

MEVLANA'YA ATFEDİLEN KÜLTÜREL MİRASIN YERLİ TURİST DENEYİMİNE VE ALGISINA YANSIMALARI: KONYA ÖRNEĞİ ÜZERİNE NİTEL BİR ANALİZ

Mikail BATU¹

Ali Erkam YARAR²

Faruk YAZAR³

Nuri Paşa ÖZER⁴

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 21.10.2025

Kabul Tarihi: 16.09.2026

ÖZ

Nesilden nesle ortak simge ve değerler bütünü ile aktarılan, somut/somut olmayan mirasa dönüşebilen kültür, dinamik bir yapıya sahiptir ve toplumun devamı için önemli bir unsurdur. Kültürel mirasın devamlılığı, toplumlara yönelik belirleyici bir kimlik inşa etmektedir. Mevlana ise kültürel iç içelik ve kültürel miras açısından incelemeye değer bir çerçeve sunmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, 2024 yılında Mevlana ile ilgili etkinliklere katılım gösteren yerli turistlerin Mevlana'ya ilişkin algılarını tespit etmektir. Araştırma nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde planlanmıştır. Bu çalışmada, Mevlana algısının nasıl olduğuna dair ziyaretçilerin duygularını, görüşlerini anlamak amacıyla nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Bu doğrultuda 20 yerli turist ile derinlemesine görüşme yapılmış ve görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bulgularda Mevlana ile ilgili aşk, maneviyat ve hoşgörü kavramları öne çıkmıştır. Ayrıca Mevlana'nın Konya'nın kültürel kimliğinde bütünleştirici bir değer olarak öne çıktığı, onun tanıtımına ilişkin etkinliklerin gerek geleneksel medyada gerek dijital mecralarda yeterli sayıda ve derinlikte yapılmadığı belirlenmiştir. Araştırma sonucunda, Mevlana'ya ilişkin yerli turistlere yönelik iletişim faaliyetlerinin yetersiz kaldığı ve bu turistlerin konuya dair bilgi düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Mevlana'nın manevi ve evrensel değerleriyle güçlü bir marka kimliğine sahip olmasına karşın, ekonomik beklentilerin bu kimliğin kültürel derinliğini gölgede bıraktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültürel miras, Mevlana, Yerli turistler.

¹ Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, mikailbatu@erbakan.edu.tr ORCID: 0000- 0002-6791-0098

² Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, aeyarar@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0919-314X

³ Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, fyazarpr@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1663-1371

⁴ Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, npozar@erbakan.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9743-2878

THE REFLECTIONS OF THE CULTURAL HERITAGE ATTRIBUTED TO MEVLANA (RUMI) ON THE EXPERIENCE AND PERCEPTION OF DOMESTIC TOURISTS: A QUALITATIVE ANALYSIS BASED ON THE EXAMPLE OF KONYA

ABSTRACT

Culture, which is transmitted from generation to generation through a common set of symbols and values and can be transformed into tangible or intangible heritage, has a dynamic structure and is a crucial element for the continuation of society. The continuity of cultural heritage establishes a defining identity for societies. The example of Mevlana offers a framework worthy of examination in terms of cultural intertwinement and cultural heritage. Therefore, the aim of this study is to determine the perceptions of Mevlana of domestic tourists who attended Mevlana-related events in 2024. The research was planned within the framework of qualitative research methods. Phenomenology, a qualitative research design, was employed in this research to understand visitors' feelings and opinions regarding their perception of Mevlana. For this purpose, in-depth interviews were conducted with 20 domestic tourists, using a semi-structured interview technique. The findings revealed concepts of love, spirituality, and tolerance related to Mevlana. It was also determined that Mevlana stands out as an integrative value in Konya's cultural identity, while promotional activities related to him are insufficient in both number and depth across traditional and digital media. The research revealed that communication activities regarding Mevlana to domestic tourists are inadequate, and that these tourists have a low level of knowledge on the subject. Furthermore, it was concluded that while Mevlana possesses a strong brand identity based on its spiritual and universal values, economic aspirations overshadow its cultural depth.

Keywords: Culture, Cultural heritage, Mevlana, Domestic tourists.

GİRİŞ

Kültür, en kısa tanımı ile bir halkın yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır (Geertz, 2001. s. 55). İnsanların doğdukları kültür içerisinde öğrenmeye başladıkları, belirli bir toplumun farklılığını temsil eden (Pyae, 2018), bu temsil yönü ile kültürel farklılıklar, kahramanlar, semboller, ritüeller ve değerler gibi taşıyıcı bir yük olarak ifade edilebilmektedir (Hofstede, 1980). Esas olarak sembollerle edinilen ve iletilen, insan gruplarını ayırt edici başarılarını oluşturan ve bunların eserlerdeki somutlaşmalarını da içeren, kalıplaşmış düşünme, hissetme ve tepki verme biçimlerinden oluşmakta ve temel çekirdeğini, geleneksel fikirler ve özellikle bunlara bağlı değerlerden oluşturmaktadır (Kroeber ve Kluckhohn, 1952).

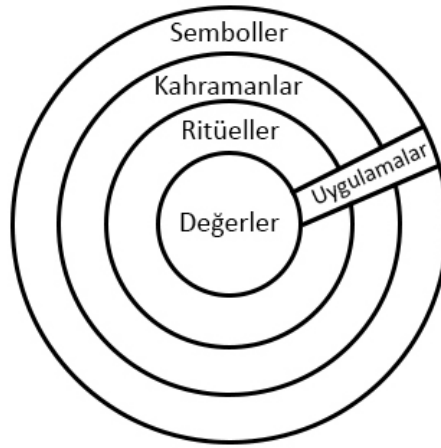
Kültürel çeşitliliğin pek çok farklı zeminde ortaya çıkabildiği kadim dünyada, kabilelerin, toplulukların, ulusların, uygarlıkların, sınıfların, dinlerin, etnik grupların, azınlıkların, gençlerin (Güney Afrika'da ırkların, Hindistan'da mezheplerin) kültürleri var olmaktadır (Geertz, 2001, s. 56). Tüm bu değerler, kültürel değer sistemlerini

“

oluşturarak, ait oldukları kültürün temelini oluşturmaktadır. Hofstede'nin (1980), kültürün ön plana çıkan unsurlarını tanımlamak ve kategorilere ayırmak araştırmacılara yardımcı olabilmektedir.

Şekil 1

Kültürü oluşturan unsurlar



Kaynak:(Hofstede, 1980)

Kültürün uygulanabilir ilk unsurunu “semboller” oluşturmaktadır. (Şekil 1) Semboller paylaşımlar tarafından tanınan, genellikle karmaşık anlamlar taşıyan kelimeler, jestler, resimler ve nesnelerden oluşmaktadır (Hofstede, 1980). Kültürü oluşturan semboller, dilin taşıdığı özellikler, jargonlar, kelimeler ya da kültürü yaşayan insanların elbiseleri, saç modelleri, statü sembolleri ve bayrak gibi unsurlardan oluşmaktadır. Bu semboller yenilenebilir ve yeni semboller kolayca geliştirilir ve eskileri kaybolabilmektedir. Ayrıca kültürel gruptan gelen semboller düzenli olarak diğerleri tarafından kopyalanabilir. Bu nedenle semboller kültürü oluşturan en üst seviyede görünür halde bulunmaktadır. Kültürde yüksek değer atfedilen niteliklere sahip olan ve kültürün şekillenmesinde model işlevi gören, hayatta ya da vefat etmiş, gerçek ya da hayali kişilerden oluşan “kahramanlar”, kültürel değerlerin oluşumunda temel unsurlardan birini temsil etmektedir. Örnek vermek gerekir ise Batman gibi fantastik veya çizgi film karakterleri, ABD'de Charlie Brown, Fransa'da Asterix veya Hollanda'da Ollie B. Bommel (Mr. Bumble) gibi isimler kültürel kahraman olarak sayılabilmektedir. Kolektif birlikteliğin ön

“

plana çıktığı ve toplumsal olarak vazgeçilmez kabul edilen “ritüeller” kültürü oluşturan diğer bir unsuru oluşturmaktadır. Diğerlerine karşı bir selam ve saygı biçimi olarak, sosyal ve dini törenler bu kapsamda gösterilmektedir. Tüm bu uygulamalar nihayetinde değerlerin oluşmasını, gelişmesini ya da gösterilmesini sağlamaktadır. Bahar (2009) değerleri, kültürel olarak tanımlanmış toplumsal standartlar şeklinde ele almakta; topluma ait iyilik, güzellik, doğru ve yanlış gibi kavramların temel değerleri oluşturduğunu, inançlara ilişkin soyut ölçütlerin de bu değerler bütününden meydana geldiğini ifade etmektedir. Öyle ki kültürel değer ve inançlar, kişiliğin temel yapısını meydana getirirken sosyal ortamın nasıl algılandığını belirlemekte, gündelik pratik ve uygulamalara da rehberlik etmektedir. Bireyler, aile, okul, arkadaş ve iş çevrelerinde uygun davranışların ne olduğunu kültür ve sosyalleşme yoluyla öğrenebilmektedir.

Kültür, varlığını aktarma ve deneyim yolu ile inşa edilebilmektedir. Bu nedenle kültürü oluşturan değerlerin muhafaza edilmesi ve aktarılabilmesi, mirasın korunması açısından önem arz etmektedir. Kültürü korumak, yaşatmak ve gelecek yıllara doğru bir şekilde aktarabilmek, 21. yüzyılın en önemli ve anlamlı sorumluluklarından olmalıdır. Bir toplumda bulunan ekonomik, sosyal ya da siyasi varlığın zeminini sahip olduğu kültür ve onu oluşturan temel değerler sistemi oluşturmaktadır. Toplumlar, bulunduğu bölgede siyasi ve ekonomik gücünü sürdürülebilir hale getirebilmek için değerlerini paylaşmalı ve çoğaltmalıdır. Kültürel yapının mukavemetini sağlamanın en önemli yolu da kültürel değerlerine ve mirasına sahip çıkmaktır (Mariati vd., 2021). ÇEKÜL vakfının (2022) “*toplumun üyelerine ortak geçmişlerini anlatan, aralarındaki dayanışma ve birlik duygularını güçlendiren bir hazine*” olarak tanımladığı kültürel miras, kültürün ve mirasın toplumlar üzerindeki önemini aktarmaktadır. Bilgi, birikim ve deneyim yoluyla toplumdaki bireyler ve gruplar arasında aktarılan bu kültürel değer hem soyut hem de somut bir nitelik taşımakta olup (Prott ve O’Keefe, 1992), yalnızca ait olduğu toplumu değil, tüm insanlığı kapsayan ortak bir zenginlik olarak değerlendirilmektedir (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017). Bu yönü ile sadece kültürel unsurlardan ya da geçmişten gelen geleneklerin de ötesinde gelecek nesillere bırakılması gereken bir yönü de mevcuttur (Güner, 2019). Oldukça kapsayıcı bir role sahip bu kavram doğal ya da insan eli ile

“

oluşturulmuş geniş bir alanı ve çeşitliliği oluşturmaktadır. Tarihi anıtlar, müzeler, arkeolojik sitler, sanat ve mimarinin başyapıtları yanı sıra doğal olarak var olan çevre, flora ve fauna gibi alanlar, mitler, inançlar ya da din ve dil gibi somut olmayan miras unsurlarını da kapsayabilmektedir (Göktürk, 2023). Bu çerçevede kültürel miras kavramı *“belirli bir yaşam görüşünü temsil eden ve bu görüşün tarihine ve geçerliliğine tanıklık eden insan yaşamına ait unsurlardan meydana gelmektedir”* (Prott ve O’Keefe, 1992).

Kültürel mirasın toplumsal kimlik ve hafıza süreçlerini mekânsal temsille ilişkilendiren çalışmalar, kültür ve kültürel mirasın toplumsal hafıza ile kimliğin şekillenmesinde merkezi bir rol oynadığını göstermektedir. Kültürel mirasın sürdürülebilir yönetimi için kültürel çeşitliliğin tanınması, somut olmayan mirasın korunması, kültür ve sanat eğitiminin güçlendirilmesi, dijital dönüşümün fırsat ve risklerinin göz önünde bulundurulması ve kültür temelli turizm uygulamalarının özgünlüğünü gözeten politikalarla desteklenmesi gerekmektedir (Tang vd., 2025). Bu alanda yapılan bir çalışma, Xiao vd. (2025) somut olmayan miras destinasyonlarının kolektif hafıza ile doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca bu tarz manevi mekanların ticarileşme ve homojenleşme sonucunda ziyaretçilerin miras kavramlarını yeterince anlamadıkları ortaya çıkmıştır. Mevlana algısı bu ticarileşmeden ayrı tutulabilir; çünkü Mevlana ticari bir olgudan ziyade manevi bir miras olarak sunulmaktadır.

Algılanan özgünlük ve ziyaretçilerin turistik katılım düzeyleri, kültürel miras turizminde deneyim kalitesini ve tatminini güçlendirerek ziyaretçi sadakatini artırmaktadır. Bunun sonucunda mirasın özgünlüğünü koruyan ve ziyaretçilere anlamlı deneyimler sunan stratejiler kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından önemlidir (Atzeni vd., 2022; Lin vd., 2026). Geleneksel kültürel unsurlar, turistlerin kültürel miras alanlarındaki estetik değerlendirmelerini ve mekânın ‘aurasını’ algılama biçimlerini etkilemektedir. Bu algının ise ziyaretçilerin ağızdan ağıza iletişim (WOM) davranışlarını tetiklediğini göstermektedir. Bu bulgu, algılanan özgünlüğün miras turizmi bağlamında ziyaretçi tepkileri üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Yi vd., 2025).

“

Kowalska (2024), kültürel mirasın toplumların varoluş ve gelişiminin değer temeli olduğunu ve özellikle kültürel mirasın insanlığın “yaşayan mirası” olarak değerler ve anlamları taşıdığını ifade etmektedir. Kültür hem maddi unsurları (yazılı belgeler, haritalar, sanat eserleri gibi) hem de inanç, mit ve ritüel gibi somut olmayan unsurları kapsamaktadır. Ayrıca toplumsal normları pekiştirirken yaratıcılığı da teşvik etmektedir (Kowalska, 2024). Kurumların ve ülkelerin geleceği, kültürel değerlerini ve miraslarını korumak, kollamak ve paylaşmakla ilgilidir. Bir kurumu ayakta tutan en temel unsurlar, yarattığı değerler ve değerleri yaratmak için birlikte paylaştıkları normlar, hikayeler ve kültürel bağlardır (Zort vd., 2023).

Kültür durağan bir yapıda görülmemelidir; bunun tam tersi olarak her zaman değişen, heterojen ve sürekli evrilen bir olgu olduğu söylenebilir. UNESCO tarafından 2024 yılında kabul edilen Kültür ve Sanat Eğitimi Çerçevesi, kültürün resmi, yaygın ve örgün eğitim sistemlerine entegre edilmesinin önemine dikkat çekerek kültürün çeşitliliğinin eleştirel katılım, keşif ve ortak öğrenme için hayati bir alan sağladığını belirtmiştir. Aynı çerçevede kültür ve sanatın bireylerin bütüncül gelişiminin temel unsuru olduğu, kimlik ve değer sistemlerinin oluşumuna katkı sağladığı ve yaratıcılık ile kendini ifade etme becerilerini besleyerek sosyo-ekonomik fırsatlar sunduğu ifade edilmektedir (UNESCO, 2024, s. 2). UNESCO’nun 2025 Kültürel Politikalar Küresel Raporu, kültürün ekonomik ve toplumsal önemini sayısal verilerle ortaya koymaktadır. Raporda kültürel ve yaratıcı endüstrilerin küresel GSYİH’nin %3,39’unu ve küresel istihdamın %3,55’ini oluşturduğu, 2023 yılında 250 kentte gerçekleştirilen kültür turizminin 741,3 milyar ABD doları gelir yarattığı belirtilmektedir. Bununla birlikte kültüre yapılan yatırımlar bölgelere göre büyük farklılık göstermektedir, örneğin Avrupa ve Kuzey Amerika’da kişi başına kültür harcaması 418,56 ABD doları iken Orta ve Güney Asya’da 3,09 dolar, Sahra-altı Afrika’da ise sadece 1,10 dolar düzeyindedir. Rapora göre raporu sunan üye devletlerin %93’ü kültürü sürdürülebilir kalkınma planlarına dahil etmekte ancak yalnızca dördte biri kültürel ve doğal mirası koruma kapasitesine sahip olduğunu bildirmektedir (UNESCO/c, 2025, s. 6).

Mevlana Celâleddîn-i Rûmî yaşadığı dönemde (1207–1273) Anadolu coğrafyasının en kuvvetli tasavvuf isimlerinden birisidir (Pekolcay, 1972). Eserleri,

“

şahsiyeti ve düşünceleri ile hem hayatta iken hem de vefatından sonra, insani, vicdani ve manevi pek çok probleme çözüm üretmiş, aktardığı değer yükü ile sosyal hayata zarafeti ve nezaketi yerleştirmiş, terbiye sistemini kurarak kültür bağları inşa edebilmiş kültürel bir mirastır (Feldman, 2022). UNESCO (UNESCO/b, 2025), 2003 yılında “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi”ni kabul ederek kültürel miras kategorilerini genişletmiştir (UNESCO/a, 2025). Söz konusu listede Türkiye’nin kültürel mirasına ait pek çok değer yer almaktadır. Mevlana, kültürel ve doğal bir miras ve somut olmayan kültürel miras olarak gösterilmektedir. Anadolu Türklerinin hem etnik hem de dini kimliğiyle derinden bağlantılı olan “sema” (Feldman, 2022; Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025), Mevlana ve Mevlevilik denilince akla gelen, insan psikolojisi ve toplum hayatı üzerinde etkili olan bir konudur (Arpaguş, 2007). Sembolik anlamından da öte Konya şehri için önemli bir figür haline gelen semazen figürü ve sema törenleri, şehrin tanıtımı pazarlanması ve çekiciliği için kullanılan en önemli unsurlar haline gelmiştir. Farklı bir ritüel olması ve manevi bir içerikle algılanması, Mevlana ve onun düşüncesini takip eden büyük kitleleri etkilemede önemli bir faktör olmuştur. Şehri ziyarete gelen hem yerli hem yabancı turistlerin Mevlana’yı ziyaret etmesi, sema törenlerine katılması, ilgili konularda alışveriş yapması, kültürel ve düşünce olarak kendilerine yakın insanlarla bir araya gelmesi şehre benzersiz bir potansiyel olarak yansımaktadır. Bir ilim adamı ve şair olarak çok sevilmesi hem de düşüncesinin, dünyada hızla yayılması yoluyla ziyaretçi sayılarındaki artış, Konya şehir imajını geliştirmiş, pazarlama iletişimi ve kültürel tanıtımlar açısından kullanışlı hale gelebilecek bir çekicilik oluşturmuştur.

Şehir tanıtımı ve pazarlama iletişimi faaliyetleri incelendiğinde, Mevlana’yı anma etkinlikleri (Şeb-i Arus,7-17 Aralık) başta olmak üzere, fuar, sempozyum ve konferans, basılı ve dijital yayınlar, mutfak kültürü festivalleri, sinema festivalleri, müzik festivalleri, Mesnevi dersleri gibi pek çok etkinlik ve ürün bulunmaktadır. Bu çerçevede özel sektöre bağlı birçok kuruluş, bu etkinlik ve ürünlere yönelik çeşitli versiyonlar üretmeye başlamış, kültürel etkinlik bağlamında oldukça geniş bir çeşitliliğe ulaşılmıştır. Şehrin son yıllardaki yönetim felsefesi, Mevlana ve onun hem düşünsel hem de yaşam biçimi olarak getirdikleri çerçevesinde bir aidiyet oluşturmaya çalışarak, bu tutumlarını şehrin her türlü tanıtım ve iletişim faaliyetinde

“

kullanılmaktadır. Konuşma metinlerinde sık sık Mevlana'nın sözlerine veya etkinlik isimlerinde tasavvuf kavramlarına yer vermek gibi örnekler sıkça karşılaşılan durumlardır. Şehirde bulunan üniversitelerde Mevlana veya Rumi araştırma enstitüleri, yerel yönetimlerde ise tasavvuf ve Sufi araştırma kültür merkezleri kurulmuştur. Bu tanıtım ve iletişim faaliyetlerinin hedefi, şehrin pazarlama amaçlarını gerçekleştirmek ve kamu diplomasisi paydaşları ile yeni ilişkiler geliştirmeye çalışarak, kalıcı ve sürdürülebilir faydaya odaklanmaktır. Ulaşılmak istenen öncelikli fayda ise Konya'nın tercih edilebilir destinasyonlar listesinde ön plana çıkmasıdır. Bu çerçevede hem uluslararası hem de ulusal birçok pazarlama iletişimi faaliyeti gerçekleştirilmektedir.

Mevlana'yı sadece sahip olduğu ün, eserleri ve düşünceleri ile tanımlamak doğru olmayacaktır. Bunların yanı sıra karakterindeki olgunluk ve incelikler, eserlerinde bulunan ve her biri bir ders niteliği taşıyan anlamlar, gönül yelpazesinin genişliği ve insana ve insanlığa dair umudu, sadece Konya ve Türkiye'yi değil, tüm dünyada kültürler arası iletişim bağları geliştirmekte, diyalog kanalları kurabilmektedir. Ziyaretçileri onun kendileri adına önemli olduğunu sıklıkla ifade etmektedirler. Akademik olarak birçok alanda analiz edilmeye çalışılan Mevlana, farklı disiplinlerin farklı yöntemler ile araştırmaya tabi tutulduğu önemli bir kültürel mirastır. Teorik olarak farklı perspektiflerin bulunduğu bu alanda, nitel bir uygulamanın kurgulandığı bu araştırma, Konya'ya 2024 yılında gelen yerli turistler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Buna göre 2024 yılında Mevlana ile ilgili etkinliklere (Sufisin sinema günleri, Mistik Müzik Festivali, Şeb-i Arus) katılım gösteren yerli turistlerin Mevlana ve Konya'ya ilişkin algılarını tespit etmek çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Mevlana yaşadığı dönemden günümüze kadar kültürel bir miras olarak Konya'nın kimliğinde önemli ve merkezi bir role sahiptir. Ancak bu mirasın yerli turistler tarafından nasıl deneyimlendiğine ve algılandığına yönelik literatürde bilgi eksikliği bulunmaktadır. Mevlana'ya ilişkin çok sayıda tanıtım çalışmaları yapılmakta ve Şeb-i Aruz gibi geleneksel ritüeller devam ettirilmekte; ancak ziyaretçilerin bilgi düzeyleri sınırlı kalabilmektedir. Bu durum kültürel miras ile yaşanan deneyim arasında kopukluğa neden olabilmekte ve büyük bir sorunsal

“

olarak ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın soruları aşağıda yer almaktadır:

- Yerli turistlerin deneyimlerinde Mevlana'ya ilişkin algıları nasıl somutlaşmaktadır?
- Yerli turistlerin Mevlana/Mevlevilik hakkındaki bilgi düzeyi ve bilgi kaynakları ziyaret motivasyonlarını ve ziyaret deneyimini nasıl etkilemektedir?
- Konya'nın Mevlana temelli tanıtım ve iletişim faaliyetleri yerli turistlerin algısını nasıl biçimlendirmekte; hangi yönleri yetersiz kalmaktadır?

1. Yöntem

Bu araştırmadaki inceleme nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde planlanmıştır. Nitel araştırma desenleri etnometodoloji (kültür analizi), kuram oluşturma/geliştirme (gömülü kuram), durumsal araştırma (durum çalışması), olgu bilim (fenomenoloji) ve eylem araştırması olarak beş farklı şekilde ele alınmaktadır. Bu araştırmada, Mevlana algısının nasıl olduğuna dair ziyaretçilerin duygularını, görüşlerini anlamak amacıyla nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Bu doğrultuda ziyaretçilerle derinlemesine görüşme yapılmış ve görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacı, belli bir taslak halinde soruları hazırlar; ancak görüşme sırasında yeni sorular eklenebilir veya çıkarılabilir. Açık uçlu olarak sorularla hem derinlemesine yanıt almak amaçlanır hem de düşünilemeyen yeni soruların ortaya çıkması mümkün olabilir. Sistematiik ve tutarlı bir şekilde hazırlanan yarı yapılandırılmış soru listesi katılımcının sohbetin dışına çıkmasını ve o anda akla gelmeyen ve gerekli bilgiler vermesini sağlayabilir. Görüşmeler Mevlana Türbesinin etrafında Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden izin alınarak yapılmıştır. Araştırma veri toplama aşamasına geçilmeden önce, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 14/06/2024 tarihli 19817 sayılı etik kurul raporu alınmıştır.

Katılımcılarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme için ses kaydı alınacağına dair katılımcılar bilgilendirilmiştir. Görüşmelere başlamadan önce araştırmanın amaçları

“

doğrultusunda oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formunu kontrol etmek, görüşmeleri doğru ve sağlıklı bir şekilde yürütmek, soruların konuyla ilişkili bir şekilde amaçlara uygun, yeterli olduğunu doğrulamak ve oluşacak sorunların önüne geçebilmek amacıyla ilk aşamada beş kişi ile pilot görüşme yapılmıştır. Görüşmeler, katılımcıların yarı yapılandırılmış soru formuna verdiği cevaplara bağlı olarak ortalama 45 dakika sürmüştür.

Araştırmada derinlemesine görüşme ile birlikte elde edilen veriler, MAXQDA 2024 programıyla analiz edilmiştir. MAXQDA 2024 programı özellikle sosyal bilimler alanında araştırmacılara, araştırdıkları konuya yönelik elde edilen bulguların hem analiz edilmesinde hem de değerlendirilmesinde kolaylık sağlamakta ve ilk etapta görülemeyen derinlemesine alt bağların ortaya çıkarılmasına olanak vermektedir. Bu doğrultuda, MAXQDA 2024 programı araştırmada verilerin sistematik hale getirilerek kodlanmasında yardımcı olacağı ve üst-alt kod bağları ile konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacağı düşünülmüştür. MAXQDA 2024 programıyla araştırmadan elde edilen veriler tek tek incelenerek belirli kategorilere ayrılmış ve belirlenen kategoriler altında kodlanmıştır. Ortaya çıkan kodlamalar neticesinde tema, kategori ve kodlar belirlenmiş, kategorilere ait kod yoğunlukları şekillerle ortaya konmuştur.

1.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Mevlana'yı ziyaret eden yerli turistler oluştururken örneklemi ise amaçlı örnekleme çerçevesinde kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 20 ziyaretçi oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma verileri 17 Haziran-15 Ekim 2024 tarihleri arasında elde edilmiştir. Bu durum zaman bakımından bir kısıtlamadır. Ayrıca Konya'da ikamet etmeyen Mevlana'yı ziyaret eden yerli turistler araştırmanın diğer sınırlılığıdır.

1.3. Dahil Edilme Kriterleri

- Mevlana'nın Konya'daki Türbesini ziyaret etmiş olmak
- 18 yaş üstü olmak
- Konya'da ikamet etmemek

“

- Türkiye’de yaşıyor olmak

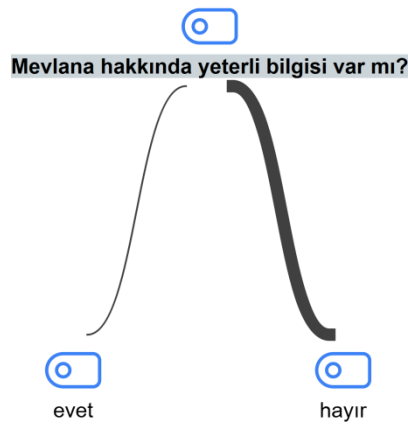
2. Bulgular

Elde edilen veriler araştırmacılar tarafından kodlanmış ve ortaya 12 tema, 263 kod çıkmıştır. İlgili bulgular aşağıda yer almaktadır:

2.1. Mevlana Hakkında Bilgi

Şekil 2

Mevlana Hakkında Yeterli Bilgisi Var mı?



Elde edilen verilerde Mevlana hakkında yeterli bilginin olmadığına yönelik vurgunun yoğunlukta olduğu görülmüştür (Bkz. Şekil 2). Ziyaretçilerin büyük bir kısmının kulaktan duyma hikayeler ile Mevlana'yı bildiği (Aydın ve Karimi, 2025), ziyaret edilen mekanla ilgili yeterli araştırma yapmadıkları (Kervankiran ve Eryılmaz, 2017) yönünde daha önceden ulaşılmış araştırma sonuçları ile benzer bilgilere ulaşılmıştır. Mevlana isminin ticarileşmesi, kaynakların tercüme edilmesindeki zorluklar ve anlaşmazlıklar ve maneviyattan uzaklaşma, kültürel ve dini uyumsuzluk ve Sufi geleneğin unutulmaya başlanması gibi nedenler yeterli bilgiye ulaşılmama nedenleri arasında yer almaktadır.

K1. “O oku oku bitmez. Mesnevi dersleri, özellikle bir dersin mesela tekrar tekrar dinlenmesi lazım. Mesela, Kur'an'da da aynı şeyden bahseder; Kur'an hep aynı şeyleri anlatır baktığında ama Mesnevi de aynı şeyleri anlatır. Gerçek öyle değil. Çünkü insan, tekrarla anlayan bir varlık. O yüzden hep tekrarlamak çok önemli”.

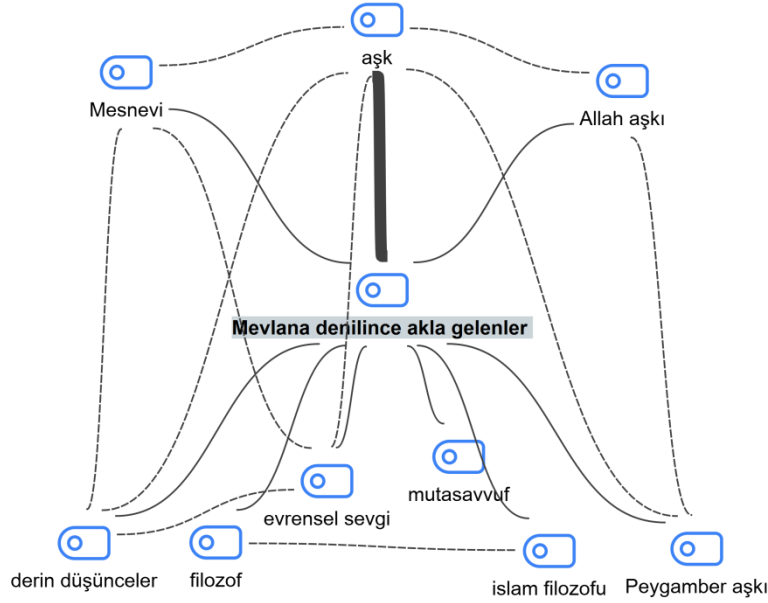
K12. “Yeterince bilgiye sahip olduğumu düşünmüyorum. Keşke her şeyi okuyup araştırırsak ama bir yerlerde eksiklerimizin olduğunu mutlaka düşünüyorum”.

“

2.2. Mevlana Denilince Akla Gelenler

Şekil 3

Mevlana Denilince Akla Gelenler



İncelenen verilerde Mevlana denilince ilk olarak akla gelen kodun önemli yoğunlukta aşk olduğu görülmüştür. Buna ek olarak, mesnevi, Allah aşkı, Peygamber aşkı, mutasavvıf olduğu, evrensel sevgi, filozof, derin düşünceler kodları da oluşmuştur. Aşk ile Allah aşkı, Peygamber aşkı, evrensel sevgi, derin düşünceler ve mesnevi arasında alt kod bağı görülmektedir (Bkz. Şekil 3). Mevlana denilince akla ilk “aşk” kavramının gelmesi, Aydın ve Karimi’nin (2025) araştırma sonuçları ile benzer bulgulara sahiptir. Buna göre İnsanlar Mevlana ve onun öğretileri ile egoist hırslarından ve yüzeysel arzulardan arınıp, derin bir farkındalığa ulaşmakta ve bunu da aşkın dönüştürücü gücü ile yapabilmektedirler. Bunun yanında yine Mevlana ve eserleri -öncelikle mesnevi- insanların manevi anlamda eksiklerini bulabildikleri bir kaynak olarak dile getirilmiştir (Fakhruddin Al-Razi vd., 2025). Maneviyat (spirituality) Mevlana düşüncesinde bulunan önemli bir kavramdır.

K2. “Aşk. Allah aşkı, peygamber aşkı geliyor. Zaten Hazreti Peygamberi sevmek için ilk önce Hazreti Mevlana’yı anlamak gerekiyor. Mesneviyi iyi anlamak gerekiyor; oradaki o ilahi aşkı anlamak gerekiyor. Çünkü aşk kesilmişler, sürekli her

“

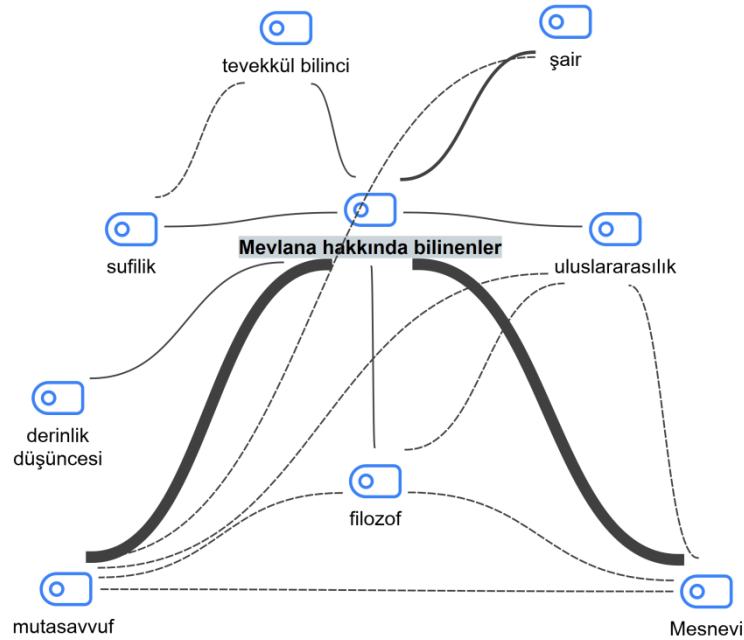
bir hususta arşiv olmuşlar. Baktığımız zaman hani Mevlana deyince sadece aşk geliyor aklıma”.

K16. “Mevlana denilince aklıma ilk olarak onun derin düşünceleri ve evrensel sevgi anlayışı geliyor. Şiirleriyle özellikle Mesnevi adlı eseriyle insanlığa barış hoşgörü ve aşk konularında bizlere önemli mesajlar sunuyor”.

2.3. Mevlana Hakkında Bilinenler

Şekil 4

Mevlana Hakkında Bilinenler



Mevlana hakkında bilinenlere ilişkin verilerde Onun mutasavvıf olduğu kodu ve Mesnevi kitabı öne çıkmaktadır. Bunlara ek olarak şair kimliği, filozof oluşu, derin düşünceleri, sufiliği, tevekkül bilinci, uluslararasılığı da vurgulanmıştır (Bkz. Şekil 4). Bu bulgular literatüre bakıldığında önceki araştırmalar ile örtüşmektedir (Aydın ve Karimi, 2025). Bilim ve Ay (2022) Mevlana'nın yalnızca dünya çapında bir filozof değil, aynı zamanda dini mesajlarıyla Müslümanlar için oldukça önemli ve çekici bir kişilik olduğunu ifade etmiştir.

K18. “Türk edebiyatının en önemli şairlerinden biri ve İslam tasavvufunun önde gelen temsilcilerindendir Mevlana. Yaşamı boyunca felsefesi, sevgi, hoşgörü ve

“

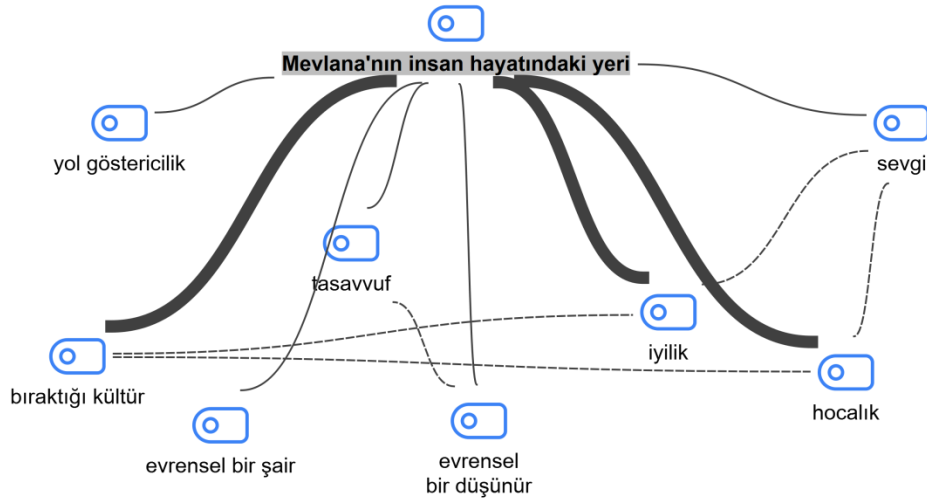
birlik üzerine inşa edilmiştir. "Gel, ne olursan ol, yine gel" sözü, onun herkese açık olan düşünce yapısını simgeler. Mevlana, sufizm (tasavvuf) anlayışını benimseyen bir düşünürdür ve bu bağlamda Tanrı'yı aşk ile bulmayı, insanlara ve tüm varlıklara sevgi ile yaklaşmayı öğütüyor. Mevlana'dan öğrenecek çok şeyimiz olduğunu düşünüyorum, keşke hayatımıza da bu düşünceleri geçirebilsek”.

K15. “Mevlana, öğretileri ve eserleriyle hem dini hem de edebi alanda büyük bir miras bırakmış ve günümüzde de pek çok insan için ilham kaynağı olmaya devam etmektedir. Hayatıyla eserleriyle tasavvuf anlayışıyla bizlere örnektir”.

2.4. Mevlana'nın İnsan Hayatındaki Yeri

Şekil 5

Mevlana'nın İnsan Hayatındaki Yeri



Elde edilen verilerde Mevlana'nın insan hayatındaki yerine ilişkin bıraktığı kültür, hocalık ve iyilik kodları öne çıkmıştır. Ayrıca sevgi, evrensel bir düşünür olması, evrensel bir şair olması, yol göstericiliği de vurgulanmıştır (Bkz. Şekil 5). İyilik ya da insanların iyimserliğini iyileştirme düşüncesi ve bunun psikolojik olarak ruh sağlığına olumlu etkisi, Mevlana'nın düşüncesinden yola çıkarak ulaşılan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır (Fakhruddin Al-Razi vd., 2025).

K12. “Mevlana'nın hayatındaki yeri ve önemi kandiller aracılığı ile olmaktadır. Çünkü Konya kandillere verdiği önem açıcısından çocuklara kandil kültürünü sevdirek aşılmasıyla bilinen şivlilik ile günümüzde devam etmesi yönünden kandillerin yeri ve önemi kıymetlidir”.

“

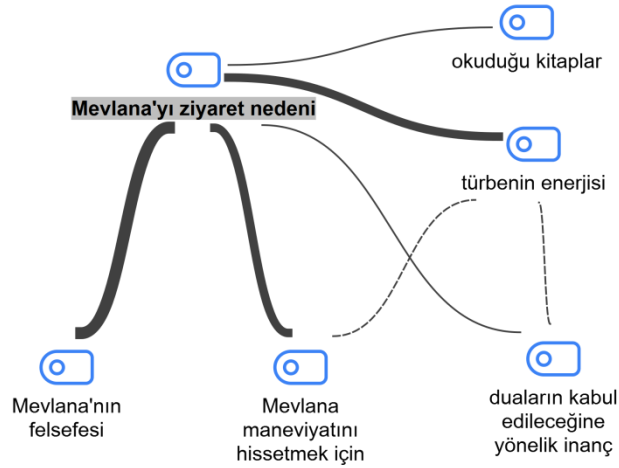
K9. “Fikirlerine ve insanı sakinleştiren telkinleri ve nasihatleri ile duruşuna saygı duyduğum bir alim”.

K2. “Mevlana ile aslında hayat görüşümü hemen hemen örtüştürmeye çalışıyorum. Tabii ki bunu yapamam, onun gibi hiçbir zaman olamayız ya da ben de olamam. Onun açmış olduğu yolda ilerleyen müritleri olabiliriz. Bu şekilde düşünüyorum çünkü o bir yol açtı, o bir hocalık yaptı. Müşrik olarak biz de onların müridi olarak bunun gibi olmaya gayret gösterebiliriz. Biz hani o yolda olmaya gayret gösterebiliriz. Çünkü Hazreti Mevlana'ya baktığınız zaman sadece sevgi var; seviyor herkesi, seviyor. Ona taş atıyorlar mesela, o gül atıyor. Yani bu başka bir şey. Yani ona hakaret ediyorlar. Hani Hazreti Peygamber Efendimiz için de aynısı geçerlidir; o da hepsi yani iyilik olarak, iyilikle yol bularak aşmaya çalışmıştır. Her şeyin aynısı Hazreti Mevlana için de geçerlidir.”.

2.5. Mevlana'yı Ziyaret Nedeni

Şekil 6

Mevlana'yı Ziyaret Nedeni



Elde edilen verilerde Mevlana'yı en fazla ziyaret nedeni olarak Mevlana'nın felsefesi, Mevlana maneviyatını hissetmek, türbenin enerjisi kodları öne çıkmıştır. Bunlara ek olarak katılımcıların okuduğu kitaplar, dualarının kabul edileceğine ilişkin inançları kodları da vurgulanmıştır (Bkz. Şekil 6). Bulgular bu hali ile Altun ve Çınar (2019) ve Fakhraddin Al-Razi ve diğerlerinin (2025) araştırmaları ile benzer sonuçlar taşımaktadır. Mevlana ismi, felsefi boyutlarıyla eğitimsel yönü ve özellikle içsel ve kişisel koşulları etkileyerek, ziyaret edenler için dini motivasyonlar

“

oluşturmaktadır (Bilim ve Ay, 2022). Bu motivasyonlar ziyaret edilme nedenlerinin art alanındaki temel nedendir. Bunun yanında Mevlana'nın evrensel idealleri, toplumsal, manevi ve kişisel sorunlar karşısında önemli tavsiyeler sunduğu için modern kültür ile yakından ilgilidir (Aydın ve Karimi, 2025). Ziyaretçiler modern hayatta karşılaştıkları pek çok sorun için Mevlana ve düşüncesini öğrenerek mücadele edebilmektedir.

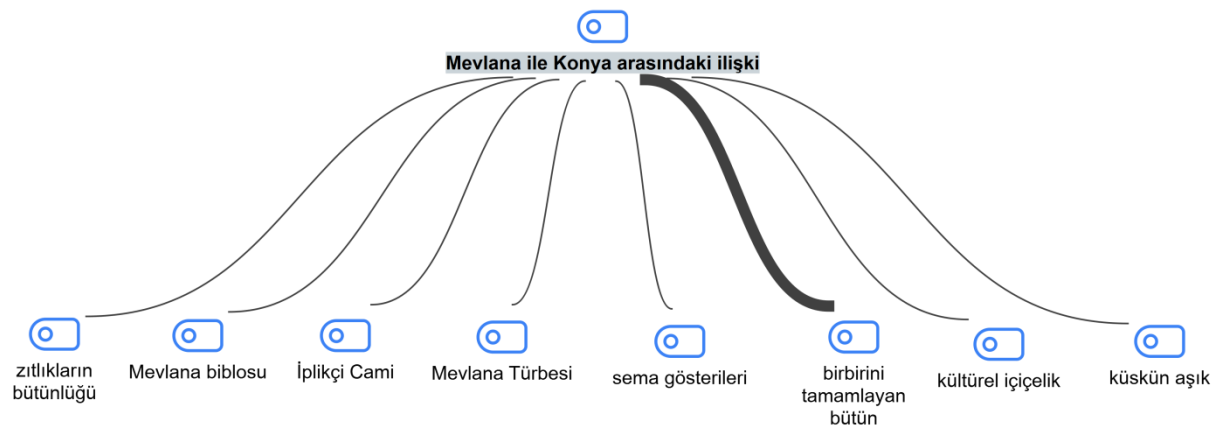
K16. “Mevlana'yı ziyaret etme sebebim yaz tatilinde Konya'ya arkadaş ziyaretine geldiğimde kültürel bir gezi yapmak istedim. Konya ulaşım olarak çok kolay ve rahat bir şehir bu da Mevlana'yı ziyaret etmemi kolaylaştıran unsurlardan biri oldu. Mevlana'nın hayatımızdaki yeri ise insanlara olan bakış açımı değiştirmeye çalıştığım bir dönemdi ve Mevlana'nın ‘Ne olursan ol yine gel.’ düşüncesi gibi insanlara karşı kibirsiz ve önyargısız bir şekilde bakmaya çalışarak hayatımı devam ettirmeye çalışıyorum.”.

K6. “Mevlana'yı ziyaret etmek istediğim zamanlar genellikle uhrevi havayı hissetmek büyük mutasavvıflarından olan Mevlana'yı hissetmek amaçlı oluyor ruhani bir huzur için diyebilirim.

2.6. Mevlana ile Konya Arasındaki İlişki

Şekil 7

Mevlana ile Konya Arasındaki İlişki



Mevlana ile Konya arasındaki ilişki temasında birbirini tamamlayan bütün kodunun yoğunluğa sahip olduğu görülmektedir. Zıtlıkların bütünlüğü, Mevlana biblosu, İplikçi Cami, Mevlana türbesi, sema gösterileri, kültürel içiçelik, küşkün

“

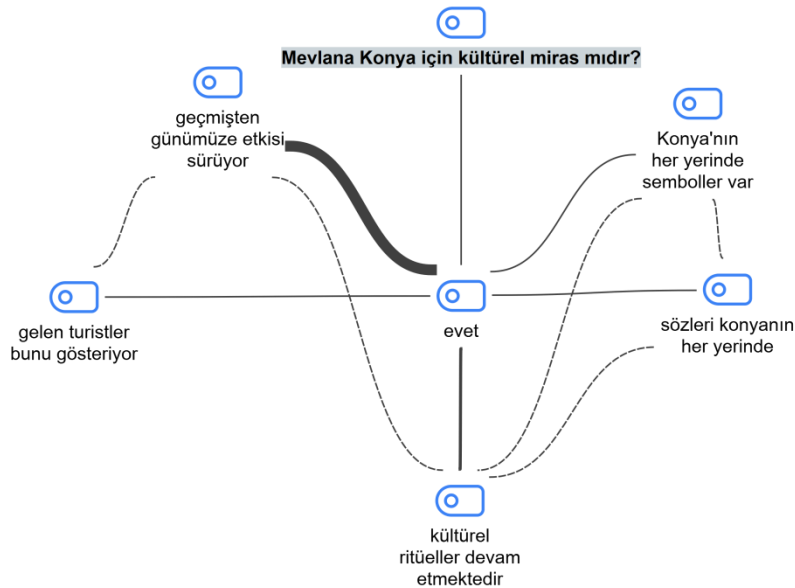
aşık kodlarının da vurgulandığı görülmüştür (Bkz. Şekil 7). Yapılan araştırmalar, Konya ili denildiğinde zihinlerde hemen Mevlana'nın geldiği sonucunu doğrulamaktadır. Buna göre Mevlana müzesi ve Konya'nın manevi, ruhsal atmosferinin ziyaretçileri rahatlattığı özellikle vurgulanmıştır. Gelen ziyaretçilerin pek çoğu Konya'dan memnun ayrılma larını müze ve Mevlana ziyaretleri ile açıklamışlardır (Altun ve Çınar, 2019; Görkemli vd., 2013; Tayfun vd., 2013; Toklu ve Pekerşen, 2020). İnanç turizmi bakımından, mekanların huzur ve mutluluk verici ortamları, özel alanlar olarak değerlendirilmektedir (Çam ve Çılgınoğlu, 2020). Ancak Sarı (2010) hazırladığı tez çalışması neticesinde ulaştığı bulgular çerçevesinde Mevlana'nın, Konya şehir imajı ve kent kimliği konusunda geri plana atıldığını ve sadece ticari bağlantılar kurabilmek adına bir araç olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda Mevlana'nın kurulacak ticari ilişki için sadece bir araç olarak kullanıldığı ve sahip olduğu potansiyelin kullanılmadığı sonucu çıkarılabilir.

K12. “Mevlana'nın türbesi, Konya'da bulunan en önemli tarihi ve kültürel mekânlardan biridir. Mevlana'nın öğretilerinin ve yaşamının merkezi olarak kabul edilen türbe ikisi arasındaki ilişkiyi somutlaştırabilir”.

2.7. Mevlana Konya için Kültürel Miras mıdır?

Şekil 8

Mevlana Konya için Kültürel Miras mıdır?



“

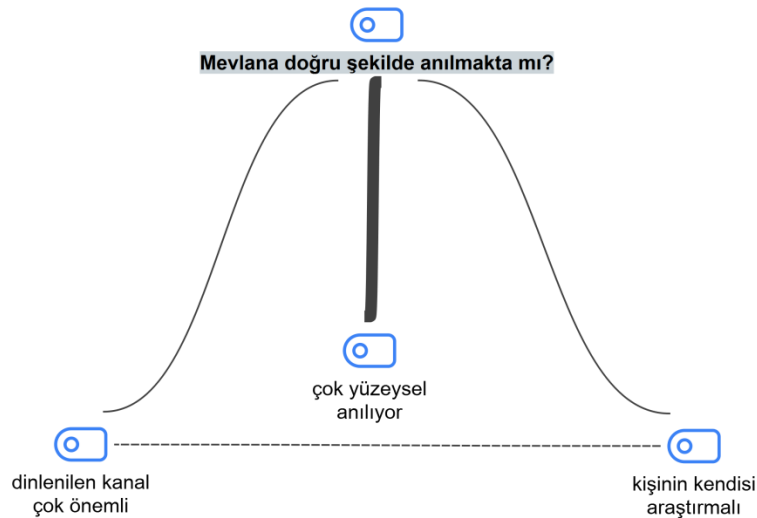
İncelenen verilerde Mevlana'nın Konya için kültürel miras olup olmadığı temasında geçmişten günümüze etkisinin sürdüğü kodu öne çıkarmıştır. Bu durum kültürel bir miras olarak devam ettiği şeklinde yorumlanabilir. Ek olarak Konya'nın her yerinde sembollerin olduğu, sözlerinin Konya'nın her yerinde olduğu, kültürel ritüellerin devam ettiği, gelen turistlerin de kültürel miras olduğunun kanıtı olduğu kodları oluşmuştur (Bkz. Şekil 8). Literatüre bakıldığında Konya'nın bir kültür kenti olduğu (Görkemli vd., 2013), bu mekanların kültürel miras niteliği taşıdığı, ziyaretçilerde ve yerel halkta koruma bilinci çerçevesinde korunmaya alındığı (Kervankiran ve Eryılmaz, 2017), Mevlana'nın yaşam tarzı, dünya görüşü, tüm insanlığa kucak açması, dinler arası hoşgörü düşüncesi ve kabrinin bu müzede bulunmasından dolayı, Türkiye'nin önemli inanç merkezlerinden biri konumuna geldiği (Altun ve Çınar, 2019) gibi bulgular ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca Sarı (2010) Konya'nın kentsel kimlik inşasında Mevlana'nın önemli bir rol oynadığı da belirlenmiştir.

K15. “Evet Konya için önemli bir miras. Kültürel ve turistik bir miras Konya için. Mevlana için birçok ülkeden turist geliyor ziyaretçi çekiyor. Konya'nın hem tarihi hem de kültürel mirası açısından çok büyük bir yeri var”.

2.8. Mevlana Doğru Şekilde Anılmakta mıdır?

Şekil 9

Mevlana Doğru Şekilde Anılmakta mıdır?



“

Elde edilen verilerde Mevlana'nın anılmasına ilişkin soru temasında çok yüzeysel anıldığı kodu yoğunluğa sahiptir. Ek olarak Mevlana hakkında bilgi alınan kanalın önemli ve kişinin kendisinin araştırması gerektiği kodları da oluşmuştur (Bkz. Şekil 9). Bilindiği üzere her geçen gün Mevlana anma törenleri hem Şeb-i Arus dönemi çeşitli etkinliklerle gerçekleştirilmekte, hem de yılın diğer dönemlerine farklı etkinlikler yapılmaktadır. Konya da sürdürülebilir olan anma törenlerinin varlığı ve çeşitliliğine rağmen, katılımcıların yüzeysel anılmakta cevabına yoğun bir katılımı farklı nedenlerle olabilir. Örneğin, Turker vd. (2024) "Müze çevresinin yenilenmesi ve daha çok turizm odaklı hale gelmesi, yerel halkın bu bölgeden uzaklaşmasını sağlamış, ticari faaliyetlere alan açılarak, ticari olmayan faaliyetler bu bölgeden uzaklaşmıştır. Mevlana çevresinde bulunan görsel ve işlevsel sunumlarda, onun anlatımını etkilemektedir" şeklindeki ifadesi katılımcılar tarafından bilgi ve iletişim kurma becerisini olumsuz etkilemiş olabilir. Ayrıca Mevlana ve felsefesinin doğru anlatılmaktan ziyade, ideolojinin kapitalist sistemde pazarlanabilir alanlar, ürünler ve ortamlar geliştirmesi ve bunların metalaştırılması ya da Mevleviliğin bir turizm ürünü olarak kullanılması, dolayısıyla doğruyu aktarmaktan ziyade bir kalkınma aracı olarak kullanıldığı (Sarı, 2010) iddiası bu sonuçları destekler nitelikte yorumlanabilir.

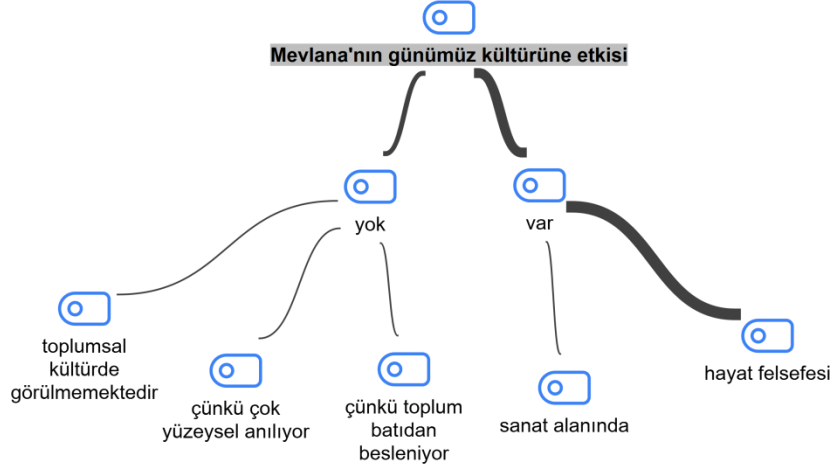
K5. "Mevlana, Konya'nın bütünsel ismi ve kültürel mirası olarak ön plana çıkmaktadır. Ancak, doğru bir şekilde anılıp anılmadığı konusunda şüphelerim var. Mevlana'nın öğretileri geniş kitlelere ulaşmamaktadır. Bu, iletişim kanallarının yetersizliği nedeniyle olabilir ve bu öğretilerinin tam olarak anlaşılmasına neden olmaktadır".

2.9. Mevlana'nın Günümüz Kültürüne Etkisi

"

Şekil 10

Mevlana'nın Günümüz Kültürüne Etkisi



Mevlana'nın günümüz kültürüne etkisi temasında hem olmadığını hem de olduğunu düşünenler bulunmaktadır. Ancak olduğunu düşünenlerin yoğunluğu diğerinden daha fazladır. Mevlana'nın günümüz kültürüne etkisinin hayat felsefesi ve sanat alanında olduğu vurguları oluşmuştur. Etkisinin olmadığına yönelik verilerde ise toplumsal kültürde görülmediği, çok yüzeysel anıldığı, Türk toplumunun batıdan beslendiği kodları meydana gelmiştir (Bkz. Şekil 10). Literatüre bakıldığında günümüz kültürüne etkisinin olduğu yönünde ifadeler bulunmaktadır. Örneğin; Aydın ve Karimi (Aydın ve Karimi, 2025), Mevlana'nın eserleri ve şahsiyetinin dünya çapındaki sanatçıları, şairleri ve entelektüelleri etkilediğini, sanatsal ifadenin Mevlana öğretisindeki uyum ve hakikati arama yolları ile beslendiğini, bu bağlamda günümüz dünyasına ışık tutarak, bireyleri şefkat bakış açısı geliştirerek ve manevi bakımdan derinden etkilediğini ifade etmektedir. Bunun yanı sıra Konya açısından şehrin merkezi tasarımı ve mimarisinde Mevlana'nın önemli rol oynadığı, şehir ekonomisinde yerinin olduğu, şehrin sosyal imkanları açısından alternatifler geliştirdiğine dair bulguları da (Turker vd., 2024) desteklediği söylenebilir.

K16. “Evet, Mevlana, günümüz kültürüne önemli bir etki yapmaktadır. Onun felsefesi ve eserleri, özellikle sevgi, hoşgörü ve insanlık öğretileri modern dünyada hala geçerliliğini devam ettiriyor”.

“

K1. “Şöyle, genel anlamıyla o etkiyi hissedemeyebiliyorsun toplumda çünkü toplum artık doğudan beslenmiyor, batıdan besleniyor aslında. Batı, güneşin battığı yerdir. Güneşin doğduğu yer doğudur, doğu medeniyetleridir. İlmi, spiritüel enerji kanalları hep doğudan batıya doğru gitmiştir ama şimdi biz tam tersini yaşıyoruz; kapital dünyadayız, hep batının öğretileriyle hareket etmeye çalışıyoruz. Maddeye tapma, maddecilik, üstün olma yani geçici mutluluklar aslında bunlar. Fakat bunların peşinden hâlâ koşmaya devam ediyoruz. ...Çünkü şöyle, mesela aynen ya kin diyoruz değil mi? Baktığın zaman yani, ay ne demek? Göz yani, görerek, aynalayarak biz birbirimizi tanıyoruz ve birbirimizle iletişim kuruyoruz. O yüzden de oturduğumuz, kalktığımız, izlediğimiz, dinlediğimiz, hatta yediğimiz, içtiğimiz her şeyde çok çok dikkat etmemiz gerekiyor. Kendi hem ruhsal hem de bedensel sağlığımız için kendimizi korumaya alabiliriz. Yani kendimiz değişirsek ancak toplumda değişmeye başlar; bu bireysel bir değişim, sonra topluma ulaşır”.

2.10. Mevlana Bir Marka mıdır?

Şekil 11

Mevlana Bir Marka mıdır?



Mevlana'nın marka olmasına ilişkin temada ise tüm katılımcılar tek bir veri sunmuştur. Tüm katılımcılar Mevlana'nın marka olduğunu düşünmektedirler (Bkz. Şekil 11). Katılımcıların tamamının Mevlana'nın bir marka olduğunu dile getirmesinin nedenleri birbirinden farklı olarak yorumlanabilir. Bazı katılımcıların Mevlana'nın felsefesi ve eserleri yolu ile bu sonuca vardığı görülürken, bir kısmı ise bu kanıya şehrin imajı ve özellikleri yolu ile ulaştığı anlaşılmaktadır.

“

Önceki çalışmalara bakıldığında, Mevlana'nın şehrin pazarlanması ve markalaşması adına önemli bir rol üstlendiği sonucuna rahatça ulaşılabilir. Günümüz dünyası ve ekonomik hayatın bir sonucu olarak oluşan kapitalist tüketim kültürü, kendi hakimiyetini sürdürme hususunda birçok değerli ögeyi ve kültürel varlığı cazip ve lüks bir ürün haline getirebilmekte (Torlak, 2016) ürünleri ve markaları olduğundan farklı olarak amaçlara yönlendirebilmektedir. Katılımcıların Mevlana'yı bir marka olarak görmeleri, tanıtım eksikliklerinden bahsetmeleri, bilgi almanın ve bilgilendirmelerin eksik olduğu yönündeki ifadeleri bu çerçevede incelendiğinde, Mevlana'nın dünya çapında olan ünü ve tanınırlığının, şehrin sadece yerelliğinin pazarlanmasında bir araç olarak kullanıldığı ve Mevlana'nın metalaşma sürecine kurban edildiği tespitinde bulunan Sarı'nın (2010) ifadelerini akla getirmektedir.

K9. “Evet olabilir. Çünkü hem felsefi düşünceleri hem de kültürel mirası ile geniş bir kitleye hitap ediyor. Düşünceleri insanları bir araya getiren evrensel değerler sunuyor. Öğretileri çeşitli sektörlerde ilham kaynağı olmuş ve birçok insan tarafından benimsendiği için bir marka olarak değerlendirilebilir”.

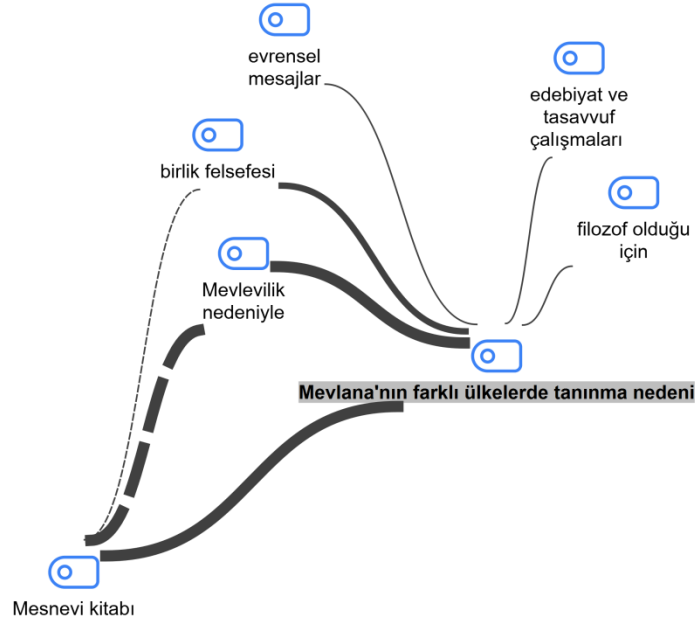
K20. “İnsanların aklına Konya deyince Mevlana, Mevlana deyince Konya geliyor zaten. Bu yüzden evet markadır”.

2.11. Mevlana'nın Farklı Ülkelerde Tanınma Nedeni

“

Şekil 12

Mevlana'nın Farklı Ülkelerde Tanınma Nedeni



Mevlana'nın farklı ülkelerde tanınma nedenine ilişkin temada, Mevlevilik, mesnevi kitabı ve birlik felsefesi kodlarının yoğunluk kazandığı görülmektedir. Ek olarak evrensel mesajları, filozof olması ve edebiyat, tasavvuf çalışmaları kodları da oluşmuştur. Mevlevilik ve mesnevi kitabı kodlarının yoğun bir alt kod oluşturduğu da görülmektedir (Bkz. Şekil 12). Elde edilen bulgular önceki çalışmaları desteklemektedir (Altun ve Çınar, 2019; Fakhruddin Al-Razi vd., 2025).

K8. “İnsanları birleştiren, iyi niyetli olmaya iten, kusurlara değil iyiye yönelmeyi düstur edinen büyük bir alim olması olabilir. Her daim ne olursan ol yine gel diyen ve davet eden ilahi aşka adanmış ömrünün insanları etkilemesinden ve bunu mesnevilerle yazıya dökerek yüzyıllardır insanlara ulaştırmasından kaynaklı olabilir”.

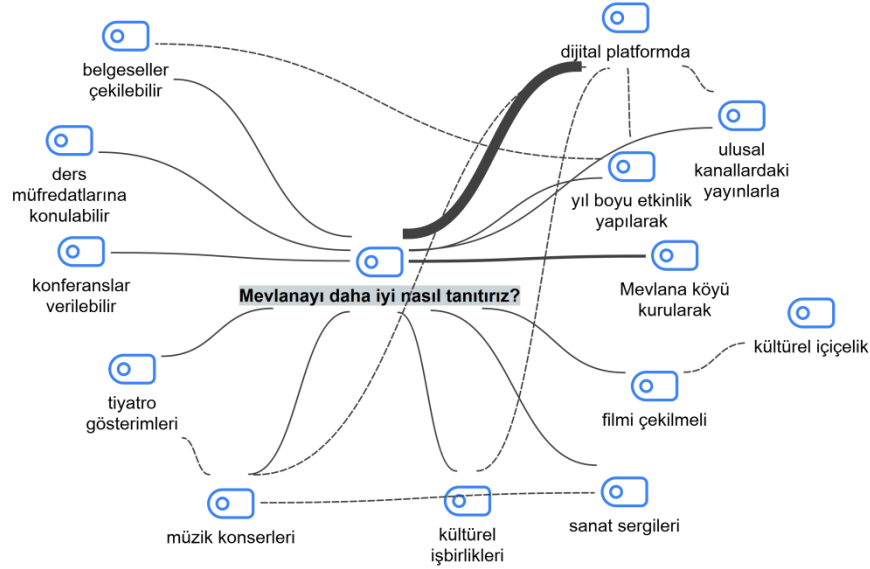
K12. “Mevlevilik tarikatı olabilir. Sema gösterileri için çok insan geliyor. Barış insanlık duygusu olabilir. Farklı kültürlerle olan etkileşimi için geliyor olabilirler”.

2.12. Mevlana'yı Daha İyi Nasıl Tanıtırız?

“

Şekil 13

Mevlana'yı Daha İyi Nasıl Tanıtırız?



Mevlana'nın daha iyi nasıl tanınacağına ilişkin temada, dijital platform çok açık bir şekilde öne çıkmaktadır. Buna ek olarak belgesellerin çekilebileceği, ders müfredatlarına konulabileceği, konferanslar verilebileceği, tiyatro gösterileri, müzik konserleri, kültürel işbirlikler, sanat sergileri, film çekimi, Mevlana köyü, ulusal kanallarda yayınlar kodları da oluşmuştur (Bkz. Şekil 13).

K2. “Şu anda Tabii platformunda bir dizi başladı. Tabii platformu uluslararası, hani bu Netflix tarzında, bizim kültürümüzü anlatan TRT'nin bir platformu. O diziyi izlemenizi muhakkak tavsiye ediyorum. Şu anda biz artık video çağındayız. Geleneksel medya ve geleneksel reklam kampanyaları artık sadece itibar gösterisi için kullanılıyor; fakat onun yerini dijital aldı, dijital pazarlama aldı. Biz ne yapacağız? Dijitalde dijital reklam çalışmalarıyla Mevlana'yı tanıtacağız. Tamamen dijital ve yapay zeka artık onların çağı”.

K20. “Tabii ki etki ediyor, yoksa bugüne kadar süregelmesi imkansızdı. Kuşak olayına çok olumlu bakan bir insan değilim lakin Z kuşağıym ve Mevlana'nın sözlerini, felsefesini hayatıma enjekte etmeye, mottoya çevirmeye çalışıyorum. Bunu bizlere ünlüler, sanatçılar, akranlarımız ya da akrabalarımız yapamazken Mevlana bize yapabiliyor. Mevlana'nın doğru bir şekilde anıldığını fakat daha fazla anılması gerektiğini düşünmekteyim. Bildiğim kadarıyla Konya'da

“

semazen gösterileri ve Şeb-i Arus oluyor, bana göre yeterli değil. Konya oldukça büyük bir şehir, bir Mevlana dergahı ya da bir Mevlana köyü kurulabilir ve insanlar gerçekten orada bu kültürü özümsemeye çalışabilirler. Günümüzde böyle bir hayat şartına geçmeyi çoğu kişi başaramayacaktır; ancak gerçek anlamda özümsemek isteyenler için oldukça verimli olacaktır. Köyün içerisinde Mevlana'nın hayatı ve felsefesi tam anlamıyla anlatılırsa çok daha iyi olacağını düşünmekteyim. Okuduğum tarzlar ile Mevlana'nın eserleri ne yazık ki hiç uyuşmuyor, dili bana ağır geliyor. Umarım yaşım arttıkça bir gün okumaya başlarım”.

SONUÇ

Konya'ya gelen yerli turistlerin Mevlana algıları üzerine inşa edilmiş bu araştırma, Mevlana'nın tanınırlığında sahip olduğunu popülerlik, eserlerinin şiirlerinin ve kitaplarının bu popülerlikteki durumu, Mevlana düşüncesinin turistler açısından anlaşılabilirliği ve Mevlana'nın Türkiye ve Konya'nın kültürel miras hazinesindeki yerini nitel olarak tespit etmek üzere kurgulanmıştır. Mevlana'nın kendi popülerliği, eserleri ve düşünce felsefesi ile dünya çapında oldukça üst bir tanınırlık ve bilinirlik özelliği taşıması, onun şahsının tanıtımı, çağrısının insanlara ulaşması ve özellikle Konya şehir kültürü içerisindeki tamamlayıcı boyutu, gerçekleştirilen anma ve tanıtım faaliyetleri içerisindeki yeri merak edilen bir konudur. Elde edilen bulgular yerli turist örneklemini yansıtmaktadır. Bu sonuçlara göre, Mevlana hakkında yeterli bilginin katılımcılar tarafından ihtiyaç duyulduğu, ziyaret edilen müze ile ilgili bilgiye sahip olmadan gelindiği ortaya çıkmıştır. Her ne kadar bilgi eksikliği ön plana çıksa da ziyaretçilerin özellikle Mevlana öğretisinde bulunan Allah aşkı ve evrensel manevi düşünceler konusunda kısmen de olsa bilgili oldukları belirlenmiştir. Popülerliğinin dayandırıldığı temel nokta tasavvuf inancı ve bu inancı aktarmaya çalıştığı temel eserlerinden olan mesnevinin, Mevlana'ya ait akla ilk gelen bilgiler olduğudur.

Konya şehri Mevlana ile bütünleşik bir yapıya sahiptir. Bu yapı hem fiziki ve mimari olarak görülebilirken hem de Konya da yaşayan yerli halkın düşünce ve davranış sistemlerinde var olabilmektedir. Geleneksel tasavvuf kültürü şehir hayatı ve yaşam pratiklerinde farklı biçimlerde bulunmaktadır. Şehir merkezinin mimarisi ve merkezi yollar Mevlana türbesi konumuna göre planlana gelmiştir. Özellikle son

“

yıllarda dönüşüm projeleri sayesinde, türbe etrafı oldukça nezih alanlara, alışveriş çarşılarına dönüşerek, sosyal ve boş zaman faaliyetlerinin yeni merkezi haline gelmiştir. Aslında Mevlana ve Konya bu çerçevede pek çok açıdan birbirini tamamlamıştır. Bu anlamda Mevlana'nın Konya şehir tanıtım ve pazarlamasında temel varlık olmasının önemi büyüktür.

Mevlana'nın kültürel bir miras olduğu hem literatür desteği ile sağlanmış hem de araştırma yapılan ziyaretçilerin tamamı tarafından onaylanmıştır. Aktardığı kültür ve düşünceler, varlığını halen sürdürebilmekte, takipçileri tarafından deneyimlenebilmektedir. Onu sevenler ve takip edenler, kendi içerisinde derin bir muhafaza sistemi de oluşturarak, tasavvuf ve sufi düşünce sistemlerini gerçek hayatlarına yansıtmakta ve geleneği kısmen de olsa sürdürebilmektedir. Bu durum yalnızca Mevlana'ya bir şekilde bağlılık gösteren kesim üzerinde değil, onun hayata bakışı ve düşüncelerinde kendine de yer bulan insanların ortak görüşü haline gelebilmiştir. Bu sonuca türbeyi ziyaret eden insanların sayısı ve çeşitliliği örnek gösterilebilir. Ancak yerli turistlerin birçoğunun Mevlana anlatısının yeterli olmadığı görüşü, insanların Mevlana konusunu çekici bulup bir şekilde ziyaret etmelerine rağmen, eldeki hazinenin değerinin bilinmediği, doğru ve yeterli aktarılmadığı anlamına gelmektedir.

Günümüz modern dünyasında Mevlana gibi bir düşünürün görüşleri elbette kolay anlaşılmayacaktır. Nitekim katılımcılar günümüz kültürüne Mevlana'nın etkisinin sınırlı olduğu, bu etkinin varsa da sanat haricinde somut anlamda pek ortaya çıkmadığı görüşündedir. Bu sonuçlar yukarıda izah edilmeye çalışılan, Mevlana'nın çekiciliğini oluşturan temel unsurların yine kendi tarafından oluşturulduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Öyle ki modern kültür öğeleri temel unsurlarını daha çok batı merkezli olarak beslemekte, batının ideolojik aktarımları ve kültürel hegemonyası Türk toplumunu da olumsuzluklara itebilmektedir. Tüm bu gelişmelere rağmen, Mevlana'nın eserleri ve düşünceleri yoluyla hayatlarına yön vermiş insanların varlığını engelleyememiştir. Kitaplarının farklı dillere çevrilmesi, tasavvuf düşüncesinin üyelerince kıtalara yayılması, Mevlevilik kültür ve geleneklerinin günümüz hayatındaki pek çok meselenin çözümüne getirdiği pratiklik, evrensel mesajlarının tüm insanlığı kapsayıcılığı, iletişim teknolojilerinin gelişimi gibi

“

nedenler, Mevlana'yı pek çok farklı ülkede tanınmasını sağlamıştır. Yeni iletişim teknolojileri de bu tanınmayı kolaylaştırmış ve desteklemiştir. Ayrıca Bakanlıklar, Konya belediyeleri ve kamu kuruluşlarının birbirinden farklı tanıtım platformları bulunmaktadır. Hem akademik hem kültürel faaliyetler gerçekleştirilmekte, bu etkinliklerin mümkün olduğunca yılın tamamına yayılması planlanmaktadır. Katılımcıların bu etkinliklerden haberdar olması önemlidir. Bunun yanı sıra katılımcıların bu etkinlikleri yetersiz buldukları sonucu, daha önce anlatılan bilgi eksikliği ve tanıtım yetersizliği gibi sonuçlardan anlaşılabilmektedir.

Son olarak bu araştırmada ulaşılmak istenen cevaplardan biri de Mevlana'nın kültürel bir miras olmasının yanında, pazarlama iletişimi çerçevesi açısından bakıldığında bir marka olup olmadığı konusudur. Katılımcılar Mevlana'nın bir marka olduğu konusunda hem fikirlerdir. Gerçekleştirilen söyleşilerde bu konu üzerinde ihtilafa düşülmemiştir. Ancak tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin yetersizliği de bu araştırma sonucunda ulaşılmış bir diğer sonuçtur. Bu durum Mevlana'nın şehrin kimliğinin ve tanıtım yüzü olarak kullanıldığında, onun eserlerine, düşüncelerine, evrensel birlik ve beraberlik mesajlarına odaklanmaktan ziyade, şehrin ekonomik katkısına odaklanıldığını ortaya çıkartan bir sonuç olabilir.

KAYNAKÇA

- Altun, E., ve Çınar, K. (2019). İnanç turizmi kapsamında Mevlânâ Müzesi'ni ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Journal of the Faculty of Political Science (JNEUSBF)*, 1(1), 14.
<https://izlik.org/JA24CM49JT>
- Arpaguş, S. (2007). *Mevlâna Celâleddin Rûmî (1207-1273)*. İSTEM.
- Atzeni, M., Del Chiappa, G., ve Mei Pung, J. (2022). Enhancing visit intention in heritage tourism: The role of object-based and existential authenticity in non-immersive virtual reality heritage experiences. *International Journal of Tourism Research*, 24(2), 240-255. <https://doi.org/10.1002/jtr.2497>
- Aydın, F. T., ve Karimi, P. (2025). The universal values of Mevlana in the context of globalization: The transformation of humanity, love, and tolerance. *Near East University Journal of Scientific Mysticism and Literature*, 1(2), 18-27.
<https://doi.org/10.32955/NEUJSML202512993>
- Bahar, H. İ. (2009). Sosyoloji. *USAK*, 31.
- Bilim, Y., ve Ay, S. (2022). Young Turkish tourists' religious tourism motivations, perceptions and intentions about a religious destination: The case of Konya, Turkey. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(2), 4.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21427/sf3j-mj03>

“

- Çam, O., ve Çılgınoğlu, H. (2020). İnanç turizmi merkezi olarak Mevlana Müzesi ile Şeyh Şaban-ı Veli Külliyesi'nin değerlendirilmesi. *International Journal of Turkic World Tourism Studies*, 5(2), 342-357.
<https://doi.org/10.37847/TDTAD.739933>
- ÇEKÜL. (2022). ÇEKÜL. Erişim Tarihi:19/10/2025.
<https://www.cekulvakfi.org.tr/proje/cekulun-kulturel-miras-anlayisi>
- Fakhruddin Al-Razi, M., Azhar, M., Widigdo, M. S. A., Jailani, I. A. (2025). Mevlana psychology: Rumi's contributions to mental health concept and practice development. *Journal of Spirituality in Mental Health*, 27(1), 141-161.
<https://doi.org/10.1080/19349637.2024.2328517>
- Feldman, W. (2022). *From Rumi to the whirling dervishes : music, poetry, and mysticism in the Ottoman Empire*. 280.
- Geertz, C. (2001). *Gerçeğin ardından : Bir antropoloğun gözünden iki islâm ülkesinin son kırk yılı* (U. Türkmen, Çev.). 200.
- Göktürk, I. (2023). Cumhuriyet'in 100. ılında sürdürülebilir kültürel miras yönetimi ve tarihsel perspektifle Ankara etnografya müzesi. *Kent Akademisi*.
<https://doi.org/10.35674/kent.1353406>
- Görkemli, N., Tekin, G., Baypınar, Y. E. (2013). Kültürel etkinlikler ve kent imajı- Mevlana törenlerinin Konya kent imajına etkilerine ilişkin hedef kitlelerin görüşleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(1), 150-171. <https://izlik.org/JA99SC65MT>
- Güner, Y. O. (2019). Kültürel miras olarak kan sembolü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 814-835.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/677868>
- Hofstede, G. (1980). Culture and Organizations. *International Studies of Management ve Organization*, 10(4), 15-41.
<https://doi.org/10.1080/00208825.1980.11656300>
- Kervankiran, İ., ve Eryılmaz, A. G. (2017). İnanç turizmine yönelik ziyaretçi algılarının demografik farklılıklar açısından incelenmesi: Konya Mevlana Müzesi Örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (59), 276-296. <https://izlik.org/JA35CY26FS>
- Kowalska, S. (2024). *Intangible Cultural Heritage: Social Memory and the Axiology of Protection Muzeológia a kultúrne dedičstvo Intangible Cultural Heritage: Social Memory and the Axiology of Protection*. 12, 63-75.
<https://doi.org/10.46284/mkd.2024.12.3.5>
- Kroeber, A. L., ve Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions Papers*. Peabody Museum of Archaeology ve Ethnology, Harvard University.
- Kuşçuoğlu, G. Ö., ve Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 58-67.
<https://izlik.org/JA89SY93ZW>
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025). *Mevlevi Sema Ceremony*. Erişim Tarihi:19/10/2025. <https://yakegm.ktb.gov.tr/TR-345100/mevlevi-sema-ceremony.html>
- Lin, T., Li, X., Zhang, X., Xiao, R., Tian, J., Ji, Y., Shao, M. (2026). A multimodal study of decoding heritage tourists' perception and emotion in historic urban

“

- areas of Ganzhou. *npj Heritage Science* 2026 14:1, 14(1), 2-.
<https://doi.org/10.1038/s40494-025-02242-4>
- Mariati, M., Abbas, E. W., Mutiani, M. (2021). The social science contribution through social studies learning. *The Innovation of Social Studies Journal*, 2(2), 110-120. <https://doi.org/10.20527/IIS.V2I2.3051>
- Pekolcay, N. (1972). Mevlana Celaleddin hayatı ve eserleri arasındaki ilgi. *İslam Medeniyeti*, 44-45.
- Prott, L. V., ve O'Keefe, P. J. (1992). 'Cultural Heritage' or 'Cultural Property'? *International Journal of Cultural Property*, 1(2), 307-320.
<https://doi.org/10.1017/S094073919200033X>
- Pyae, A. (2018). Understanding the role of culture and cultural attributes in digital game localization. *Entertainment Computing*, 26, 105-116.
<https://doi.org/10.1016/J.ENTCOM.2018.02.004>
- Sarı, Ö. (2010). *Tourism as a tool for development: The case of Mawlana tourism in Konya*. [Doktora Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Yayın no: 277714]. YÖK Ulusal Tez Merkezi
- Tang, C., Qiu, T., ve Li, Y. (2025). Heritage perspectives on cultural memory and spatial identity in Yuan River Basin, Hunan, China. *npj Heritage Science* 2025 13:1, 13(1), 261-. <https://doi.org/10.1038/s40494-025-01841-5>
- Tayfun, A., Kılıçlar, A., Uşaklar, A., Yayla, Ö. (2013). Şeb-i Arûs törenlerine katılan ziyaretçilerin memnuniyet ve sadakat düzeyleri üzerine bir araştırma. İçinde *International Conference on Religious Tourism and Tolerance Sempozyumu Bildirileri Kitabı*. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Toklu, S., ve Pekerşen, Y. (2020). Ziyaretçilerin Şeb-İ Arus Mevlana'yı anma törenlerine katılım nedenlerinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 24(2), 289-311. <https://doi.org/10.08.2019>
- Torlak, Ö. (2016). Tüketim: Bireysel eylemin toplumsal dönüşümü. İçinde *İnkılab* (2. bs). İnkılab yayınları.
- Turker, N., Ayyıldız, S., Uslu, A. N. (2024). Tourism gentrification: The case of Mevlana Museum and its surroundings. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 12(2), 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.21427/6nq5-yw37>
- UNESCO. (t.y.). *UNESCO Framework for Culture and Arts Education*.
- UNESCO/a. (2025). *UNESCO Dünya mirası listeleri*. Erişim Tarihi:19/10/2025.
<https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi>
- UNESCO/b. (2025). *UNESCO Somut olmayan kültürel miras*. Erişim Tarihi:19/10/2025. <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-K%C3%BClt%C3%BCrel-Miras-Listeleri>,
- UNESCO/c. (2025). UNESCO-Global report on cultural policies 2025, Culture : the missing SDG. İçinde *UNESCO global report on cultural policies 2025, Culture : the missing SDG*. UNESCO. <https://doi.org/10.58337/reju6051>
- Xiao, W., Yu, B., Zhang, H. (2025). Tourist Loyalty in Intangible Cultural Heritage Tourism: The Roles of Perceived Attributes, Involvement, and Cultural Identity. *Sustainability (Switzerland)*, 17(17), 8056. <https://doi.org/10.3390/su17178056>
- Yi, X., Fu, X., Lin, B., Zhang, G., Jiang, L., Zhang, J. (2025). Investigating the impact of tourists' perceived authenticity and aesthetics on word-of-mouth in

“

cultural heritage sites. *Tourism Management*, 111, 105167.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105167>

Zort, Ç., Karabacak, E., Öznur, Ş., Dağlı, G. (2023). Sharing of cultural values and heritage through storytelling in the digital age. *Frontiers in Psychology*, 14, 1104121. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2023.1104121/BIBTEX>

Extended Abstract

Research Background and Aim

Culture, which is transmitted from generation to generation through a common set of symbols and values and can be transformed into tangible or intangible heritage, has a dynamic structure and is a crucial element for the continuation of society. The continuity of cultural heritage establishes a defining identity for societies. The example of Mevlana offers a framework worthy of examination in terms of cultural intertwinement and cultural heritage. Mevlana has played a significant and central role in Konya's identity as a cultural heritage from his time to the present day. However, there is a lack of information in the literature regarding how this heritage is experienced and perceived by domestic tourists. Numerous promotional efforts are made regarding Mevlana, and traditional rituals such as Şeb-i Aruz are continued; however, visitors' level of knowledge remains limited. Therefore, the aim of this study is to determine the perceptions of Mevlana of domestic tourists who attended Mevlana-related events in 2024.

Methodology

This research utilizes a phenomenological design, a qualitative research method, to understand visitors' feelings and opinions regarding their perception of Mevlana. In this context, in-depth interviews were conducted with visitors, employing a semi-structured interview technique. In a semi-structured interview, the researcher prepares a set of questions; however, new questions can be added or removed during the interview. Open-ended questions aim to elicit in-depth answers, while also allowing for the emergence of new, unexpected questions. A systematically and consistently prepared semi-structured question list can encourage participants to deviate from the conversation and provide necessary information that

“

might not immediately come to mind. The interviews were conducted around the Mevlana Mausoleum with permission from the Konya Provincial Directorate of Culture. Before proceeding to the data collection phase, an ethics committee report (No. 19817, dated 14/06/2024) was obtained from the Necmettin Erbakan University Social and Human Sciences Scientific Research Ethics Committee.

Findings

The data obtained shows a strong emphasis on the lack of sufficient information about Mevlana. The primary association that comes to mind when Mevlana is mentioned is love. Regarding what is known about Mevlana, his Sufi identity and his book, the Masnavi, stand out. Furthermore, the cultural legacy he left behind, his role as a teacher, and his benevolent contributions to human life are highlighted. In addition, the most frequent reasons for visiting Mevlana's tomb are his philosophy, feeling his spirituality, and the energy of his mausoleum. The relationship between Mevlana and Konya shows a strong emphasis on their complementary aspects. Finally, regarding the question of whether Mevlana is a cultural heritage for Konya, the code highlighting his enduring influence from the past to the present is prominent.

Conclusion and Discussion

It was revealed that participants needed sufficient information about Mevlana, and that they arrived without prior knowledge of the museum they visited. Although a lack of information was prominent, it was determined that visitors were at least partially knowledgeable, particularly regarding the love of God and universal spiritual thoughts found in Mevlana's teachings. The main point on which his popularity is based is that the Sufi belief and his Masnavi, one of his primary works attempting to convey this belief, are the first things that come to mind regarding Mevlana.

According to the general results of the research, the city of Konya has a structure integrated with Mevlana. Traditional Sufi culture is present in different forms in city life and living practices. The architecture of the city center and the central roads have been planned according to the location of Mevlana's tomb.

“

BATU, Mikail, YARAR, Ali Erkam, YAZAR, Faruk ve ÖZER, Nuri Paşa. (2026) Mevlana'ya Atfedilen Kültürel Mirasın Yerli Turist Deneyimine ve Algısına Yansımaları: Konya Örneği Üzerine Nitel Bir Analiz .Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (Egifder), 14 (2), 1196-1226

Furthermore, the fact that Mevlana is a cultural heritage has been supported by literature and confirmed by all the visitors surveyed. The culture and thoughts he conveyed continue to exist and can be experienced by his followers. Those who love and follow him, by creating a deep system of preservation within themselves, reflect Sufism and Sufi thought systems in their real lives and are able to continue the tradition, at least partially.

Finally, one of the answers sought in this research is whether Mevlana, in addition to being a cultural heritage, is also a brand from the perspective of marketing communication. The participants agreed that Mevlana is a brand. There was no disagreement on this point in the interviews conducted.

Araştırma veri toplama aşamasına geçilmeden önce, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 14/06/2024 tarihli 19817 sayılı etik kurul raporu alınmıştır.

Yazarların çalışmaya katkı oranları 1. Yazar %30, 2. Yazar %28, 3. Yazar 22, 4. Yazar 20 şeklindedir.

Destekleyen herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

“