde, etkinliği deneyimleyen kültürel etkinlik turisti açısından incelenebilir. Kültürel etkinlik turisti kültürel etkinlik arayan ve kültürel anlamda deneyimlere sahip olmak isteyen turistler olarak adlandırılır (Getz, 2007: 406). Verilere göre sayıları hızla artan kültürel etkinlik turistlerine yönelik çarpıcı bir rapor Amerika Seyahat Enstitüsü topluluğu tarafından yayınlanmıştır. Rapora göre Amerika'da seyahat eden turistlerin %81'i kültürel ilgi ve aktivitelere katılmıştır. Bu oran içerisindeki turistlerin %30'u kültürel etkinliklere katılmıştır (Getz, 2007: 406).

Kültürel turizmi anlamak için birçok tanımlı incelemek gerekir. Çünkü kültürel etkinlik turisti de yapılan tanımlara göre özellikler gösterecektir. Bu nedenle Cross (2002, aktaran; Getz, 2007: 138), kültürel etkinlik turistini tanımlamada dört farklı açıdan bahseder:

- “Türetilmiş turizm”, özel ilgiler çerçevesinde şekillenen turizmde denilebilir.
- “Motivasyonel turizm”, sanatsal etkinlikleri ve festivalleri tercih edenlerin takip ettiği turizm tipi de denilebilir.
- “Deneyimsel turizm”, genellikle kendini geliştirme, öğrenmeye dayalı seyahat etme olarak tanımlanabilir.
- “Operasyonel turizm”, genellikle kültürel turizmin bir formu olarak festivalleri inceleyen turizm olarak tanımlanabilir.

Tam olarak da “kültürel etkinlik turisti” denildiğinde anlatılmak istenen, yüksek motivasyona sahip kültürel deneyimlere açık, öğrenmeye istekli bireylerin ve etkinlik turizmine katıldıklarında sahip oldukları özellikler ile açıklanır. Bu tür turistler “amaçlı kültür turisti” olarak tanımlanır (Getz, 2007:406). Bireylerin katıldığı etkinlikler onların sahip oldukları özelliklerden kaynaklanır. Ayrıca etkinliği düzenleyen ev sahibi destinasyonun diğer sosyal ve tarihsel aktivitelerle ziyaretçi deneyimlerini arttırmak için çalışmalar yapması gerekir (Getz,2007:6). Böylelikle derinlemesine yaşanılmış bir kültür deneyimi ve zengin içeriğe sahip olarak çekim gücü artırılabilir. Örneğin Uluslararası İstanbul Bienali için sergi mekânları seçiminde kullanılan tarihsel mekânları, kent içerisinde tarihsel doku üzerine inşa edilmiş olmaları güzel bir örnek olarak gösterilebilir.



Şekil. 1. Etkinlik turizmi strateji geliştirme ve evrim sürecine yönelik portföy yaklaşımı (Kaynak: Getz, 2005).

Şekil 1’de görüldüğü gibi etkinliklerin piramit üzerinde nitelik ve büyüklüğüne göre yapılmış bir sınıflandırması vardır. Expo Milano 2015, Olimpiyat oyunları, dünya futbol şampiyonaları gibi etkinliklerin en büyüğü hatta devasa etkinlikler olarak adlandırılan nadir sürelerle düzenlenen etkinlikler piramidin en üstündedir. Bienaller büyüklüğüne göre periyodik nitelikli etkinlikler içerisinde konumlandırılır.

Etkinlik turizmi türlerine göre kongre, iş etkinlikleri, spor etkinlikleri ve turizm, festivaller, kültürel etkinlikler olmak üzere üç gruba ayrılır (Getz, 2008: 411-413). Bienaller etkinlik turizmi içerisinde türüne göre festival ve kültürel etkinlikler olarak ayrılan gruba girer. Grubun içerisinde sanatsal etkinlik turizmi olarak adlandırılan bölüm içerisinde ele alınır.

1.1.Dünyada Çağdaş Sanat Etkinlikleri

Dünyada bilinen ilk Bienal 1895 yılında gerçekleşen Venedik Bienali’dir. 19 Nisan 1893 tarihli “ulusal bir sanat galerisi açma” kararıyla Venedik belediye meclisi, Venedik Ulusal Sanat Galerisi’ni 22 Nisan 1893 yılında açmıştır. Ulusal sanat galerisinin açılışıyla birlikte 30 Mart 1894 yılında bu galeriyi açan konsül tekrar bir araya gelmiştir. Bu konseyin aldığı ilk karar, gelecek yıl uluslararası bir sergi açılacağı yönünde olmuştur. Alınan karar 6 Nisan 1894 yılında Mayor Selvatico tarafından kamuoyuna duyurulmuştur. 1894-1895 yıllarının kış ayları süresince sergi alanı için çalışmalar sürmüştür. Çalışmalar sürerken bienalin düzenleneceği sergi alanı olan, Palazzo dell' Esposizione yapım çalışmaları Mimar Enrico Trivisanato ve sanatçı Marius De Maria tarafından devam ettirilmiştir. Tüm bu süreçlerin sonunda 1895 yılında 1.Venedik Şehri Sanat Sergisi Kral I. Umberto ve Kraliçe Margherita di Savoia’nın katılımı ile açılmıştır (La Biennale di Venezia, 2016). Toplamda 224.000 kişi sergiyi ziyaret etmiştir. Venedik bienali ulusal temsil modelini benimsemektedir. Ulusal temsil modelinde sergi için her ülkeye ayrı bir alan tahsis edilir ve ülkeler eserlerini bu alanda sergiler (La Biennale di Venezia, 2016). Her ülkeye ait olan 30 adet sabit pavyonun bulunduğu Venedik bienalinde pavyonların oluşturulmasında 1930’lu yılların uluslararası politikası ve soğuk savaş döneminin etkileri vardır ve pavyonların sergileme konusunda sahip olduğu herhangi bir format ya da kural bulunmamaktadır (La Biennale di Venezia, 2016).

Venedik Bienali sonrası Avrupa dışında var olan ve en çok bilinen bienallerden birisi San Paulo Bienali’dir (Yardımcı, 2005, s:24). 1950’li yıllara denk gelen süreçte kurulan San Pao Bienali Brezilya toplumu için bir modernleşme çabası olarak görülür. Bienal ile birlikte batı ile paralellik gösteren bir sanat çizgisiyle hareket eden Brezilyalıların batı ölçütleriyle “modernize” olmak ve kente bu imajı

sağlamak istedikleri görülür (Stallabrass, 2013). San Paulo Bienali ilk olarak 20 Ekim ve 23 Aralık 1951 tarihleri arasında düzenlenmiştir (Bienal de San Paulo, 2016). 25 ülkeden 729 sanatçının katılımıyla gerçekleştirilen bienalde toplamda 1854 eser sergilenmiştir. Bienalin sanat yönetmeni Lourival Gomes Machado' dur (Bienal De San Paulo, 2016). Francisco Matarazzo Sobrinho tarafından 1962 yılında kurulan San Paulo Bienali Vakfı, bienal ile ilgili tüm organizasyonları üstlenen kurumdur. San Paulo Bienali devletin dolaylı olarak desteklediği bir etkinliktir. San Paulo bienali düzenlendiği ilk günden itibaren yaklaşık 7 milyonun üstünde ziyaretçiye kapılarını açmıştır. Ayrıca 159 farklı ülke ve 13 bin sanatçının katılımı sağlanmış, 60 bine yakın eser sergilenmiştir (Bienal de San Paulo, 2016). İkinci ve üçüncü San Paulo Bienali sonrası, Latin Amerika'nın en önemli çağdaş sanat arşivlerinden "Wanda Svevo Historical Archieves" 1963 yılında oluşturulmuştur. Arşivin amacı düzenlendiği ilk günden itibaren San Paulo Bienali aracılığıyla Brezilya modern sanatının nasıl bir yol izlediği ve gerçekleşen değişimi saptayarak geçmiş ve gelecek arasında bir iletişim kurulmasını sağlamaktır (Bienal de San Paulo, 2014).

1955 yılında ilki düzenlenen Documenta iki yılda bir düzenlenmeyen ve kelime anlamı olarak bienal tanımı ile örtüşmeyen bir sergidir fakat Avrupa'nın en prestijli ve önemli bienalleri ile birlikte değerlendirilir (Kendzulak, 2013). Nazi diktatörlüğü sonrası modern dünyadan uzak kalan Almanya'nın modernleşme çabaları içerisinde olumsuz izleri silmeye yardımcı olma ve Alman kamu yaşamı ile uluslararası modernleşmenin bağdaştırılması amacıyla düzenlenmiştir (Documenta 12, 2007). "100 günlük müze" anlamına gelen Documenta Venedik Bienali ile birlikte çağdaş sanat için dünyanın en önemli sergisi olarak gösterilir (Documenta III, 1964). 100 günlük müze" tanımlaması ilk kez Arnold Bode tarafından "Documenta 3" kataloğunun önsözünde kullanılmıştır (Bienal Foundaiton, 2016). 1972 yılına kadar tüm Documenta'lar dört yılda bir düzenlenmiştir fakat bu tarihten sonra Documenta beş yılda bir düzenlenmeye başlamıştır. Documenta'da sergilenen eserler satılmamakla birlikte Documenta bütçesini katılımcılardan aldığı bilet ve sponsorluklarla sağlamaktadır (Documenta Archive, 2013).

Bienaller Avrupa kıtasında doğmuş olmasına rağmen dünyaya yayılmaya devam etmiştir. Özellikle Asya-Pasifik bölgesinde kurulan ilk bienal olan Sydney Bienali, 1973 yılının Kasım ve Aralık aylarında tıpkı Documenta, San Paulo ve Venedik Bienalleri gibi uzun soluklu olarak düzenlenmiştir (Sydney Bienal, 2016). Üç ay boyunca devam eden sergiler genellikle yaz başında başlamaktadır ve yaz sonuna kadar ziyaretçilere kapılarını açmaktadır. Sydney Bienali 2008 yılında internet üzerinde online sergi mekânı sunan ilk bienaldir böylelikle hem bulunduğu kıtada hem de dünya da farklı bir konum edinebilmiştir. Ayrıca Avusturalya Kıtasının yerlilerinin sanatsal yapıtları dünyada ilk kez 1979 yılında sanat konseptine dâhil edilerek

sergilenmiştir. (Sydney Bienal, 2016). İlkler konusunda göze çarpan, Sydney Bienali bugün yüz ülkeden, bin altı yüz sanatçının katılımıyla dünyanın en önemli bienalleri arasındadır.

Lyon Çağdaş Sanat Müzesi'nin bir projesi olarak Thierry Raspail'ın yönetiminde 1984 yılında ilki düzenlenen Lyon Bienali, Fransa'da sanatın Paris kentinin dışında diğer kentlerde yaygınlaşması misyonunu üstlenir (Biennale de Lyon, 2016). 1991 yılından itibaren Fransız Kültür Bakanlığı tarafından Lyon Bienali için ayrılan bütçenin Paris için ayrılan bütçe ile aynı olması, üstlendiği misyonun bir sonucudur (Biennial Foundaiton, 2016). Kamusal destek anlamında Paris kentinin sanat etkinlikleri için ayrılan bütçe ile Lyon kenti sanat etkinlikleri için ayrılan bütçenin aynı olması devletin sanat ve kültür politikalarına verdiği destek ve önemi vurgulamaktadır. Lyon Bienali'nde Harald Szeemann, Guy Darnet, Jean-Hubert Martin, Le Consortium (Robert Nickasand Anne Pontégne), Nicholas Bourriaudand Jérôme Sans, Stéphanie Moisdonand Hans Ulrich Obrist, Hou Hanru gibi küratörler görev almaktadır ve başlıca temaları tarih, küresellik ve değişim konularından seçilmektedir (Biennial Foundaiton, 2016).

1.2.Rakamlarla Dünyada Başlıca Bienaller

1895 yılı sonrasında dünyanın dört bir yanına yayılan bienallerin 121 yıllık tarihi boyunca gelişerek bugün ulaştığı boyutlar, artık çağdaş sanat etkinliklerinin önemini kavramada önemli bir gösterge olmuştur. Dünya üzerine yayılan yüzü aşkın bienalin tamamına ait verileri sunmak araştırmanın kısıtlılıkları arasında yer alır. Bu nedenle sanat otoritelerinin değerlendirmelerine göre dünyanın en prestijli ve en büyük çaplı ilk 10 bienali tablodaki şekliyle sıralanmıştır.

Tablo 1: Dünyanın en iyi ilk 10 bienali, (Kaynak: Kendzulak, 2015).

Bienal Adı	Kuruluş Yılı	Düzenlendiği Ülke, Kent	Son Etkinliğe Katılan Ziyaretçi sayıları
1.Venedik Bienali	1895	İtalya, Venedik	500.000 (2015)
2.San Paulo Bienali	1955	Brezilya,	917.000 (2015)
3.Documenta	1955	Almanya, Kassel	905.000 (2012)
4.Sydney Bienali	1973	Avusturalya, Sydney	640.000 (2014)

5.Havana Bienali	1984	Küba, Havana	100.000 (2015)
6. İstanbul Bienali	1987	Türkiye, İstanbul	545.000 (2015)
7.Lyon Bienali	1984	Fransa, Lyon	204,669 (2014)
8.Dak'Art Bienali	1992	Senegal, Dakar	30.000 (2009)
9.Sharjah Bienali	1993	Birleşik Arap Emirlikleri, Sharjah	90.000 (2013)
10. Berlin Bienali	1998	Almanya, Berlin	120.000 (2012)

Bienallerin turizmde destinasyon tanınırlığını ve çekimini arttıran bir etkisi vardır (Getz,1997: 7). Tablo incelendiğinde neredeyse 1 milyon ziyaretçi çeken San Paulo ve Documenta etkinlikleri alanında liderken Venedik ve İstanbul bienallerinin yarım milyon ziyaretçi çektikleri görülmektedir. Ayrıca bienallere katılan sanatçılar ve bienallerde sergilenen eserler ayrı bir çekim yaratır. Bienaller ülke içerisinde farklı turist destinasyonlarına talepler oluşturan etkisiyle birlikte turizmin çeşitlenmesine yardım etmiştir (Getz, 1997: 7). Örneğin bu etkiyi daha somut bir ifadeye dökmek gerekirse, Documenta Almanya'nın Kassel kasabasında düzenlenen bir etkinlik olarak bu küçük kasabanın tanıtımına büyük katkılar sağlamıştır. Kassel bugün sanat odaklarının bildiği prestiji yüksek bir yer konumundadır. Ayrıca etkinlik kadar etkinliğe katılan sanatçıların, sergilenen eserlerin, etkinliğin niteliğine sağladığı katkılar dolaylı olarak destinasyon üzerinde katkılar sağlamaktadır. Rakamlara dökülen katılımcı sanatçı ve eser sayıları etkinliklerin destinasyona katkılarını açıklamada bir yardımcı durumundadır. Sayısal anlamda en yüksek rakamlara sahip ve imajı en yüksek örnek olan Documenta etkinliğinin verileri tabloda özellikle seçilmiştir. Çünkü Documenta dünyanın en önemli sanatçılarından Picasso ve Kandinsky sanatçıların katıldığı bir etkinliktir. Almanya'nın Kassel bölgesine yönelik büyük bir çekim yaratan Documenta dünya çapında sanatçıların katılımı ve uluslararası bir sanat sergisinin varlığıyla birlikte turizm açısından bir destinasyon olarak tanınırlığını arttırmıştır. Ayrıca bir çağdaş sanat etkinliği olarak Documenta Almanya'nın Kassel şehrine, Horst H. Baumann'nın Laserscape Kassel'ini (1977); Anatol Herzfeld'in Traumschiff Tante Olga'sını (1977); Walter De Maria'nın Vertikaler Erdkilometer; Claes Oldenburg'un Spitzhacke (1982); Jonathan Borofsky'nin Man walking to the sky (1992) ve Thomas Schütte'nin Fremde (1992) gibi kalıcı eserler bırakmıştır. Bu eserler farklı documentalarda sergilenen eserlerdir ve Almanya'nın Kassel müzelerince satın alınmıştır (Documenta Archive, 2013). Kalıcı eserler bırakan bir etkinlik olma özelliğinin sadece çağdaş sanat etkinliklerine özgü olmadığı bilinmektedir. Dünyada Mega etkinlikler olarak bilinen EXPO'lar

kalıcı eserler konusunda en bilenen etkinliklerdir. Paris kentinin Eyfel Kulesi bu anlamda bilinen en ünlü örnektir. Turistik anlamda sağladığı katkılar ise inanılmaz ölçüdedir. Tıpkı Eyfel Kulesi gibi Documenta eserlerinin de turistik katkıları bulunmaktadır.



Resim 1: Horst H. Baumann'ın Laserscape Kassel eseri (1977), Kassel, Almanya

Resim 2: Jonathan Borofsky, Man Walking to The Sky eseri (1992), Kassel Almanya

Erişim tarihi: 12.06.2016, <http://kassel.de/kultur/documenta/kunstwerke/objekte/08263/index.html>, [https://www.borofsky.com/pastwork/public/manwalkingtothesky\[germany\]/index.html](https://www.borofsky.com/pastwork/public/manwalkingtothesky[germany]/index.html)

Tablo 2: Documenta Etkinlikleri katılımcı sanatçı ve sergilenen eser sayıları (Kaynak: Documenta Archive, 2016).

Etkinlik Adı	Etkinlik Tarihleri	Sergilenen Eser	Küratör	Katılan Sanatçı
Documenta I	16 Temmuz - 18 Eylül 1955	670	Arnold Bode	148
Documenta II	11 Temmuz - 11 Ekim 1959	1770	Arnold Bode, Werner Haftmann	338
Documenta III	27 Haziran - 5 Ekim 1964	1450	Arnold Bode, Werner Haftmann	361

Documenta IV	27 Haziran - 6 Ekim 1968	1000	24-Strong Documenta Konseyi	151
Documenta V	30 Haziran - Ekim 1972	820	Harald Szeemann	218
Documenta VI	24 Haziran - 2 Ekim 1977	2700	Manfred Schneckenburger	622
Documenta VII	19 Haziran - 28 Eylül 1982	1000	Rudi Fuchs	182
Documenta VIII	12 Haziran - 20 Eylül 1987	600	Manfred Schneckenburger	150
Documenta IX	12 Haziran - 20 Eylül 1992	1000	Jan Hoet	189
Documenta X	21 Haziran - 28 Eylül 1997	700	Catherine David	120
Documenta XI	8 Haziran - 15 Eylül 2002	450	Okwui Enwezor	118
Documenta XII	16 Haziran - 23 Eylül 2007	500	Roger M. Buergel	114
Documenta XIII	9 Haziran - 16 Eylül 2012	180	Carolyn Christov Bakargiev	

Bugün dünyadaki birçok kentin, sanat ile birlikte anılmak istediği bir dünyada, Documenta Kassel kentinde, sanat ve estetik alanında olumlu bir imaj yaratmıştır. İmaj ve tanıtım dışında, Documenta dünyanın en büyük bütçesiyle oluşturulan çağdaş sanat etkinliklerindendir. Tablo 3'te Documenta ve diğer bienallere ait bütçeler en güncel haliyle verilmektedir.

Tablo 3: Dünyanın ilk 10 bienali ve güncel bütçeleri (Kaynak: Biennial Foundation, 2016)

Bienal Adı	Etkinlik yılı	Bütçe (Euro)
56. Venedik Bienali	2015	18.000.000 €
31. San Paulo Bienali	2014	9.781.200 €
Documenta XIII	2012	34.089.063 €
20. Sydney Bienali	2016	8.892.000 €
12. Havana Bienali	2015	138.746 €
14. İstanbul Bienali	2015	3.032.000 €
16. Lyon Bienali	2014	9.000.000 €

12. Dak'Art Bienali	2016	535.000 €
12. Sharjah Bienali	2015	8.889.000 €
9. Berlin Bienali	2016	2.500.000 €

Bienallerin bütçelerine bakıldığında en düşük bütçeyi alan bienal Havana Bienalidir. Tabloya göre en yüksek bütçe ise Documenta etkinliğine aittir. Documenta'nın sponsor desteğinin büyük çoğunluğunu Alman Deutsche Bank tarafından sağlanmaktadır (Documenta 13, 2012). Genellikle etkinlik bütçelerinde en yüksek bütçe sahibi etkinlikler; Documenta, Venedik Bienali ve San Paulo Bienalleri turistik değer kazanmış etkinliklerdir. Dünya'nın çok farklı noktalarından bu etkinlikleri takip eden ve etkinliklere katılan ziyaretçiler mevcuttur. Ayrıca basın, yayın gibi kuruluşların tanıtım ve haberlerinde sıkça yer bulmak, bu etkinliklerin ortak özelliğidir.

1.3. Türkiye'de Etkinlik Turizminde Uluslararası İstanbul Bienali

Uluslararası İstanbul Bienali 1987 yılından itibaren, Türkiye'de düzenlenen ve Türkiye'de en az ama dünyada en çok bilinen çağdaş sanat etkinliğidir (Koç Holding, 2015). İstanbul Kültür ve Sanat Vakfının organize ettiği Uluslararası İstanbul Bienali özel sektörden aldığı destekler ile finanse edilmektedir. Çağdaşları arasında değerlendirmek gerekirse her kent kendi bienalini kendine özgün yöntemler ile oluşturmuştur (Bienal Foundation, 2016). Bu yönüyle ele alındığında her bienal özgün bir karakter taşır. Genel olarak İstanbul Bienali İstanbul'da düzenlenen festivaller içerisinde ayrı bir yer tutmaktadır çünkü küresel sermayenin İstanbul kentine çekilmesinde ve kentin markalaştırılmasında önemli bir etkinlik olarak görülmektedir. (Yardımcı, 2005:18).

Bienallerin finansal yapısı düzenlendiği ülkelerdeki kültür ve sanat politikaları hakkında bilgi verir (İKSV, 2016). Uluslararası İstanbul Bienali kamusal destek konusunda bugüne kadar yeterli desteği alamamıştır (Şeyben, 2013). Sadece 2009 yılında destek alan bienalin aldığı destek dünyadaki benzerlerinin aldığı düzenli yardımlar karşısında yetersiz kalır (İKSV, 2013). Ayrıca Türkiye'de yerel yönetim, tanıtım alanında Uluslararası İstanbul Bienali'nden yararlanırlar fakat İstanbul Bienali'ne destek anlamında çok büyük etkisi görülemez (İKSV, 2013).

Nitelik açısından ele alındığında bienalin Türkiye'ye katkıları içerisinde belki de en önemli katkısı ülke tanıtımında oynadığı roldür. Eren (2010), bienallerin Türkiye'nin tanıtma etkisini ele alan çalışmasında büyük bütçeler ayrılarak bile

mümkün olmayan tanıtmanın bienaller yoluyla mümkün olduğunu göstermektedir. Ayrıca Türkiye sınırları içerisinde düzenlenen en geniş çaplı sergi olma özelliğini taşıyan İstanbul Bienali birçok sanatçının uluslararası sergilere davet edilmesinde ve uluslararası arenada tanınmasında etkin bir rol oynamaktadır (İKSV, 2014). Sanatçılar için oynadığı bu rolün dışında etkinlik boyunca düzenlenen panel, atölye çalışmaları ve konferanslar sayesinde de eğitici bir rol üstlenmektedir (İKSV, 2014).

Uluslararası sanat bienalleri içerisinde bütçesi en düşük olan bienal İstanbul Bienali'dir. Fakat düşük bütçesine rağmen Uluslararası İstanbul Bienali'nin dünyada kazandığı saygınlık ve dünyadaki en iyi on bienalden biri olarak anılması büyük bir başarı olarak nitelendirilebilir (İKSV, 2016).

Kültürel çevre anlamında şehrin tarihiyle bütünleşen bir yapısı olan Uluslararası İstanbul Bienali'nin sergi mekânları seçimleri kültürel etkileşimi gösterir. Uluslararası İstanbul Bienali'ni ziyaret eden bir ziyaretçi aynı zamanda İstanbul'un tarihi mekânlarını da ziyaret etmiş olur. Örneğin daha önceki etkinliklerde Topkapı Sarayı bahçesinde bulunan Darphane-i Amire, Aya İrini Müzesi, Yerebatan Sarnıcı, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi merkezi, Sirkeci Garı, Haydarpaşa Garı, Kız Kulesi, Atatürk Havalimanı, The Marmara Otel, Pera Palace Otel, Karanfilköy Akatlar, Taksim ve Sultan Ahmet meydanı gibi tarihi ve kültürel değerler taşıyan yerler sergi için kullanılmıştır.

Her biri bir diğerinde olmayan deneyimler sunan her bienal etkinliği özgün birer deneyime sahip olmak içinde bir fırsat olarak görülebilir. Özellikle son yıllarda birbirinin tekrarı biçiminde gösterilebilecek kitlesel turizm faaliyetlerine alternatif bir deneyim sunmanın bienaller ile mümkün olduğu görülebilmektedir. Bugüne kadar 14 defa düzenlenen İstanbul Bienali düzenlendiği her dönemde farklı anlayışların gelişmesine ve gelişen anlayış ile birlikte çeşitli değişikliklere maruz kalmıştır (Yardımcı, 2005:14). Uluslararası İstanbul Bienali'nin düzenlendiği 1987 yılından itibaren ziyaretçi sayısını sürekli olarak arttırmıştır. İlk bienalin toplam ziyaretçisi yaklaşık 10.000 iken son iki bienalde bu sayılar kat ve kat artmıştır. 13. İstanbul Bienali düzenlendiği tarihte yaklaşık 350.000 ziyaretçi tarafından gezilerek bir rekor kırmıştır (İKSV, 2013). Fakat 14. İstanbul bienali son açıklanan veriler ile bu rekoru tekrar kırmış ve toplamda 545.000 ziyaretçi tarafından ziyaret edilmiştir. Son on yıllık süreçte neredeyse 10 kat artan ziyaretçi sayısına ulaşan Uluslararası İstanbul Bienali sahip olduğu prestiji ve büyüklüğü tekrar kanıtlar niteliktedir. Ayrıca son on yılda yabancı basında yaklaşık 600 habere konu olmayı başarabilen Uluslararası İstanbul Bienali dünya çapında bir çağdaş sanat sergisi olabilmeyi başarmıştır. Etkinlik turizmindeki büyük etkinlikler devasa katılımcı kitlelerini çeken, dünya basınında tanıtım sağlayan ve ekonomik katkılarda bulunan etkinliklerdir (Mc Donnell, 1998: 48). Bu tarz etkiler dikkate alındığında, Uluslararası İstanbul Bienali Türkiye'de

büyük çağdaş sanat etkinlikleri içerisinde lider ve öncü konumundadır. Dünya basınında İngiltere'den Financial Times gazetesinde yazar Rachel Spence, The Guardian gazetesinde David Batty, Amerika'da The New York Times / International Herald Tribune gazetesinde Rachel Donadio, İspanya'da El Pais gazetesinde Estrella de Diego, El Mundo gazetesinde Javier Hontoria, Almanya'da Die Welt gazetesinde Kolja Reichert, Fransa'da Le Monde gazetesinde Harry Bellet, İsviçre'de Neue Zürcher Zeitung'un gazetesinde Samuel Herzog gibi yazarlar İstanbul Bienali'ni haberlerine konu etmişlerdir (İKSV Bienal, 2013).

1.4. Rakamlarla Uluslararası İstanbul Bienalleri

İstanbul Bienali'nin daha somut biçimde kavranması ve ifade edilebilmesi açısından bienale yönelik bazı bilgiler rakamlarla birlikte tablolarda verilmektedir. Tablolarda yer alan rakamlar incelendiğinde Uluslararası İstanbul Bienali'nin dün ve bugün arasındaki köprü daha net görülebilmektedir. Ziyaretçi sayıları ve bütçeler ile birlikte dünya çapında bir etkinliğe sahip olmak etkinlik turizmi açısından Türkiye için büyük bir avantaj sağlamaktadır. Uluslararası İstanbul Bienali Türkiye'de etkinlik turizmi açısından en büyük etkinliktir.

Tablo 4: Uluslararası İstanbul Bienali'ne ait Katılımcı, Basında yer alma ve Ziyaretçi Sayıları
(Kaynak: İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, 2016).

Bienal Adı	Etkinlik Yılı	Küratör	Katılan Sanatçı Sayıları	Basında Yer alma	Ziyaretçi Sayıları
1.İstanbul Bienali	1987	Beral Madra	67	243	10.000
2.İstanbul Bienali	1989	Beral Madra	111	272	-
3.İstanbul Bienali	1992	Vasıf Kortun	66	297	14.000
4.İstanbul Bienali	1995	René Block	119	555	65.000
5.İstanbul Bienali	1997	Rosa Martinez	86	496	-
6.İstanbul Bienali	1999	Paolo Colombo	57	638	40.000

7.İstanbul Bienali	2001	Yuko Hasegawa	64	523	68.000
8.İstanbul Bienali	2003	Dan Cameron	85	924	60.000
9.İstanbul Bienali	2005	Charles Esche, Vasıf Kortun	54	500	51.000
10.İstanbul Bienali	2007	Hou Hanru	96	600	91.000
11.İstanbul Bienali	2009	What, How & for Whom	70	600	101.000
12.İstanbul Bienali	2011	Adriano Pedrosa, Jens Hoffmann	128	700	110.000
13.İstanbul Bienali	2013	Fulya Erdemci	88	500	337.429
14.İstanbul Bienali	2015	Carolyn Christov/Bak argiev	80	500	545.000

Tablo 4 incelendiğinde son 10 yıllık süreçte Uluslararası İstanbul Bienali'nin ziyaretçi sayıları düzenli bir biçimde artmıştır. Son düzenlenen 14. İstanbul Bienali bugüne kadar en çok ziyaret edilen bienal olma özelliğini taşımaktadır. Ayrıca son üç bienal ele alındığında katlanarak artan ziyaretçi sayıları göze çarpmaktadır. Somut bir ifadeyle 12. İstanbul Bienali 110.000 ziyaretçiyi ağırlarken, 13. İstanbul Bienali neredeyse üç kat daha fazla olan 337.429 ziyaretçiyi ağırlamış ve 14. İstanbul Bienali bu rakamı da neredeyse ikiye katlayarak 545.000 ziyaretçiyi ağırlamıştır. Kısa bir süre içerisinde yarım milyon ziyaretçiye ulaşan Uluslararası İstanbul Bienali turistik anlamda güçlü bir cazibe olmaktadır.

Turizm açısından bienallerin ölçülebilir değerleri; büyüyen potansiyel, pazar payı, kalite, imaj sağlama, kamusal destek, çevresel değerler, ekonomik faydalar, sürdürülebilirlik ve özgünlük olarak ifade edilmektedir (Getz, 2008: 407). Uluslararası İstanbul Bienali'nin ziyaretçiler açısından büyüyen bir potansiyeli olduğu görülmektedir. Ayrıca tablo 4 incelendiğinde imaj sağlama açısından, uluslararası ve yerel basında yer alma sayıları İstanbul Bienali'nin katkılarını ortaya koymaktadır. Böylesine yüksek katkılara sahip bir etkinliğin sahip olduğu bütçe ise

yarattığı etkinin çok çok altındadır. Tablo 5 son beş etkinlikteki bütçeleri sırasıyla vermektedir.

Tablo 5: Son beş İstanbul Bienali'ne ait Bütçeler (Kaynak, İKSV,2016).

Bienal Adı	Etkinlik Yılı	Bütçe (Euro)
10. İstanbul Bienali	2007	3.200.000 €
11. İstanbul Bienali	2009	1.900.000 €
12. İstanbul Bienali	2011	2.050.299 €
13. İstanbul Bienali	2013	3.300.000 €
14. İstanbul Bienali	2015	3.032.000 €

Tablo 5'te son beş bienale ait verilerin verilmesindeki neden araştırmanın sınırlılıkları ile açıklanabilir. Türkiye' de 1987 yılından itibaren Türk Lirasının yaşadığı değişimlere ek olarak 2000 yılı öncesinde Avrupa Birliği'nin para birimi olan Euro'nun kullanılmaması en önemli sınırlılıklardır. Güncel bir uyarlamada bütçelerde yaşanabilecek yanlışlıklara yer vermemek ve konunun uygunluğuna göre güncel veriler üzerinden yapılacak değerlendirmeler daha sağlıklı olmaktadır. Tablo 5 incelendiğinde Uluslararası İstanbul Bienali'nin bütçelerinde düzenli bir artış ya da azalma görülmemektedir. Ekşioğlu & Ece (2012: 33), yaptıkları bienallerin ekonomik etki araştırmasında 100 TL gibi bir değeri varsayarak 2011 yılında bienale gelen yabancı ziyaretçilerin harcadığı 1 milyon TL'lik yeme-içme gelirinden bahseder ve yine aynı çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2011 yılında yabancıların gerçekleştirdiği kişi başı ortalama harcama tutarının 637 dolar (1064 TL) olduğunu söyler. Tüm veriler ele alındığında yabancı konukların 10, 6 milyon TL' e ulaşan harcamalarından bahsederler. Yine 2013 yılında Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre yabancı ziyaretçilerin 825 dolarlık harcamalar yaptığı görülür. Ayrıca Uluslararası İstanbul Bienali'nin 2011 yılında Türkiye ekonomisinde toplam 70 milyon TL gibi bir etki yaratmıştır (Ekşioğlu & Ece, 2012: 32). Bu etkinin kesin bir rakamla ifade edilmese de 2013 ve 2015 yıllarında kat ve kat fazla olduğu söylenebilir.

3.Sonuç ve Öneriler

Turizmde prestij sağlamada, olumlu imaj oluşturmada, destinasyon pazarlamada ve destinasyonun turizm kaynaklarının geliştirilmesinde etkinlik turizmi hayati bir öneme sahip olmuştur. Çağdaş sanat etkinlikleri, destinasyon açısından turizmin geliştirilmesinde hatırı sayılır etkilere sahipken, ülkesel boyutta turizmin geliştirilebilmesine yönelik bir takım stratejiler için önemli ipuçları vermektedir. San Paulo Bienali ve Documenta gibi etkinlikler dünyada turizmin etkinlikler ile bir bütün halinde sağladığı katkıları gözler önüne seren iki önemli örnektir.

Türkiye’de İstanbul Bienali, İstanbul kentine yönelik dünyanın birçok ülkesinde dikkat çekebilmeyi başarmıştır. Bugün Türkiye’deki sanat odağının merkezi konumuna gelen İstanbul kentinin bu başarısındaki önemli paylardan birisine sahip olan İstanbul Bienalleri prestij anlamında da hem kente hem de ülkeye olumlu katkılar sağlamıştır.

Kentin farkı noktalarında düzenlenen sergiler İstanbul kentinin birçok noktasını tanıtırken, serginin bulunduğu lokasyonlara hareketlilik getirmiş ve aynı zamanda olumlu sosyal gelişimlere de katkıda bulunabilmiştir. Kültürel etkinlik turisti açısından her bir bienal birbirinden farklı sıra dışı deneyimler sunmuştur. Dolayısıyla İstanbul Bienali’ne yönelik turistik faaliyetlerin pazarlanmasında anlamlı bir katkı olarak sayılabilecek bu durum İstanbul için etkili bir pazarlama stratejisinin kapılarını açmıştır.

Uluslararası İstanbul Bienali’nin bir diğer önemli katkısı da istihdam yaratarak gerçekleşmesidir. Düzenlendiği tarihlerde birçok iş imkânı yaratan Uluslararası İstanbul Bienali salt bir etkinlik olmanın dışında iş arzı da yaratmıştır. Turistik faaliyetler ile desteklendiğinde İstanbul Bienalinin iş arzı ve istihdam konusundaki katkısı artabilir.

Uluslararası İstanbul Bienali’ni ziyaretçilerinin, bienallere olan ilgisi yinelenabilir özelliktedir ve bu da İstanbul kentinin tekrar ziyaret edilme isteğini teşvik edebilmektedir. Etkinlik turizminin farklı turistik noktalara talepler oluşturmaya yardımcı olma etkisi, 14. İstanbul Bienali’nde, Büyükaada’da yer alan sergiler gibi güncel bir örnek ile ortaya çıkmaktadır. Daha önceki birçok bienalde de İstanbul kentinin üzerinde bienalin buna benzer etkileri olmuştur.

Türkiye’deki alışlagelmiş turizmin dışında sanatsal yönü güçlü, duyarlı kitleleri çağıran ve özel ilgiler ile şekillenen bir turizm çeşidi oluşturan İstanbul Bienali sektörde çeşitlilik de yaratmıştır. Fakat Türkiye’de bienaller ile ilgili turistik faaliyetlerin henüz gelişim sürecinde olduğu yeterli düzeyde gelişmediği de

söylenbilir. Bugün İngiltere, İtalya, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri gibi gelişmiş ülkelerde tur operatörleri çağdaş sanat etkinliklerine yönelik bir takvim oluşturmakta ve dünyanın birçok noktasına tur planı yapmaktadırlar. Ayrıca sadece etkinliklere yönelik belirli bir süreyi kapsamayan ve sergilerde gerçekleşen günlük turlarda Amerikan sanat müzelerinde gerçekleştirilmektedir. Kar amacı gütmeyen bir kurum olan Bienal Foundation ise dünyadaki bütün bienallerin bilgilerinin toplandığı ve bienallere yönelik faaliyetlerin sunulduğu bir organizasyon olarak bu süreçte yer almaktadır.

Son olarak Uluslararası İstanbul Bienali'nin İstanbul kenti için güçlü bir marka ve imaj yarattığı uluslararası basındaki etkileri ile kanıtlanmaktadır. Kısacası Uluslararası İstanbul Bienali etkinlik turizmi açısından misyonunu tam olarak yerine getirebilmiştir ama Türkiye'de turizm sektörü etkinlik turizmi açısından Uluslararası İstanbul Bienali'ne yönelik misyonunu yerine getirememektedir.

KAYNAKLAR

Charles Arcodia and Alastair Robb, "Future For Event Management: A Taxonomy of Event Management Terms", Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education Ed. Allen Johny, Lago Leo, Harris Robert, Sydney, Temmuz 2000.

Çelik S. & Çetinkaya M., (2013), Festivals in Event Tourism: The Case of International İzmir Art Festival, International Journal of Countemporary Economics and Administrive Sciences, 3(1), 1-21.

Derrett, Ros. Festivals, Events and the Destination. Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective. Ed. IanYeoman, Martin Robertson and Jane Ali Knight. Amsterdam: Elsevier Butterworth Heinemann, 2004.

Documenta III. Internationale Ausstellung; Catalogue: Volume 1: Painting and Sculpture; Volume 2: Sketches; Volume 3: Industrial Design, Print; Kassel/Köln 1964; S. XIX"

Getz, D. (1989). Special Events: Defining the Product. Tourism Management, 10(2).

Getz, D. & Frispy, W. (1990), Festival Management: A Case Study Perspective, Journal of Travel Research, 28 (3)

Getz D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York.

Getz, D. & Wicks, B. (1993). Editorial,” *International Journal of Festival Management and Event Tourism* 1(1),2.

Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism* (1st Ed.). New York: Cognizant Communications Corp.

Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*, Oxford: Elsevier, 135-146.

Getz, D. (2008). *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*, *Tourism Management*, Haskayne School of Business, University of Calgary. 430- 411

Ekşioğlu Ş.Z. Ece Ö. (2012), *İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı Ekonomik Etki Araştırması*, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul.

Eroğlu, N. (2015) *Çağdaş Sanat Etkinlikleri ve Türkiye Turizmi Bağlamında 13. İstanbul Bienali İncelemesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, 2015

Hernandez M.J. Mogollon J., Folgado F., Fernandez ve Duarte, P. (2014). *Event Tourism Analysis and State of The Art*, *European Journal Of Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(2), 83-102.

Eren Z.R. (2010), *Sanat Turizmi Kapsamında Bienaller ve Ülke Tanıtımına Olan Etkilerinin Uluslararası İstanbul Bienali Örneği İle Değerlendirilmesi*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.

Kolb B. (2006). *Tourism Marketings for Cities and Towns- Using Branding and events to Attract Tourists*, Elsevier Butterworh-Heinemann, Amsterdam.

Mc Donell, I. Johnny, A., & O’Toole, W., (1998). *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.

Mc Kercher, B. & DuCros, H. *Cultural Tourism*, New York: Haworth, 2012.

Morgan J. “Bienal Politikaları”, 12. İstanbul Bienali Kataloğu, İstanbul, 2011.

Ritchie, J.R. Brent, (1997). Beacons of Light in An Expanding Universe: An Assesment of The State-of-The-Art in Tourism Marketing / Marketing Research, Journal of Travel and Tourism Marketing, 5(4), 49-84.

Peters M. & Pikkemaat M. (2004). "The Management of City Events: The Case of Bergsilverster in Inssbruck, Austria", Event Management, 9(3),147.

Stallabrass J. Sanat A.Ş, Çağdaş Sanat ve Bienaller, İletişim, İstanbul, 2009.

Şeyben Y. Kayıket E., ve Güler K., (2013). Uluslararası Güncel Sanat Bienallerinin Finansmanı, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul, 16-39.

Yardımcı, S. Kentsel Değişim ve Festivalizm, İstanbul: İletişim Yayınları, 2005.

Y. Liu, & C. Chen, (2007). The Effects of Festivals and Special Events on City Image Design, in Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China, 1(2).

Elektronik kaynaklar:

Biennial Foundation Resmi İnternet Sitesi, Biennial Haritası, http://www.biennialfoundation.org/about/bienal_foundation.org. 06.06.2016

Bienal de San Paulo Resmi İnternet Sitesi, , San Paulo Arşivi, <http://www.bienal.org.br/pagina.php?i=2275>, 06.06.2016

Collins Dictionary, <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/biennale>, 11 Aralık 2015.

Documenta Resmi İnternet Sitesi, Documenta Arşiv http://documentaarchiv.stadt_kassel.de/miniwebs/documentaarchiv_e/21232/index.html, 22.01.2016.

İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı, İstanbul Bienali Tarihçe, 13.05.2013. <http://bienal.iksv.org/tr/bienal/tarihce>

Koç Holding, Faaliyet alanları ve Projeler, 14.10.2013.

<http://www.koc.com.tr/tr-tr/faaliyet-alanlari/projeler/istanbul-bienali>

La Biennale di Venezia Resmi İnternet Sitesi (2016), Tarihçe, 12.06.2016 <http://www.labiennale.org/en/biennale/history/vb1.html?back=true>

Oxford Dictionaries, (2016).
<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/biennale> 12.05.2016

Sydney Bienali Resmi İnternet Sitesi (2016), Tarihçe, 05.06.2013,
<http://www.biennaleofsydney.com>