

ZİYARETÇİLERİN ŞEB-İ ARUS MEVLANA'YI ANMA TÖRENLERİNE KATILIM NEDENLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Yeliz PEKERŞEN¹Seher TOKLU²

ÖZ

Anadolu'nun ilk başkenti niteliğinde olan Konya ili sahip olduğu tarihi çekicilikler sayesinde inanç turizmi potansiyeli açısından ülkenin en önemli destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Özellikle ilde yer alan Mevlana Müzesi inanç turizmi yönüyle kültürel bir miras niteliği taşımaktadır. İlde her sene Aralık ayında düzenlenen Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenleri de çok sayıda yerli ve yabancı turistin ilgisini çekmektedir.

Çalışmanın amacı; Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılan yerli turistlerin bu etkinliğe katılma sebeplerini belirlemek ve ziyaretçilerin sahip oldukları demografik özelliklere bağlı olarak törene katılım nedenlerinin farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda; Konya ilinde Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerini 12-17 Aralık 2018 tarihleri arasında ziyaret eden 384 yerli ziyaretçi-den, anket tekniği kapsamında kolayda örnekleme yöntemi ile veri toplanmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda yapılan analizler sonucu, ziyaretçilerin demografik değişkenleri (cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim düzeyi) ile etkinliğe katılım nedenleri arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik turizmi, yerli ziyaretçi, Şeb-i Arus Töreni, Konya

EXAMINATION OF THE REASONS FOR VISITORS' PARTICIPATION IN REUNION OF RUMI COMMEMORATION CEREMONIES IN TERMS OF DEMOGRAPHIC PROPERTIES

ABSTRACTKonya, which was the first capital of Anatolia, has become one of the most important destinations of the country in terms of faith tourism potential thanks to its historical charm. Rumi Museum, which is located in the province, constitutes a cultural heritage in terms of faith tourism. Commemoration ceremonies of Reunion of Rumi held every year in December attracts the attention of many local and foreign tourists.

The aim of this study is to determine the reasons for the participation of local tourists in Reunion of Rumi commemoration ceremony and to determine whether the reasons for attending the ceremony differ depending on the demographic characteristics of the visitors. In line with this purpose; data have been collected from 384 local visitors that visited the Reunion of Rumi Commemoration ceremonies in Konya between December 12-17, 2018 with convenience sampling method within the scope of questionnaire technique. As a result of the analyses conducted in line with the data obtained, it has been found that there are significant differences between the demographic variables (gender, age, marital status and educational level) of the visitors and the reasons for participation in the event.

Keywords: Event tourism, local visitor, Rumi Commemoration Ceremonies, Konya

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, e-posta: yeliz.ulusan@gmail.com

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya. e-posta: seherrtoklu@gmail.com

GİRİŞ

Kültür turizminin bir çeşidi olarak kabul edilen etkinlik turizmi, insanları günlük yaşamdan, rutinden uzaklaştırmak amacıyla yapılmakta ve destinasyonlara özgü turizm kaynaklarının çekici hale gelmesine sebep olmaktadır. Etkinlikler, destinasyonların pazardaki rekabet avantajını artırarak, kişilerin turizme katılması hususunda önemli bir motivasyon kaynağıdır. Binlerce yıldır insanların dini, kültürel ve sosyal amaçlarla toplanması sonucunda, etkinlikler ve festivaller düzenlenmektedir. Zamanla etkinlikler sanayileşmiş ve profesyonelleşmiştir (Desbiolles, 2018: 74).

Etkinlikler, destinasyonların veya bölgelerin kültürel çeşitliliğini sergilemek, yerel halk için eğlence imkânı oluşturmak, bölgeye turist çekmek, destinasyondaki yaşam kalitesini arttırmak, geliştirmek ve gelir getirmek amacıyla düzenlenmektedirler (Yolal, 2017: 36). Bu sebeple hem toplumsal açıdan hem de ekonomik ve kültürel açıdan önemlidirler (Laing, 2018: 167). Günümüzde etkinlikler, turizmde mekân kimliğini geliştirmek ve kentsel alanları canlandırmak için yaygın bir araç haline gelmiştir (Xie ve Gu, 2015: 106).

Belirli bir temayı kutlamak amacıyla yapılan etkinlikler, yılda bir defa veya birden fazla yapılmakta olup, hedef gruba bir mesaj veya tutum ileterek davranışları değiştirmeyi amaçlamaktadır. Toplumun bazı kesimlerinde meydana gelen demografik ve psikografik değişiklikler sonucunda; ortalama harcanabilir gelir seviyesinin artması, daha sık kısa süreli tatil hareketliliği, plansız yapılan seyahatlerin önem kazanması, özgürlüğe ve kültüre olan ilginin artması etkinlik turizmini popüler hale getirmiştir (Jago, 1997: 20).

Yapılan etkinlikler, kişilerin etkinlik bölgesini ilk ziyarete veya tekrar ziyarete teşvik etmekle beraber, talebi yaymakta ve ziyaretçilerin bölgede kalış sürelerini etkileyerek, günlük rutinleri dışında hizmet sunmaktadır. Bu sebeple etkinlikler, insanların farklı kişilerle tanışmalarına, hoş bir deneyim yaşamalarına ve yeni bilgiler elde etmelerine imkân tanımaktadır. Etkinlikler toplumun sosyal uyumluluğuna katkı sağlamak, yerel duyguları besleyerek, sosyal ve kültürel kimliği geliştirmektedirler (Yoon, Lee ve Lee, 2010: 341).

Türkiye’de kültür, müzik, yiyecek-içecek, spor ve eğlence konulu etkinlikler yapılmakta ve etkinlik pazarı gün geçtikçe daha da çok gelişmektedir (Uygur ve Çelik, 2010: 47). Düzenlenen bazı etkinlikler, tanıtım eksikliği, yetersiz organizasyon ve finansal problemler gibi sebeplerden dolayı uzun soluklu olmamakta, istek ve beklentileri karşılayamamaktadır (Yolal, 2017: 37). Birçok etkinlik, yapıldığı destinasyona özgü hale gelmiş, özdeşleşmiştir (Kişioğlu ve Selvi, 2013: 72). Konya’da her yıl 7-17 Aralık tarihleri arasında düzenlenen Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenleri, Mevlana’nın öğretilerine ilgi duyan yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadır (Görkemli, Tekin ve Baypınar, 2013: 168).

Toplumlar arasında kültürel ve dini açıdan farklılıklar bulunmasına rağmen, geleneklerine göre dini bayramlar ve anma törenleri, Noel, Paskalya, doğumda mevlit ve cenaze gibi aidiyet ve birliktelik duygusunun hâkim olduğu etkinlikler düzenlenmektedir. Bu etkinliklere katılan kişilerin benzer duygu ve düşünceler hissetmeleri etkinliğe anlam katmaktadır. Her yıl düzenlenen Mevlana’yı Anma törenlerinde de katılımcılar, ortak duyguları pekiştirmek ve Sema gösterilerine şahitlik etmek amacıyla Konya’yı ziyaret etmektedirler. Çalışmanın amacı; Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma törenlerine katılan yerli ziyaretçilerin katılma sebeplerini, etkinlikten nasıl haberdar olduklarını, etkinliğe kiminle katıldıklarını ve daha önce etkinliğe katılıp katılmadıklarını belirlemektir. Ayrıca ziyaretçilerin sahip oldukları demografik özelliklere bağlı olarak törene katılım nedenlerinin farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymakta amaçlanmaktadır. Bu bağlamda çalışma, yerli ziyaretçilerin bu tarz etkinliklere katılma güdülerinin; rutinden uzaklaşma, sosyalleşme ihtiyacı, değişiklik arayışı, teklik ilgisi ve aile birlikteliği gibi istekler doğrultusunda yapıldığına, ziyaretçilerin demografik değişkenlerine bağlı olarak tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinin gerekliliğine ve bununla beraber Konya ilinde inanç turizmi ve etkinlik turizmi kapsamında düzenlenmekte olan bu törenin sürdürülebilirliği ve bilinirliğine dikkat çekmesi sebebiyle önem arz etmektedir.

Etkinlik Turizmi ve Türleri

Turizm genel olarak, eğlenme ihtiyacı, spor, kültür, eğitim, doğa sevgisi, dini ve tatil gibi nedenlerle varlığını sürdürmektedir (Cingi, 1989: 145). Turizmi sadece ekonomik bir olay olarak görmek doğru değildir. Aynı zamanda siyasi, ekolojik, sosyal ve kültürel yönlere sahip olan ve toplum ve toplumsal yapıya da etki eden uluslararası bir harekettir (Akış, 1999: 17).

Her geçen gün artmakta olan turizm talebinin karşılanması için alternatif turizm faaliyetleri gerçekleştirilmekte ve yeni destinasyonlar oluşturulmaktadır (Kaynak ve Karabulut, 2016: 190). Destinasyonlar, alternatif turizm ürünü ortaya çıkarmak turizmin sağladığı ekonomik faydaları arttırmak, rekabet avantajı elde etmek gibi amaçların yanı sıra, sosyal bir kaynaşma sağlamak, kültür-sanat kitlesini arttırmak gibi nedenlerle, ulusal ve uluslararası çapta etkinlikler düzenlenmektedirler (Timur, Çevik ve Kıcıır, 2014: 57).

Etkinlik turizmi; destinasyonlardaki doğal ve fiziksel turizm kaynaklarını geliştiren, imaj oluşturan ve turistik cazibe merkezi olan faaliyetlerin planlanmasına, geliştirilmesine ve bu faaliyetlerin pazarlanmasına olanak sağlayan bir turizm çeşididir (Çelik ve Çetinkaya, 2013: 15). Etkinlikler, birçok destinasyonun gelişmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Etkinlik turizminin turizm endüstrisindeki varlığı 10 yıl öncesine dayanmaktadır (Getz, 2008: 403). Genel olarak etkinlikler, turizm için önemli bir motivasyon kaynağı olarak görülmektedirler (Elena ve Tatiana, 2015: 185). Bununla beraber destinasyonun farkındalığını, cazibesini ve karlılığını arttıran bir unsur olduğu için tercih edilmektedirler (Wong, 2000: 35).

Etkinlikler içeriklerine göre dört grup olarak sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma Şekil 1’de görüldüğü gibi; birinci grup, kültürel kutlamalar, politik etkinlikler ve sanat eğlence etkinlikleri; ikinci grup eğitsel ve bilimsel etkinlikler, iş amaçlı/ ticari etkinlikler; üçüncü grup rekreasyonel etkinlikler ve spor karşılaşmaları; dördüncü grup ise özel etkinliklerdir (Yıldırım, 2017: 32).

<p>Kültürel Kutlamalar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festivaller • Karnavallar • Anma Törenleri • Dini etkinlikler <p>Politik ve Resmî Etkinlikler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zirveler • Resmî Törenler • Politik etkinlikler • VİP Ziyaretler <p>Sanat ve Eğlence</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konserler • Ödül Törenleri 	<p>İş ve Ticaret</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toplantılar ve kongreler • Ticari gösteriler • Fuarlar <p>Eğitim ve Bilim</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konferanslar • Seminerler 	<p>Spor Karşılaşmaları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amatör/Profesyonel • İzleyici/Katılımcı <p>Rekreasyonel Etkinlikler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eğlence amaçlı oyunlar ve spor etkinlikleri
		<p>Özel Etkinlikler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Düğünler • Partiler • Sosyal etkinlikler

Şekil 1. İçeriklerine Göre Etkinlik Türleri

Kaynak: Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.

Etkinlikler için bir diğer sınıflandırma büyüklüklerine göre yapılmıştır. Büyüklüklerine göre etkinlikler; Şekil 2’deki gibi düşük değerli ve düşük talepli yerel etkinlikler, orta düzeyde talep gören bölgesel etkinlikler, yüksek değeri ve yüksek turist talebi olan büyük etkinlikler ve yüksek değeri ve yüksek turist talebi olan mega etkinliklerdir (Yıldırım, 2017: 32).



Şekil 2. Büyüklüklerine Göre Etkinlikler

Kaynak: Yıldırım, H. M. (2017). *Etkinlik Turizmi “Destinasyon Seçim Sürecinde Etkinlikler”*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kişisel kutlamalar, törenler, cenaze törenleri, tatil temalı partiler ve dini törenler küçük çaplı etkinlikler olarak kabul edilmektedir ve bu tür etkinliklerde çoğunlukla bir gruptaki duygu ve değer paylaşımı önem arz etmektedir. Büyük ölçekli etkinlikler ise; festivaller, büyük spor etkinlikleri, fuarlar ve sergiler olarak örneklendirilebilir. Burada duygu paylaşımından ziyade önemli olan medyada yer almak ve toplumu etkilemektir (Kim, 2011: 10).

Etkinlik Turizminin Etkileri

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bireyler, yaşamlarındaki yüksek teknoloji etkinliklerini dengelemek için sosyal ilişkileri arttırmayı amaçlamaktadırlar. Etkinlikler sosyal ilişkileri arttırmak için en etkili yol olarak görülmektedir (Goldblatt, 2000: 3). Etkinliklerin, ekonomik, ticari, fiziksel, sosyokültürel, psikolojik ve politik etkileri olduğu bilinmektedir. Sosyokültürel etkiler, bölgesel gelenekleri ve değerleri teşvik ederken, psikolojik etkilerin yerel gururu ve topluluk ruhunu arttırması gibi sonuçları bulunmaktadır (Lee, 1997: 25).

Kişilerin rutin iş hayatı ve yaşam temposundan uzaklaşarak kendilerine vakit ayırmaları, beden ve ruh sağlığına kavuşma, yenilenmelerine katkı sağlamanın yanında motivasyon ve iş verimliliğini de etkilemektedir (Can, 2015: 3). Son 10 yılda etkinlik turizmi ile ilgili yapılan çalışmalarda, katılımcıların motivasyonuna odaklanılmıştır. Motivasyon unsuru, etkinliklerin daha iyi planlanmasına ve pazarlanmasına yardımcı olmaktadır (Li ve Petrick, 2005: 239).

Yapılan etkinliklerin başarısı genellikle, gelir-istihdam yaratma ve kazanç sağlama gibi ekonomik kriterlere göre değerlendirilmektedir (Sharpley ve Stone, 2011: 345). Etkinlik katılımcıları, ulaşım araçlarına, konaklamaya, yörede ziyaret ettikleri yiyecek-icecek işletmelerine ve çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak adına aldıkları mal ve hizmete bir bedel ödemektedirler. Etkinliklere katılım amacıyla yapılan bu harcamalar, katılımcı sayısına bağlı olarak, ev sahibi destinasyona yüksek düzeyde kazanç sağlamaktadır (Özgürel, Alan ve Bingöl, 2015: 115). Pazar alanı, harcama alışkanlıkları ve etkinliğe katılan turistlerin kalış süreleri, dış maliyetler ve etkinliğin başarısızlığı, etkinliğin sonuçlarını etkileyen faktörlerden bazılarıdır. Başarılı bir etkinliği garanti edecek bir kalıp bulunmamakla beraber bu durum göz önünde bulundurulduğunda etkinliklerin planlanması önem kazanmaktadır (Leier, 2006: 34).

Etkinliğe ev sahipliği yapmanın olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Olumlu etkiler; altyapı ve kentsel gelişim, toplumsal ilişkileri arttırma, sosyo-kültürel değişim, topluluk imajının gelişmesi, bilgi ve eğlence fırsatı olarak sınıflandırılırken; olumsuz sosyal etkiler, ekonomik maliyet, trafik sorunları, çevresel kaygılar ve sosyal çatışma olarak belirlenmiştir (Kim, Jun, Walker, Drane, 2015: 24). Etkinliklerin, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri, yöre halkının kalkınmasına katkı sağlayabilmektedir fakat burada önemli olan etkinliklerin sürekliliğidir (Özgürel ve vd., 2015: 116).

Etkinliklerin katılımcılar üzerinde etkileri araştırıldığında, sosyalleşme, kendini gerçekleştirme, beraberlik, kişisel gelişim ve topluluğa bağlanma gibi bazı psikolojik ihtiyaçların karşılandığı görülmektedir. Ayrıca etkinliklere katılımın, kişilerde memnuniyet duygularını teşvik edebileceğini ve bireylerin birden fazla fizyolojik ihtiyacı etkinlikler sayesinde karşılayabildiği sonucu da elde edilmiştir (Yolal, Gürsoy, Uysal, Kim ve Karacaoğlu, 2016: 4). Örneğin, inanç turizmine yönelik mekânları tercih eden turistlerin kutsal gördükleri ve farklı anlamlar yükledikleri mekânlara, kutsal saydıkları kişilere, ritüellere ve etkinliklere bağlandıkları ve rahatladıklarını hissederek, duygusal bir yoğunluk yaşadıkları ifade edilebilir (Kervankıran ve Eryılmaz, 2017: 285).

Etkinlik Turizmine Katılım Nedenleri

Günümüzde alternatif turizm çeşitleri sürdürülebilirlik, rekabet avantajı, turizm sezonunu mevsimlere yayma ve uzatma, turizm talebinin ülke içindeki farklı destinasyonlar ya da bölgeler arasında eşit bir şekilde dağıtılmasını sağlamak amacıyla önem kazanmıştır. Son zamanlarda festivaller ve etkinlikler, doğal turizm kaynaklarına (deniz, kum, dağ, orman, göl vb.) sahip olmayan destinasyonlarda bölgeye turist kazandırma, gelen turist sayısını arttırma, bölgenin kalkınmasına ve tanıtılmasına olanak sağladığı için ilgi görmektedir (Doğdubay ve İlsay, 2016: 169). Buna yönelik olarak turistler, yeni destinasyonları keşfetmek, seyahat ettikleri yerlerin kültürü, yaşam biçimi ve tarihi hakkında yeni bilgiler edinmek, manevi huzur bulmak için dini alanları ziyaret etmek gibi motivasyonlarla hareket etmektedirler (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 629).

Turistlerin belirli bir etkinliğe katılmak amacıyla seyahat etmeleri, destinasyon seçiminde etkinliklere katılımın önemli bir rol oynadığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Panfiluk, 2015: 1020). Bu durum destinasyon açısından düşünüldüğünde etkinliklere ev sahipliği yapmak, kültürel deneyim kazandırmakla beraber, güçlü ve etkili bir nüfus üreterek yeni pazarlama kanallarının oluşmasına yol açmaktadır (Xie ve Gu, 2015: 106). Sosyal medya ve internette, etkinliklerin duyulması hususunda etkin rol oynamaktadır. Etkinliğe katılan turistlerin sosyal medya aracılığıyla deneyimlerini paylaşmaları, etkinliğinin konusunun da bu şekilde yayılması, ziyaretçilerin etkinliklere katılımını arttırmaktadır (Backman, 2018: 170).

Etkinliğe katılımı motive edici unsurlar genel başlıklar altında aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Yıldırım, 2017: 51).

- *Kültürel motive unsurları:* Dans ve sanat festivalleri, müzik ve etnik kutlamalardaki kültürel değerlerin keşfedilmesi,
- *Kişilerarası motive unsurları:* Aile birlikteliğini oluşturma, etkinliklere katılan kişilerle sosyal etkileşim imkânı,
- *Fiziksel motive unsurları:* Müzik festivalindeki dinlendirici, rahatlatıcı eğlenceler, spor müsabakalarında fiziksel hareketlilik,
- *Prestij/ Statü motive unsurları:* Statü kazandıran bir etkinliğe dahil olma düşüncesi kişilerde etkinliklere katılma isteği uyandırmaktadır.

Turistlerin etkinliğe katılım nedenleri değerlendirildiğinde faaliyetlerin dini inançlarıyla ilintili olması ve inancın ağır bastığı göz önünde bulundurularak, etkinliğe katılımın bireysel bir eğilim (örn: kültür, değerler, kişilik özellikleri, inanç) sonucunda olduğu ileri sürülebilmektedir (Başoda ve Aylan, 2014: 100).

Konya İlinin Etkinlik Turizmi Potansiyeli ve Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenleri

İnsanların son yıllarda kıyı turizmi yerine, kültürel değerlerin izlerini yeniden görme, el sanatları, doğa ile bütünleşme, eğlence şekilleri gibi konular ilgilerini çekmeye başlamış ve tarihi kentler önem kazanmıştır. Konya kenti de tarihi ve kültürel değerleri sebebiyle, alternatif turizm merkezi olarak görülmektedir (Tapur, 2009: 474). Tarih boyunca, Anadolu coğrafyası içerisinde önem arz eden bir yerleşim alanı olan Konya; Selçuklu, Beylikler ve Osmanlı dönemlerinden

kalma anıtsal ve sivil mimari yapılara sahiptir. Aynı zamanda tarihi kent merkezinde bulunan İnce Minare Medresesi, Sırçalı Medrese, Karatay Medresesi, Sahibata Medresesi, Mevlâna Müzesi gibi kültürel bir mirasa sahip, kültür turizmi için potansiyel bir şehirdir (Yenice, 2014: 71).

Konya, çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması, ilçelerinde bulunan doğal güzellikleri, mağaraları, gölleri, kaplıcaları ve mesire yerleri ile turistik bir kültür kenti özelliği taşımaktadır (Tekin, 2017: 379). Bunların yanı sıra insanların Konya deyince Mevlâna, Mevlâna deyince de Konya akıllarına gelmektedir. Her yıl 7-17 Aralık tarihlerinde Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma ve kültür etkinlikleri düzenlenmektedir (Kaynak ve Karabulut, 2016: 189).

Konya ilini ziyaret eden turistlerin, Mevlana'nın temel öğretilerini benimseyen ve Ahilik anlayışını yansıtan, esnaf ve zanaatkarlarla ilgili pozitif yorum yapmaları, Konya için tercih edilebilirliği arttırmaktadır (Cihangir ve Karakaya, 2016: 120). Mevlâna Müzesi çevresindeki esnafların temel yaşam aracı turizmdir. Bu nedenle turizm kent için önem arz eden ekonomik bir kaynaktır (Akış, 2018: 25).

Turizmde mevsimselliğin ortadan kaldırılması, destinasyonların rekabet üstünlüğü sağlamaları ve kaybetmemeleri açısından önem arz etmektedir. Konya bu açıdan değerlendirildiğinde; muhafazakâr yapısı ve “Mevlâna Diyarı” olarak tanınması sebebiyle, inanç turizmine dayalı faaliyetlerle adını duyurmaktadır (Uluslararası ve Batman, 2010: 247). Konya, inanç ve kültür turizminin yanında alternatif turizm açısından da büyük bir potansiyele sahiptir. İl, doğa turizmi, mağara turizmi, av turizmi, sağlık turizmi ve kongre turizmi için de elverişli bir konuma sahiptir (Konya Turizm Raporu, 2008: 38).

Konya iline bağlı Sille mahallesinde de her sene Eylül ayında Sille günü etkinlikleri düzenlenerek, Sille'nin gelenek ve göreneklere gelen turistlere tanıtılmaktadır (Üzümcü, Çelik ve Karataş, 2017: 58). Konya'da düzenlenen bilim, kültür ve sanat etkinlikleri şu şekilde sıralanabilir (Konya Şehir Kimliği Çalıştayı Sonuç Raporu, 2015: 115).

1. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı (30 Ocak-02 Şubat)
2. Nevruz Bahar Bayramı (21 Mart)
3. Kütüphane Haftası Etkinlikleri (31 Mart-6 Nisan)
4. Turizm Haftası Etkinlikleri (15-22 Nisan)
5. Hz. Mevlâna ve Ailesinin Konya'ya Gelişleri Etkinliği (03-07 Mayıs)
6. Hıdırellez Kültür ve Bahar Bayramı (05 Mayıs)
7. “Bin Nefes Bir Ses Uluslararası Türkçe Tiyatro Yapan Ülkeler Festivali” (04-14 Mayıs)
8. Müzeler Günü (18 Mayıs)
9. Uluslararası Akşehir Nasreddin Hoca'yı Anma ve Mizah Günleri (05-10 Temmuz)
10. Atatürk'ün Konya'ya İlk Gelişinin Yıldönümü (03 Ağustos)
11. Konya Uluslararası Mistik Müzik Festivali (22-30 Eylül)
12. Uluslararası Dünya İnançları Fotoğraf Yarışması (09-15 Ekim)
13. Kısa-ca Uluslararası Öğrenci Filmleri Festivali (06-11 Kasım)
14. Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenleri (07-17 Aralık)

2007 yılının, Mevlana'nın doğumunun 800. Yılı olması sebebiyle, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Dünya Mevlâna Yılı olarak kabul edilmesinin ardından bu tanınırlık daha da çok artmıştır (Yenice, 2014: 71). Mevlâna, 66 yaşında iken, 17 Aralık 1273 Pazar günü Konya'da vefat etmiştir (Şeb-i Arus, 2016). Mevlana'nın ölüm yıldönümü için yapılan etkinliklerin “Şeb-i Arus” yani “Düğün Gecesi” olarak anılmasının nedeni; Hz. Mevlana'nın Rabb'ine, sevgiliye kavuşma isteğinden gelmektedir. Mevlâna için ölüm, bir bitiş değil yeni bir başlangıçtır (Özdemir, 2013: 208).

YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın amacı, veri toplama aracının hazırlanması, evren ve örneklemin belirlenmesi, verilerin analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı; Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılan yerli ziyaretçilerin bu etkinliğe katılma sebeplerini belirlemek ve ziyaretçilerin sahip oldukları demografik özelliklere bağlı olarak törene katılım nedenlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatürden hareketle (Kervankıran ve Eryılmaz, 2017; Başoda ve Aylan, 2014; Görkemli, Tekin ve Baypınar, 2013) araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir;

H₁: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H_{1a}: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları medeni duruma göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler, uluslararası bir etkinlik olan ve her yıl çok sayıda yerli ve yabancı turistini çeken Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılan yerli turistlerin bu etkinliğe katılım nedenlerinin daha iyi anlaşılması ve bu sayede turistlere daha iyi ürün ve hizmet sunulmasına katkı sağlanması bakımından önem arz etmektedir. Bu bağlamda Konya ilinin kültürel çekiciliklerinden birinin etkin tanıtımının sağlanabileceği gibi pazarlama aracı olarak da kullanılabilirliği düşünülmektedir. Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine yönelik katılım nedenlerinin tespiti, başta yerel yönetimler olmak üzere turizm paydaşlarına sağlayacağı öngörüler ve olası katkılar açısından değerli görülmektedir. Çalışmadan elde edilecek bulgular ayrıca ziyaretçi memnuniyetinin belirleyicisi olarak hizmet kalitesi açısından hangi unsurların geliştirilmesi gerekliliği konusunda organizatörlere de bilgi sağlayacaktır. Araştırmanın yerli ziyaretçiler boyutuyla etkinlik turizmi literatüründe de zenginlik oluşturması beklenmektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini, Hz. Mevlana'nın 745. Vuslat Yıldönümü Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılmak amacıyla etkinlikleri izlemeye gelen yerli ziyaretçiler oluşturmaktadır. Konya İl Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan alınan bilgiler doğrultusunda Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerini 7-17 Aralık 2018 tarihleri arasında 200.000 kişi ziyaret etmiştir. Mevlana Müzesi'nden alınan bilgiler doğrultusunda ise söz konusu tarihlerde müzeyi ziyaret eden ziyaretçi istatistiklerinin tutulmasında yerli-yabancı ayrımına gidilmediği belirtilmiştir. Araştırma ile ilgili verilerin toplanmasında; ulusal ve uluslararası geniş çaplı bir literatür taraması yapılarak, konu ayrıntılı bir biçimde açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmada kısa sürede daha geniş kitleye ulaşabilmek için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Anket; belirli amaç ve plan doğrultusunda araştırmacının değişkenlerine ilişkin bilgi toplamak amacıyla kullandığı soru listesidir. Yüzeysel ve sınırlı bilgilerin kullanıldığı anket tekniği homojen evrenlerle ilgilenmekte olup araştırmacılar için kullanışlı bir tekniktir (Yücedağ, 1993:443-444). Çalışmada genişlik, zaman ve maliyet unsurları kapsamında verilerin toplanmasında örnekleme başvurulmuştur. Bu bağlamda araştırmanın örnekleme % 95 güven aralığında 383 kişi olarak saptanmıştır (Ural ve Kılıç, 2005: 43).

Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket formu, etkinliklerin düzenlendiği Mevlana Kültür Merkezi içerisinde ve çevresinde törene katılan yerli ziyaretçilere uygulanmıştır. Veri toplama işlemi ise ziyaretçi yoğunluğunun giderek arttığı törenlerin son günlerinde (12-17 Aralık 2018 tarihleri arasında) gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte 390 anket formu araştırmacı tarafından ziyaretçilere birebir dağıtılmıştır. Eksik veri nedeniyle kullanılamayacak durumda olan anketlerin çıkarılması sonucunda, 384 adet kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Araştırma, kullanılabilir 384 anket üzerinden sağlanan verilerle gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Yöntemi ve Analizi

Çalışmada Lale'nin (2012) yüksek lisans tez çalışmasında kullandığı anket formundan yararlanılmıştır. İfadeler 5'li Likert ölçeğindeki "1=Kesinlikle Katılmıyorum", "2=Katılmıyorum", "3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum", "4= Katılıyorum", "5=Kesinlikle Katılıyorum" seçenekleriyle derecelendirilmiştir. İfadelerin aritmetik ortalamaları ise aşağıda verilen aralıklardan yararlanarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır (Demirel, 2014:235);

- $1,00 \leq \bar{x} < 1,80$ (Oldukça düşük)
- $1,81 \leq \bar{x} < 2,60$ (Düşük)
- $2,61 \leq \bar{x} < 3,40$ (Orta)
- $3,41 \leq \bar{x} < 4,20$ (Yüksek)
- $4,21 \leq \bar{x} < 5,00$ (Oldukça yüksek)

Katılımcılardan likert ölçeğinde belirtilen katılım seçeneklerinden durumuna uygun herhangi birisini işaretlemesi istenmiştir. Ankette yer alan ölçek maddeleri konu ile ilgili iki akademisyenin değerlendirmesine sunulmuş, akademisyenlerden ölçek maddelerinin çalışmanın amacına uygunluğunu ve anlaşılabilirliğini değerlendirmeleri istenmiştir. Bu değerlendirmelere ilişkin görüşlere göre ifadeler düzeltilmiş ve ankete son hali verilmiştir. Anket formu üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde demografik (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, gelir düzeyi) özelliklere yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölüm; ziyaretçilerin etkinliğe ulaşım, ziyaret sıklığı, etkinlik ile ilgili bilgi kaynakları vb. yanıtları belirlemek amacıyla oluşturulmuştur. Üçüncü bölüm ise ziyaretçilerin etkinliğe katılma nedenlerini belirlemeye yönelik 20 ifadeden oluşmaktadır.

Araştırma kapsamında toplanan veriler SPSS 22.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veri analizi birkaç aşamadan oluşmaktadır. Öncelikle veriler tasnif edilmiş, hatalı veri girilip girilmediği kontrol edilmiştir. Elde edilen verilere uygulanacak testlerde parametrik ya da parametrik olmayan testlerden yararlanılmasını tespit etmek amacıyla verilere normalite testi yapılmış, çarpıklık ve basıklık (skewness-kurtosis) değerlerine bakılmıştır. George ve Mallery (2003:99) çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ve +2 arası olduğunda dağılımın normal olduğunun kabul edilebileceğini belirtmektedirler. Yapılan analiz sonucunda ölçeklerde yer alan ifadelerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ve +2 arasında yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle verilerin analizinde parametrik testlerden yararlanılmıştır. İlk olarak araştırma örnekleme ait tanımlayıcı istatistikler çıkarılmış, hipotezlerin test edilmesinde t Testi ve Anova analizinden yararlanılmıştır. Ölçeğe güvenilirlik testi uygulanmış ve Cronbach Alpha katsayısı 0,810 olarak bulunmuştur. Bu değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2010:405).

BULGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili veriler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%
Erkek	144	37,5
Kadın	240	62,5
Yaş	n	%
18-24 yaş arası	51	13,3
25-34 yaş arası	94	24,5
35-44 yaş arası	108	28,1
45-54 yaş arası	56	14,6
55 ve üzeri yaş	75	19,5
Medeni Durum	n	%
Bekar	102	26,6
Evli	282	73,4
Eğitim Durumu	n	%
İlkokul	47	12,2
Lise	137	35,7
Lisans	200	52,1
Gelir Düzeyi	n	%
Gelirim yok	42	10,9
1.001-2.000 TL	62	16,1
2.001-3.000 TL	58	15,1
3.001-4.000 TL	110	28,6
4.001-5.000 TL	80	20,8
5.001 ve üzeri	32	8,3
Toplam	384	100

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin demografik özellikleri ile ilgili verilerin analizinde yüzde frekans dağılımından yararlanılmıştır. Buna göre katılımcıların %62,5’i kadın ve %37,5’i erkektir. Anketi cevaplayanların yaş dağılımları genelde %13,3’ü 18-24, %24,5’i 25-34, %28,1’i 35-44, %14,6’sı 45-54 ve son olarak %19,5’i 55 ve üzeri yaş grubunda yoğunlaşmaktadır. Katılımcıların %26,6’sı bekar, %73,4’ü ise evlidir. Eğitim durumu incelendiğinde, %52,1 ile üniversite mezunu olan katılımcıların en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu katılımcıların gelir miktarı değerlendirildiğinde, büyük çoğunluğunun gelirinin 3.001-4.000 TL arası olduğu (%28,6) gözlenmektedir. Dünyanın dört bir yanından gelen ziyaretçileri ağırlayan Mevlana Müzesi tarih, kültür ve inanç açısından önemli bir potansiyeli barındırmaktadır. Bu açıdan elde edilen veriler de gözönünde bulundurulduğunda her yaş grubundan ve eğitim düzeyinden misafir tarafından ziyaret edildiği ifade edilebilir. Müzeyi ziyaret eden yerli turistlerin eğitim düzeyinin yüksek olması ziyaretçilerin seçim tercihinde bilinçli olarak hareket ettikleri kanısını oluşturmaktadır. Kervankıran ve Eryılmaz (2017) da çalışmalarında Mevlâna Müzesi’ne gelen ziyaretçilerin %50’sinin bilinçli olarak geldiğini belirlemişlerdir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin daha önce Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenlerine katılıp katılmadığı, bu töreni nereden duydukları ve törene kiminle beraber geldiklerine yönelik sorular ve yanıtları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Seyahat ve Tören Karakteristikleri

Daha önce Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katıldınız mı?	n	%
Evet	114	29,7
Hayır	270	70,3
Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerini Nasıl Duydunuz?	n	%
İnternet	93	24,2
Televizyon	38	9,9
Dergi	7	1,8
Gazete	2	,5
Seyahat Acentası	88	22,9
Arkadaşlar/Akrabalar	116	30,2
Konaklama Sağlayıcısı	14	3,6
Belediye Anonsu	7	1,8
Broşür	19	4,9
Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenini Kiminle Ziyaret Ediyorsunuz?	n	%
Yalnız	9	2,3
Çift olarak	58	15,1
Ailele Birlikte	141	36,7
Arkadaşlarla Birlikte	136	35,4
Bir Tur Grubuyla	40	10,4
Toplam	384	100

Bu sonuçlara göre, 114 katılımcı daha önce Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılmış, 270 kişi ise bu törenlere katılmadığını ifade etmiştir. Başoda ve Aylan (2014) çalışmalarında, Mevlâna Şeb-i Arus törenlerine katılan turistlerin etkinliğe tekrar katılma ile ilgili karar verme süreçlerini amaca yönelik davranış modeli ile değerlendirmişlerdir. Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma etkinliğine gelecekte tekrar katıldıklarında hissedecekleri olumlu duygular, tekrar katılmadıklarında hissedecekleri olumsuz duygular ve bu davranış üzerinde söz sahibi olma durumları, tekrar katılma isteklerini etkilemektedir. Araştırmanın sonucunda, öngörülen olumlu duyguların davranışsal isteği etkileyen en önemli faktör olduğu belirlenmiştir. Tablo incelendiğinde törenleri akraba ve arkadaş tavsiyesiyle duyan ziyaretçilerin sayısının oldukça büyük bir oranda olduğu görülmektedir. Söz konusu bilgi kaynağıyla gelen ziyaretçiler toplam dağılımın %30,2'sini oluşturmakta olup bunu sırasıyla % 24,2 ile internet ve %22,9 ile seyahat acentası takip etmektedir. Görkemli, Tekin ve Baypınar (2013) çalışmalarında Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine gelen ziyaretçilerin bu etkinliğe katıldıkları için ve Konya'yı ziyarete geldikleri için memnun olduklarını, ziyaretçilerin Konya'ya tekrar gelmek istediklerini, seyahati arkadaşlarına tavsiye edeceklerini ve Konya'yı kültür kenti olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Tayfun, Kılıçlar, Uşaklı ve Yayla (2013) da çalışmalarında katılımcıların Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Töreni'ne katılmaktan genel olarak memnun kaldıklarını, tekrar katılmak istediklerini ve töreni yakın çevrelerindeki insanlara tavsiye edeceklerini ifade etmişlerdir. Tabloda son olarak yerli ziyaretçilerin törene çoğunlukla arkadaşlarıyla (%35,4) ve ailesiyle birlikte (%36,7) katılmakta oldukları görülmektedir.

Araştırmada Kullanılan Ölçeğe Yönelik Güvenilirlik ve Faktör Analizi Bulguları

Veriler, araştırma hipotezlerini test etmeye uygunluk kapsamında güvenilirlik ve faktör analizine tabii tutulmuştur. Faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri Ölçeği Faktör Analizi

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri		İfadeler	Faktör Yüğü	Eşkökenlilik	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Alfa
KAÇIŞ	KN13	Günlük rutin işlerden kaçmak için katılırim.	,794	,665	5,909	29,546	,791
	KN12	Hayatın gereksinimlerinden uzaklaşmak için katılırim.	,765	,673			
	KN14	Hayatımda değişiklik yapmak için katılırim.	,760	,611			
	KN16	Etkinlik programlarını (sergi, konser vb.) görmek için katılırim.	,503	,467			
	KN15	Etkinliklerin aydınlatici/heyecan verici olduğunu düşündüğüm için katılırim.	,492	,480			
	KN10	İyi vakit geçirme şansı sunduğu için katılırim.	,403	,313			
SOSYALLEŞME	KN8	Benimle benzer ilgi alanına sahip insanlarla beraber olmak için katılırim.	,882	,814	2,394	11,968	,808
	KN11	Benimle aynı şeylerden keyif alan insanlarla beraber olmak için katılırim.	,830	,791			
	KN7	Etkinlik/Tören kalabalığından hoşlandığım için katılırim.	,689	,614			
	KN9	Etkinliğe katılan diğer insanları incelemek/gözlemlemek için katılırim.	,632	,463			
DEĞİŞİKLİK	KN3	Yeni ve değişik şeyleri deneyimlemek için katılırim.	,891	,856	1,878	9,388	,830
	KN4	Değişik şeyleri görmeyi ve değişik şeyler yapmayı sevdiğim için katılırim.	,872	,845			
	KN2	Bu tür etkinlikleri merak ettiğim için katılırim.	,657	,614			
TEKLİK İLGİSİ	KN1	Bu tür etkinliklerin eşsiz olduğunu düşündüğüm için katılırim.	,744	,659	1,606	8,029	,701
	KN18	Mevlana'yı Anma törenlerinden hoşlandığım için katılırim.	,702	,587			
	KN17	Özel ilgi gruplarının bir parçası olmak için katılırim.	,683	,609			
	KN5	Bu tür özel etkinliklerden hoşlandığım için katılırim.	,575	,625			
AİLE	KN20	Ailemle birlikte iyi zaman geçirmek için katılırim.	,968	,939	1,371	6,854	,845
	KN19	Tüm aile bireylerinin bu etkinlikten hoşlanacağını düşündüğüm için katılırim.	,962	,931			
	KN6	Arkadaşlarımla birlikte iyi vakit geçirmek için katılırim.	,628	,601			
<p>Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi – Açıklanan toplam varyans: % 65,785 KMO Örneklem Yeterliliği: ,795 – Bartlett Küresellik Testi: X^2: 4308,164 s.d.: 190 p<0.001 Ölçeğin Tamamı için Alfa: ,810 Yanıt kategorileri: (1) Kesinlikle Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum</p>							

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılım nedenlerinin belirlenmesine yönelik faktör analizi sonucunda 20 yargıya ait 5 faktör (kaçış, sosyalleşme, değişiklik, teklik ilgisi, aile) için Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği 0,795 olarak hesaplanmıştır. Bartlett's Küresellik Testi için kıkare (4308,164; serbestlik derecesi (s.d.) =190; $p < 0,001$) değeri de anlamlıdır. Her iki sonuç, veri setinin faktör analizine uygunluğuna işaret etmektedir (Kalaycı, 2010: 321). Her bir faktörün güvenilirlikleri Cronbach alfa katsayıları kullanılarak test edilmiştir. Faktörlerin güvenilirlik seviyeleri tatmin edici düzeyde olup, 0.701 ile 0.845 arasında değişmektedir.

Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılım nedenleri ölçeğinin “kaçış”, “sosyalleşme”, “değişiklik”, “teklik ilgisi” ve “aile” alt boyutlarının demografik özelliklere göre karşılaştırılması amacıyla, iki değişkenli gruplarda bağımsız örneklem için “t testi” (Independent Samples t-test); ikiden fazla değişken olan gruplarda ise ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri ve Cinsiyet

Ziyaretçilerin cinsiyetlerine yönelik hipotezin test edilmesi için yapılan t testine ilişkin veriler Tablo 4'te yer almaktadır:

Tablo 4. Ziyaretçilerin Cinsiyetine Göre Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri t Testi Sonuçları

	Boyutlar	Cinsiyet	n	Ortalama	Std.Sapma	t değeri	p değeri
Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri	Kaçış	Erkek	144	4,1215	,52008	2,986	,003
		Kadın	240	4,2653	,41418		
	Sosyalleşme	Erkek	144	3,6302	,84971	,823	,411
		Kadın	240	3,6979	,73531		
	Değişiklik	Erkek	144	4,3935	,52543	2,494	,013
		Kadın	240	4,5236	,47572		
	Teklik İlgisi	Erkek	144	4,3090	,52473	,742	,459
		Kadın	240	4,3469	,45766		
	Aile	Erkek	144	3,1921	1,0465	-,321	,748
		Kadın	240	3,1569	1,0269		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum *** $p < 0,001$ ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

Tablo 4'e göre yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “kaçış” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile cinsiyetleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,003). Buna göre, erkeklerin kaçış düzeyi ($\bar{X}=4,1215$), kadınların kaçış düzeylerinden ($\bar{X}=4,2653$) düşüktür. Aynı şekilde yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “değişiklik” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile cinsiyetleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,013). Buna göre, erkeklerin değişiklik düzeyi ($\bar{X}=4,3935$), kadınların değişiklik düzeylerinden ($\bar{X}=4,5236$) düşüktür. Bu sonuçlar, etkinliklere katılımı kadınların gün geçtikçe zorlaşan hayat şartlarından, stresden uzaklaşabilmek adına yer değiştirmek istemeleri ve kendi kendini yenileme isteğiyle alakalı olması şeklinde yorumlanabilmektedir. Bu bulguyu destekler nitelikte Yolal, Çetinel ve Uysal (2009) çalışmalarında Eskişehir International Festivali'ne katılımın altında yatan farklılıkları belirlemek istemişlerdir. Araştırmada kadın katılımcıların “kaçış” faktörü sebebiyle etkinliklere daha fazla önem verdiği tespit edilirken, Okuyucu ve Kılıç (2019)'da, Ertuğrul Gazi ve Söğüt Festivali'ne katılan ziyaretçilerin motivasyonlarına yönelik yaptıkları çalışmalarında kadınların “değişiklik” arayışı sebebiyle bu festivale katılım sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Buna bağlı olarak;

H_{1a}: “Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları cinsiyete göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri ve Yaş Grubu

Ziyaretçilerin yaşlarına yönelik hipotezin test edilmesi için yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 5’te belirtilmektedir.

Tablo 5. Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri Anova Testi Sonuçları

	Boyutlar	Yaş Grubu	n	Ortalama	Std.Sapma	F değeri	p değeri
Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri	Kaçış	18-24 yaş arası	51	4,2320	,54271	4,373	,002
		25-34 yaş arası	94	4,3014	,44953		
		35-44 yaş arası	108	4,2731	,47822		
		45-54 yaş arası	56	4,1518	,35996		
		55 ve üzeri	75	4,0400	,41630		
	Sosyalleşme	18-24 yaş arası	51	3,6373	,85486	3,494	,008
		25-34 yaş arası	94	3,7819	,71583		
		35-44 yaş arası	108	3,8194	,72894		
		45-54 yaş arası	56	3,5357	,76490		
		55 ve üzeri	75	3,4500	,83322		
	Değişiklik	18-24 yaş arası	51	4,5686	,47279	2,073	,084
		25-34 yaş arası	94	4,5355	,46942		
		35-44 yaş arası	108	4,4877	,50424		
		45-54 yaş arası	56	4,3452	,50036		
		55 ve üzeri	75	4,4133	,52516		
	Teklik İlgisi	18-24 yaş arası	51	4,1961	,63110	1,810	,126
		25-34 yaş arası	94	4,3644	,47045		
		35-44 yaş arası	108	4,4005	,43226		
		45-54 yaş arası	56	4,3304	,47220		
		55 ve üzeri	75	4,2900	,45217		
Aile	18-24 yaş arası	51	2,9020	1,11414	2,732	,029	
	25-34 yaş arası	94	3,2270	1,04751			
	35-44 yaş arası	108	3,0309	1,07026			
	45-54 yaş arası	56	3,2321	,95541			
	55 ve üzeri	75	3,4356	,93155			

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum ***p<0,001 **p<0,01; *p<0,05

Yukarıdaki tabloya göre yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri ölçeğinin “kaçış” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile yaş grupları arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,002). Yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “sosyalleşme” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile yaş grupları arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,008). Son olarak yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “aile” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile yaş grupları arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,029). Buna bağlı olarak;

H_{1b}: “Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana’yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6. Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılma nedenleri ölçeğindeki kaçış, sosyalleşme ve aile alt boyutlarının katılımcıların yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ilişkin Tukey testi sonuçları

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Kaçış	18-24 yaş arası	25-34 yaş arası	-,06939	,07887	,904
		35-44 yaş arası	-,04112	,07705	,984
		45-54 yaş arası	,08024	,08778	,891
		55 ve üzeri	,19203	,08231	,137
	25-34 yaş arası	18-24 yaş arası	,06939	,07887	,904
		35-44 yaş arası	,02827	,06397	,992
		45-54 yaş arası	,14963	,07655	,290
		55 ve üzeri	,26142*	,07021	,002
	35-44 yaş arası	18-24 yaş arası	,04112	,07705	,984
		25-34 yaş arası	-,02827	,06397	,992
		45-54 yaş arası	,12136	,07468	,482
		55 ve üzeri	,23315*	,06816	,006
	45-54 yaş arası	18-24 yaş arası	-,08024	,08778	,891
		25-34 yaş arası	-,14963	,07655	,290
		35-44 yaş arası	-,12136	,07468	,482
		55 ve üzeri	,11179	,08009	,631
55 ve üzeri	18-24 yaş arası	-,19203	,08231	,137	
	25-34 yaş arası	-,26142*	,07021	,002	
	35-44 yaş arası	-,23315*	,06816	,006	

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Sosyalleşme	18-24 yaş arası	25-34 yaş arası	-,14466	,13388	,817
		35-44 yaş arası	-,18219	,13079	,633
		45-54 yaş arası	,10154	,14900	,960
		55 ve üzeri	,18725	,13972	,666
	25-34 yaş arası	18-24 yaş arası	,14466	,13388	,817
		35-44 yaş arası	-,03753	,10859	,997
		45-54 yaş arası	,24620	,12995	,322
		55 ve üzeri	,33191*	,11919	,044
	35-44 yaş arası	18-24 yaş arası	,18219	,13079	,633
		25-34 yaş arası	,03753	,10859	,997
		45-54 yaş arası	,28373	,12677	,168
		55 ve üzeri	,36944*	,11571	,013
	45-54 yaş arası	18-24 yaş arası	-,10154	,14900	,960
		25-34 yaş arası	-,24620	,12995	,322
		35-44 yaş arası	-,28373	,12677	,168
		55 ve üzeri	,08571	,13596	,970
55 ve üzeri	18-24 yaş arası	-,18725	,13972	,666	
	25-34 yaş arası	-,33191*	,11919	,044	
	35-44 yaş arası	-,36944*	,11571	,013	
	45-54 yaş arası	-,08571	,13596	,970	

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Aile	18-24 yaş arası	25-34 yaş arası	-,32499	,17891	,366
		35-44 yaş arası	-,12890	,17479	,948
		45-54 yaş arası	-,33018	,19912	,461
		55 ve üzeri	-,53359*	,18671	,036
	25-34 yaş arası	18-24 yaş arası	,32499	,17891	,366
		35-44 yaş arası	,19609	,14511	,659
		45-54 yaş arası	-,00519	,17366	1,000
		55 ve üzeri	-,20861	,15928	,685
	35-44 yaş arası	18-24 yaş arası	,12890	,17479	,948
		25-34 yaş arası	-,19609	,14511	,659
		45-54 yaş arası	-,20128	,16940	,758
		55 ve üzeri	-,40469	,15463	,069
	45-54 yaş arası	18-24 yaş arası	,33018	,19912	,461
		25-34 yaş arası	,00519	,17366	1,000
		35-44 yaş arası	,20128	,16940	,758
		55 ve üzeri	-,20341	,18168	,796
	55 ve üzeri	18-24 yaş arası	,53359*	,18671	,036
		25-34 yaş arası	,20861	,15928	,685
		35-44 yaş arası	,40469	,15463	,069
		45-54 yaş arası	,20341	,18168	,796

Tukey testi sonucunda; “kaçış” alt boyutunda ($F=4,373$; $p<0.05$), “25-34 yaş aralığında” olan yerli ziyaretçilerle “55 ve üzeri yaş aralığında” olan (Ortalama Farklılık:26142) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “35-44 yaş aralığında” olan yerli ziyaretçilerle “55 ve üzeri yaş aralığında” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık:23315) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. “Sosyalleşme” alt boyutunda ($F=3,494$; $p<0.05$), “25-34 yaş aralığında” olan yerli ziyaretçilerle “55 ve üzeri yaş aralığında” olan (Ortalama Farklılık:33191) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “35-44 yaş aralığında” olan yerli ziyaretçilerle “55 ve üzeri yaş aralığında” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık:36944) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. “Aile” alt boyutunda ($F=2,732$; $p<0.05$), “18-24 yaş aralığında” olan yerli ziyaretçilerle “55 ve üzeri yaş aralığında” olan (Ortalama Farklılık:53359) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar özellikle genç ve orta yaş aralığında yer alan ziyaretçilerin üst yaş gruplarına nazaran farklı ortamlarda bulunmak, rutinden kaçmak, farklı insanlarla birarada olma isteğinin daha fazla

olduğu yönünde yorumlanabilir. Yolal, Birdir, Karacaoğlu ve Birdir (2014) Akdeniz oyunları seyircilerinin güdeleri ve algıladıkları faydalar üzerine yapmış oldukları çalışmalarında monoton hayat tarzından kurtulmak amacıyla genç ve orta yaş katılımcıların “kaçış” boyutu doğrultusunda etkinliğe katılım sağladıkları sonucuna ulaşmışlardır. “Aile” alt boyutunda ise üst yaş kesiminde yer alan ziyaretçilerin genç yaş grubuna kıyasla bu tür etkinliklere ailesiyle beraber katıldıkları, genç yaş grubunun öğrenci vs. kimliklerinden dolayı daha bağımsız hareket etmek istedikleri ifade edilebilir.

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri ve Medeni Durum

Ziyaretçilerin medeni durumlarına yönelik hipotezin test edilmesi için yapılan t testine ilişkin veriler Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. Ziyaretçilerin Medeni Durumlarına Göre Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri t Testi Sonuçları

	Boyutlar	Medeni Durum	n	Ortalama	Std.Sapma	t değeri	p değeri
Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri	Kaçış	Evli	282	4,2027	,46991	,611	,542
		Bekar	102	4,2353	,43836		
	Sosyalleşme	Evli	282	3,6605	,77907	,504	,615
		Bekar	102	3,7059	,78461		
	Değişiklik	Evli	282	4,4303	,51014	2,943	,003
		Bekar	102	4,5980	,44336		
	Teklik İlgisi	Evli	282	4,3564	,45699	-1,600	,110
		Bekar	102	4,2672	,54756		
	Aile	Evli	282	3,3227	1,00113	-4,932	,000
		Bekar	102	2,7484	1,02599		

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum ***p<0,001 **p<0,01; *p<0,05

Tablo 7’ye göre yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “değişiklik” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile medeni arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,003). Buna göre, evli ziyaretçilerin değişiklik düzeyi (\bar{X} =4,4303), bekar ziyaretçilerin değişiklik düzeylerinden (\bar{X} =4,5980) düşüktür. Aynı şekilde yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine katılma nedenleri ölçeğinin “aile” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile cinsiyetleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,000). Buna göre, bekar ziyaretçilerin aile yapısı düzeyi (\bar{X} =2,7484), evli ziyaretçilerin aile yapısı düzeylerinden (\bar{X} =3,3227) düşüktür. Bu sonuçlar, medeni durumu bekar olan katılımcıların evli olanlara kıyasla daha fazla değişik etkinliklere katılıma ilgi gösterdikleri ve evli olan katılımcıların ise bu tür etkinliklere genellikle tüm aile bireyleri ile gitmek istedikleri şeklinde ifade edilebilir. Okuyucu ve Kılıç (2019) yapmış oldukları çalışmalarında bu bulguyu detekler biçimde, bekâr bireylerin “değişiklik” alt boyutu sebebiyle yeni ve farklı deneyimler kazanmak için etkinliklere katılım sağladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Buna bağlı olarak;

H_{1c}: “Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları medeni duruma göre farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri ve Eğitim Düzeyi

Ziyaretçilerin eğitim düzeylerine yönelik hipotezin test edilmesi için yapılan Anova testine ilişkin veriler Tablo 8’de belirtilmektedir.

Tablo 8. Ziyaretçilerin Eğitim Düzeylerine Göre Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri Anova Testi Sonuçları

	Boyutlar	Eğitim Düzeyi	n	Ortalama	Std.Sapma	F değeri	p değeri
Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılım Nedenleri	Kaçış	İlkokul	47	3,9113	,44485	14,750	,000
		Lise	137	4,1861	,43540		
		Üniversite	200	4,2992	,45277		
	Sosyalleşme	İlkokul	47	3,3085	,77707	10,293	,000
		Lise	137	3,5785	,78400		
		Üniversite	200	3,8225	,74204		
	Değişiklik	İlkokul	47	4,2766	,57027	7,991	,000
		Lise	137	4,4161	,52515		
		Üniversite	200	4,5617	,44153		
	Teklik İlgisi	İlkokul	47	4,2713	,42615	,536	,586
		Lise	137	4,3558	,46842		
		Üniversite	200	4,3313	,50682		
Aile	İlkokul	47	3,5035	,82202	6,531	,002	
	Lise	137	3,3066	1,01223			
	Üniversite	200	2,9983	1,07169			

Yanıt kategorileri: 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum ***p<0,001 **p<0,01; *p<0,05

Yukarıdaki tabloya göre yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri ölçeğinin “kaçış” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,000). Yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri ölçeğinin “sosyalleşme” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,000). Yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri ölçeğinin “değişiklik” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,000). Son olarak yerli ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma Törenlerine Katılma Nedenleri ölçeğinin “aile” alt boyutunda elde ettikleri puanlar ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu gözlenmektedir (Sig.=,029). Buna bağlı olarak;

H_{1d}: Ziyaretçilerin Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin alt boyutları eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Tablo 9. Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenleri ölçeğindeki kaçış, sosyalleşme, değişiklik ve aile alt boyutlarının katılımcıların eğitim düzeylerine göre karşılaştırılmasına ilişkin Tukey testi sonuçları

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Kaçış	İlkokul	Lise	-,27478*	,07534	,001
		Üniversite	-,38782*	,07225	,000
	Lise	İlkokul	,27478*	,07534	,001
		Üniversite	-,11304	,04943	,059
	Üniversite	İlkokul	,38782*	,07225	,000
		Lise	,11304	,04943	,059

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Sosyalleşme	İlkokul	Lise	-,26996	,12873	,092
		Üniversite	-,51399*	,12344	,000
	Lise	İlkokul	,26996	,12873	,092
		Üniversite	-,24403*	,08445	,011
	Üniversite	İlkokul	,51399*	,12344	,000
		Lise	,24403*	,08445	,011

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Değişiklik	İlkokul	Lise	-,13946	,08273	,212
		Üniversite	-,28507*	,07934	,001
	Lise	İlkokul	,13946	,08273	,212
		Üniversite	-,14561*	,05428	,021
	Üniversite	İlkokul	,28507*	,07934	,001
		Lise	,14561*	,05428	,021

			Ortalama Farklılık (I-J)	Std. Hata	Sig.
Aile	İlkokul	Lise	,19698	,17299	,491
		Üniversite	,50521*	,16588	,007
	Lise	İlkokul	-,19698	,17299	,491
		Üniversite	,30824*	,11349	,019
	Üniversite	İlkokul	-,50521*	,16588	,007
		Lise	-,30824*	,11349	,019

Tukey testi sonucunda; “kaçış” alt boyutunda ($F=14,750$; $p<0.05$), “eğitim seviyesi ilkokul” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi lise” olan (Ortalama Farklılık: $-,27478$) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “eğitim seviyesi ilkokul” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık: $-,38782$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. “Sosyalleşme” alt boyutunda ($F=10,293$; $p<0.05$), “eğitim seviyesi ilkokul” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan (Ortalama Farklılık: $-,51399$) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “eğitim seviyesi lise” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık: $-,24403$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. “Değişiklik” alt boyutunda ($F=7,991$; $p<0.05$), “eğitim seviyesi ilkokul” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan (Ortalama Farklılık: $-,28507$) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “eğitim seviyesi lise” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık: $-,14561$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir. “Aile” alt boyutunda ($F=6,531$; $p<0.05$), “eğitim seviyesi ilkokul” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan (Ortalama Farklılık: $,50521$) yerli ziyaretçiler arasında anlamlı bir fark olup, ayrıca “eğitim seviyesi lise” olan yerli ziyaretçilerle “eğitim seviyesi üniversite” olan yerli ziyaretçiler (Ortalama Farklılık: $,30824$) arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

Bu sonuçlar kişilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe bu tür etkinliklere katılım meraklarının arttığı, ilgi düzeylerinin yükseldiği, farklı ortamlarda bulunup, farklı kişilikteki insanlarla birarada olmak istedikleri şeklinde yorumlanabilir. “Aile” alt boyutunda ise eğitim düzeyi seviyesinin yükselmesi, yerel ziyaretçilerde aile ile birlikte etkinlik/törenlere katılım düzeylerini azaltmaktadır. Bu durum eğitim seviyesinin artmasının kişinin kendine bireysel yapabileceği hobiler, aktiviteler kazandırdığı ve tüm aile ile birlikte vakit geçirmeyi istememesi yönünde yorumlanabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde etkinlikler önemli bir kültür turizmi alanı oluşturarak ait oldukları destinasyonlara yeni bir kimlik kazandırmaktadırlar. Etkinlik turizmi kapsamında Konya ilinin turistik çekiciliğinde önemli bir role sahip, uluslararası bir etkinlik olan Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenleri de her yıl binlerce yerli ve yabancı turist dikkatini çeken bir organizasyondur. Turistlerin bu tür etkinliklere katılım düzeylerinin ve katılım nedenlerinin belirlenmesi mekanın daha etkili kullanılabilmesi ve hem Konya hem Türkiye turizmine daha fazla katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

Konya'da gerçekleştirilen Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılan ziyaretçilerin sahip oldukları demografik özelliklere bağlı olarak törene katılım nedenlerinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemeye yönelik yapılan bu araştırmanın sonucunda; ankete katılan yerli ziyaretçilerin büyük çoğunluğunu kadınların (%62,5) oluşturduğu, genel olarak yaş dağılımının 25-34 (%24,5) ve 35-44 (%28,1) yaş aralığında olduğu ve katılımcıların %73,4'ünün evli olduğu belirlenmiştir. Eğitim durumları incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu üniversite mezunudur (%52,1). Gelir düzeylerinin ise 3.001-4000 TL arasında (%28,6) olduğu tespit edilmiştir.

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine daha önce katıldığını belirten 114 kişinin yanı sıra, 270 kişi bu törenlere daha önce hiç katılmadığını ifade etmiştir. Törenleri akraba ve arkadaş tavsiyesiyle duyan ziyaretçiler bu hususta büyük çoğunluğu (%30,2) oluşturmaktadır. Bununla beraber % 24,2 ile internet ve %22,9 ile seyahat acentası aracılığıyla törenlerden haberdar olduğunu belirten katılımcıların, çoğunlukla arkadaşlarıyla (%35,4) ve ailesiyle birlikte (%36,7) törenlere katıldığı gözlemlenmektedir.

Araştırmada ziyaretçilerin cinsiyetlerine, yaş gruplarına, medeni durumlarına ve eğitim düzeylerine göre, Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılım nedenlerinin farklılık göstermekte olduğu ortaya çıkarılmıştır. Kadın katılımcıların erkeklere kıyasla “kaçış” ve “değişiklik” alt boyutlarına istinaden etkinliğe daha fazla katılmak istedikleri, genç yaş grubunun “kaçış” ve “sosyalleşme” isteği, yaşlı bireylerin ise “aile” ile birlikte vakit geçirme isteklerinin etkinliğe katılım nedenlerinde daha ağır bastığı söylenilebilir. Bekâr katılımcılar “değişiklik” alt boyutu doğrultusunda daha fazla etkinliğe katılma ilgi göstermektedirler. Ziyaretçilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe etkinliklere yönelik ilgi düzeylerinin arttığı, farklı ortamlara dâhil olarak yeni insanlarla bir arada olmak istedikleri ifade edilebilir.

Şeb-i Arus Mevlana'yı Anma törenlerine katılan ziyaretçilerinin etkinliğe katılımlarında motive edici unsurlar göz önüne alındığında; kişilerarası motive unsurlarının yanı sıra, kültürel motive unsurlarının da etkili olduğu görülmektedir. Aynı zamanda etkinliğin dini inançlarla da ilintili olması, ziyaretçileri etkinliğe katılmaları hususunda teşvik etmektedir.

Konya ilinin inanç turizmi kapsamında tanınmasının yanında, etkinlik turizmi çerçevesinde değerlendirilebilmesi önem arz etmektedir. Etkinliğe ev sahipliği yapan Konya ilinin tanıtımı, topluluk imajı, kültürel değerlerinin aktarımı açısından seyahat acentalarının, belediyelerin, yiyecek-içecek ve konaklama işletmelerinin beraber çalışma yürütmeleri önerilmektedir. Aynı zamanda ziyaretçilere daha iyi hizmet ve ürün sunulabilmesi, yurt ve dünya genelinde tanıtımın yapılabilmesi ve etkinliğe katılan ziyaretçilerin etkinlik sonunda motive olmuş bir şekilde ayrılabilmesi için pazarlama odaklı çalışmaların yanı sıra geri dönüşlerin değerlendirildiği bir platform kurulması tavsiye edilmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmaların belli bir planlama sonucunda yürütülmesinin, ilin turistik çekiciliğine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca unutulmamalıdır ki etkinliklerin başarılı olabilmesi için temel nokta yerel halkın, yerli ziyaretçilerin etkinliği benimsemesi ve destek vermesidir. Aksi takdirde bu etkinliklerin sürdürülebilirliğini, yerel halkta ve ziyaretçilerde oluşabilecek küçük çaplı memnuniyetsizlikler bile tehlikeye sokabilecektir. Hem yerel halk, hem de etkinliklere dışarıdan katılan katılımcılar için memnuniyet anketlerinin düzenlenip, istek ve beklentilerinin belirlenmesi de etkinliklerin gelişim süreçlerinin daha sağlıklı bir yapıya kavuşmasında yardımcı olabilecektir.

KAYNAKLAR

- Akış, S. (1999). Sürdürülebilir turizm ve Türkiye. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 36-46.
- Akış, A. (2018). The effect of cultural tourism on urban development: The case of Konya/Turkey. *Journal of Geography*, 37, 19-25.
- Backman, K. F. (2018). Event management research: The focus today and in the future. *Tourism Management Perspectives*, 25, 169-171.
- Başoda, A. & Aylan, S. (2014). Turistlerin karar verme sürecinin amaca yönelik davranış modeli ile değerlendirilmesi: Mevlâna Şeb-i Arus törenleri örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 88-104.
- Can, E. (2015). Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(4), 1-17.
- Cihangir, İ. S., & Karakaya, K. (2016). Ahilik kültürü ve alış-veriş turizmi: Konya bedesten çarşısını ziyaret eden turistlerin algısı üzerine bir araştırma. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 110-122.
- Cingi, S. (1989). Turizm ve Türk turizm sektörü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1-2), 145-165.
- Çelik, S., & Çetinkaya, M. Y. (2013). Festivals in event tourism: the case of international İzmir art festival. *International Journal of Contemporary Economics & Administrative Sciences*, 3(1), 1-21.
- Demirel, M. (2014). Burdur kent imajı: Mehmet Akif Ersoy üniversitesi öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(10), 230-241.
- Desbiolles, F. H. (2018). Event tourism and event imposition: A critical case study from Kangaroo Island, South Australia. *Tourism Management*, 64, 73-86.
- Doğdubay, M. & İlsay, S. (2016). Bir iletişim biçimi olarak gastronomi konulu festivaller. Hakan Yılmaz (Ed.) *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* içinde (169-191). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Elena, C. & Tatiana, S. (2015). Event tourism in Russian region: Opportunity for small-scale business growth. *Procedia Economics and Finance*, 26, 183-187.
- George, D. ve Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update* (4. Baskı). Boston: Allyn & Bacon.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Goldblatt, J. (2000). A future for event management: The analysis of major trends impacting the emerging profession. John Allen, Robert Harris, Leo K. Jago ve A. J. Veal (Ed.) *Events Beyond 2000 Setting The Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education* içinde (ss. 2-9). Sydney: University of Technology Sydney.
- Görkemli, N., Tekin, G. & Baypınar, Y. E. (2013). Kültürel etkinlikler ve kent imajı- Mevlâna törenlerinin Konya kent imajına etkilerine ilişkin hedef kitlelerin görüşleri. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 150-171.
- Jago, L. K. (1997). Special events and tourism behaviour: A conceptualisation and an empirical analysis from a values perspective. Doktora Tezi. Victoria Üniversitesi, Australia.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.
- Kayış, A. (2010). *Güvenilirlik analizi, spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, (Editör) Kalaycı, Ş. (ss.401-419). 5. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaynak, İ. H., & Karabulut, T. (2016). İnanç turizmi bağlamında kentsel turizm ve kültürel turizm: Konya örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 185-191.
- Kervankıran, İ., & Eryılmaz, A. G. (2017). İnanç turizmine yönelik ziyaretçi algılarının demografik farklılıklar açısından incelenmesi: Konya Mevlâna müzesi örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 59, 276-296.
- Kim, J. (2011). Patterns and trends in event tourism study topics over 30 years. Yüksek Lisans Tezi. The George Washington Üniversitesi, Washington.

- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M. & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
- Kişioğlu, E., & Selvi, M. S. (2013). Yerel etkinliklerin Tekirdağ'ın destinasyon imajına etkisi: Yerel paydaşlar açısından bir değerlendirme. *Social Science*, 1(1), 68-102.
- Konya Şehir Kimliği Çalıştayı Sonuç Raporu. (2015). *Turizm*. Konya: Şehir Kimliği Çalıştayı.
- Konya Turizm Raporu. (2008). 3 Mart 2019 tarihinde www.kto.org.tr/d/file/turizm-sektoru-2008.doc/ adresinden erişildi.
- Laing, J. (2018). Festival and event tourism research: Current and future perspectives. *Tourism Management Perspectives*, 25, 165-168.
- Lale, C. (2012). Ziyaretçilerin etkinliklere katılım güdülerinin etkinlik türüne göre karşılaştırılması: İzmir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Lee, H. (1997). Social carrying capacity of tourism planning at an alternative tourism destination: crowding, satisfaction and behavior. Doktora Tezi. Pennsylvania State University, Pennsylvania.
- Leier, K. D. (2006). Impacts of hosting a major event on annual events and festivals. Yüksek Lisans tezi.. Waterloo Üniversitesi, Ontario.
- Li, X. & Petrick, J. F. (2005). A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 239-245.
- Okuyucu, A. & Kılıç, T. (2019). Motives of visitors attending festival events: The case of commemorating Ertuğrul Ghazi and Söğüt Festival (Bilecik-Turkey). *Social Sciences*, 14(1), 133-150.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2013). Türkiye’de inanç turizmi: Bugünkü durum, sorunlar ve gelecek. *In International Conference on Religious Tourism and Tolerance* içinde (ss. 627-643). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Özdemir, M. (2013). Kültür turizminde Mevlâna imgesini kültür ekonomisi bağlamında değerlendirebilmek. *Bilim ve Kültür- Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 2, 197-213.
- Özgürel, G., Alan, R. & Bingöl, Z. (2015). Yerel kalkınmada bir araç olarak festivaller: Munzur kültür ve doğa festivali. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2, 113-121.
- Panfiluk, E. (2015). Impact of a tourist event of a regional range on the development of tourism. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 1020-1027.
- Sharpley, R. & Stone, P. (2011). Socio-Cultural impacts of events: Meanings, authorized transgression, and social capital. Stephen J. Page and Joanne Connell (Ed.) *The Routledge Handbook Of Events* (ss. 347-361). London: Routledge.
- Şeb-i Arus, (2016). *Hız. Mevlâna'nın hayatı ve şahsiyeti*. 23 Mart 2019 tarihinde https://sebiarus.gov.tr/%3Cp%3Eindex.php?route=pages/pages&page_id=44%3C/p%3E/ adresinden erişildi.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Journal of International Social Research*, 2(9), 473-492.
- Tayfun, A., Kılıçlar, A., Uşaklı, A. & Yayla, Ö. (2013). Şeb-i Arus törenlerine katılan ziyaretçilerin memnuniyet ve sadakat düzeyleri üzerine bir araştırma. *In International Conference on Religious Tourism and Tolerance* içinde (ss. 1235-1244). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Tekin, Ö. (2017). Ekoturizm açısından Konya ili doğa yürüyüşü rotaları üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 377-400.
- Timur, N. M., Çevik, S. & Kıcır, G. K. (2014). Etkinlik turizmi: Kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 56-83.
- Uluslan, Y & Batman, O. (2010). Alternatif turizm çeşitlerinin Konya turizmine etkisi üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 243-260.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygur, S. M. & Çelik, A. (2010). Etkinlik turizminin algılanan sosyo-ekonomik etkilerini belirlemeye yönelik İstanbul destinasyonunda bir araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), 35-50.

- Üzümcü, T., Çelik, A. & Karataş, M. (2017). Koruma-Kullanma ikileminde sürdürülebilirlik ve kırsal turizm: Konya-Sille örneği. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 10(1), 53-64.
- Wong, F. J. (2000). Event tourism and the product life cycle: The brimfield, massachusetts antiques and collectibles show. Yüksek Lisans Tezi. Florida Atlantic University, Florida.
- Xie, P. F. & Gu, K. (2015). The changing urban morphology: Waterfront redevelopment and event tourism in New Zealand. *Tourism Management Perspectives*, 15, 105-114.
- Yenice, M. S. (2014). Konya tarihi kent merkezi için turizm odaklı yenileme stratejileri. *Artium Dergisi*, 2(1), 70-84.
- Yıldırım, H. M. (2017). *Etkinlik turizmi "Destinasyon seçim sürecinde etkinlikler"*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yolal, M. (2017). Türkiye'nin etkinlik turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 35-51.
- Yolal, M., Birdir, S. S., Karacaoğlu, S. & Birdir, K. (2014). XVII. Akdeniz oyunları seyircilerinin güdülleri ve algıladıkları faydalar üzerine bir çalışma. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 28-44.
- Yolal, M., Çetinel, F. U. & Uysal, M. (2009). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir international festival. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10(4), 276-291.
- Yolal, M., Gürsoy, D., Uysal, M., Kim, H. L. & Karacaoğlu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' Well-being. *Annals of Tourism Research*, 61, 1-18.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S. & Lee, C. K. (2010). Measuring festival quality and value affecting visitors' Satisfaction and loyalty using a structural approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 335-342.
- Yücedağ, A. (1993). Anket geliştirilmesi ve uygulanması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 26(2), 443-454.

EXTENDED ABSTRACT

For thousands of years, events and festivals have been organized as a result of people gathering for religious, cultural and social purposes. Over time, events have become industrialized and professionalized (Desbiolles, 2018: 74). Today, events have become a common tool in tourism to promote space identity and revitalize urban areas (Xie and Gu, 2015: 106). As a result of demographic and psychographic changes in some parts of the society; the increase in average disposable income, more frequent short-term holiday mobility, the importance of unplanned travels and the increasing interest in freedom and culture have made event tourism popular (Jago, 1997: 20). Events are organized to show the cultural diversity of destinations or regions, to provide entertainment for local people, to attract tourists to the region, to improve the quality of life in destinations and to generate income (Yolal, 2017: 36). Therefore, they are important both socially, economically and culturally (Laing, 2018: 167). Events contribute to the social cohesion of the society, nurture local feelings and develop social and cultural identity (Yoon, Lee & Lee, 2010: 341). In Turkey, culture, music, food and beverages, sports and entertainment events are organized and events market is developing day by day (Uygur and Çelik, 2010: 47). Some of the events are not long-lasting due to reasons such as lack of promotion, inadequate organization and financial problems, and cannot meet the demands and expectations (Yolal, 2017: 37). Many events have become unique to the destination where they are held and have been internalized (Kışoğlu and Selvi, 2013: 72). Reunion of Rumi Commemoration Ceremonies held every year between 7-17 December in Konya host local and foreign tourists who are interested in the teachings of Rumi (Görkemli, Tekin and Baypınar, 2013: 168). Although there are cultural and religious differences between communities, religious festivals and commemoration ceremonies, Christmas, Easter, Mevlite, funeral and birth, events are held with a sense of belonging and togetherness. The fact that the people participating in these events experience similar feelings and thoughts adds meaning to the activity. During the Commemoration of Rumi ceremonies held

annually, participants visit Konya to reinforce common feelings and to witness the Sama shows. The aim of the study is to determine the reasons for the participation of the local visitors in the Reunion of Rumi Commemoration Ceremonies, how they have been made aware of the event, with whom they attended the event and whether they attended the event before. It is also aimed to reveal whether the reasons for participation in the ceremony differ depending on the demographic characteristics of the visitors. In this context, the study is important in terms of contributing to event tourism in Konya and determining the reasons why local tourists prefer activities. The population of the research consisted of the visitors that came to watch the events in Reunion of Rumi Commemoration ceremonies in the 745th Meeting Anniversary of Mawlana Jalaluddin-i Rumi. According to the information received from the Directorate of Culture and Tourism of Konya, 200.000 people attended the Reunion of Rumi Commemoration ceremonies between 7-17 December, 2018. According to the information obtained from the Rumi Museum, there was no distinction between domestic and foreign visitors in the statistics of those who visited the museum on these dates. In the study, sampling has been applied to collect data within the scope of width, time and cost elements. In this context, the sample of the study has been determined as 383 people with a 95% confidence interval (Ural & Kılıç, 2005: 43). Convenience sampling method, one of the non-random sampling methods, has been used in the study. The questionnaire was given to the local visitors who participated in the ceremony in and around Mevlana Cultural Center where the activities were organized. Data collection has been carried out in the last days of the ceremonies (between 12-17 December 2018) in which the visitor density increased. In this process, 450 questionnaires have been distributed and feedback has been received from 390 questionnaires. As a result of the surveys which could not be used due to missing data, 384 usable questionnaires have been obtained. The research has been conducted with the data obtained from 384 available questionnaires. As a result of this research conducted to determine whether the reasons for participating in the ceremony differed depending on the demographic characteristics of the visitors attending the Reunion of Rumi Commemoration ceremonies held in Konya; it is determined that the majority of the local visitors participating in the survey are female (62.5%), the age distribution in general is between 25-34 (24.5%) and 35-44 (28.1%), and 73.4% of the participants are married. When the education levels are examined, the majority of the participants are university graduates (52.1%). It has been determined that the income levels are between TRY 3.001-4000 (28.6%). According to the gender, age groups, marital status and educational level of the visitors, it has been found out in the research that the reasons for participating in Reunion of Rumi Commemoration ceremonies vary. It can be said that female participants want to participate more in the activity due to the “escape” and “change” sub-dimensions compared to men, and the desire of “escape” and “socialization” of the younger age group and the desire of the older individuals to spend time with the “family” outweigh the reasons for participation in the event. Single participants are interested in participating in more activities in line with the “change” sub-dimension. It can be stated that as the education level of the visitors increases, their interest level towards activities increases and they want to be together with new people in different environments. Besides the recognition of Konya within the scope of faith tourism, it is important to be able to evaluate it within the framework of activity tourism. It is recommended that travel agencies, municipalities, food and beverage and accommodation establishments work together in terms of the promotion of the province of Konya, which hosts the event, the community image and the transfer of cultural values. At the same time, it is recommended to establish a platform where feedbacks are evaluated as well as marketing-oriented activities in order to provide better services and products to the visitors, to promote the country to the world, and to keep the visitors participating in the event motivated at the end of the event. It is thought that taking such steps towards a specific planning will contribute to the touristic attraction of the province.