

## **Bölgesel Kalkınmaya Destek Açısından Şeb-i Arûs Törenlerinin Turistik Etkinliğini Artırma Önerileri: Nitel Bir Analiz\***

Münevver ÇİÇEKDAĞI, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, mcicekdagi@selcuk.edu.tr, Konya, Türkiye, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8195-1542>

Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, akaraman@selcuk.edu.tr, Konya, Türkiye, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7934-0451>

### **Öz**

*Araştırmanın amacı, Konya’da her yıl düzenlenen Şeb-i Arûs töreninin daha iyi organize edilerek bilinirliğinin ve bölgesel kalkınmaya olan etkisinin artırılmasına katkı sunabilmektir. Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmış olup veri toplamak için yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Törenlerin gerçekleştiği zaman aralığında basit tesadüfi örneklem yöntemi ile yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde gönüllülük esasına dayalı olarak yerel halktan 445 katılımcıdan öneriler alınarak içerik analizi ile analiz edilmiştir ve demografik özelliklerine göre kıyaslamalar yapılmıştır. Analizde belge haritası, küme yoğunluk haritası, iki vaka modelleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre kadınlar erkeklere oranla çalışan disiplini, ikramlar ve reklam ve tanıtıma ağırlık vermişlerdir. Esnaflar törenin farklı şehirlerde yapılabileceği önerisini sunarken memurlar güvenlik, ücretsiz bilet, yer sıkıntısına vurgu yapmışlardır. Lisans mezunları ilkökul mezunlarına göre çeviri desteği dahil daha çok öneride bulunmuşlardır. İleri yaş grubunda çalışma disiplini öne çıkmıştır. Çalışmayla törenlerin organizasyonunda görev alan her türlü kurum ve kuruluşa ve bu alanda çalışacak akademisyenlere fayda sağlanacağı ve dolaylı olarak bölgesel kalkınmaya katkı sunabileceği umulmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Şeb-i Arûs Törenleri, Bölgesel Kalkınma, Görüşme Metodu, İçerik Analizi, Halkın Desteği

## **Suggestions for Increasing the Touristic Activity of Şeb-i Arûs Ceremonies in Terms of Support to Regional Development: A Qualitative Analysis**

### **Abstract**

*The aim of the research is to contribute to the better organization of the Şeb-i Arûs ceremony held every year in Konya and to increase its awareness and impact on regional development. The qualitative research method was used in the research and the structured interview technique was used to collect data. Suggestions were taken from 445 local participants based on volunteering and analyzed with content analysis and comparisons were made according to demographic characteristics. According to the analysis results, women gave more importance to employee discipline, refreshments, and advertising and promotion than men. While tradesmen suggested that the ceremony could be held in different cities, civil servants emphasized security, free tickets and space shortages. Undergraduate graduates made more suggestions, including translation support, than primary school graduates. Work discipline came to the fore in the older age group. It is hoped that the study will benefit all kinds of institutions and organizations involved in the organization of ceremonies and academics who will work in this field, and indirectly contribute to regional development.*

**Keywords:** Şeb-i Arûs Ceremonies, Regional Development, Interview Method, Content Analysis, Resident’s Support

\*Bu çalışma için Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Dekanlığı, Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu’ndan 21.11.2022-12 tarih ve sayılı “Etik Kurul Onayı” alınmıştır.

## Extended Summary

Since events are an important resource for the tourism sector, they are included in the development and marketing plans of many destinations (Bilgili & Cem, 2023). However, the point that needs to be considered here is the society's perspective on these activities. The positive/negative effects of tourism in a destination are generally classified as economic, social, cultural and environmental. It can be said that the people most affected by these are the people living in the region (Özaltın Türker & Türker, 2014). The fact that local people do not support the policies and plans prepared for the development of tourism activities in their region means that these plans and policies will fail in implementation. Failure to obtain the opinions of both local people and businesses in the region will result in a deficiency in full participation. Therefore, it is important to learn the perceptions and attitudes of all stakeholders towards the development of tourism (Akova, 2006).

It can be said that the Şeb-i Arûs ceremonies held every year between December 7-17 are the most important events organized in Konya. This study focuses on eliminating the organizational deficiencies of the Şeb-i Arûs ceremonies, making improvements and developments, and increasing the awareness of the ceremonies in national and international arenas. In this way, more local and foreign guests can be attracted to the region. The opinions of the local people were sought regarding the deficiencies, improvements and developments regarding the ceremony. It is hoped that the evaluation of the suggestions from the public within the scope of the study will contribute to both regional tourism and social development. The study is important in terms of guiding all kinds of institutions and organizations that play a role in the organization of the ceremonies based on the observations and ideas of the local people. The difference of this study from other studies in the literature is that the structured interview technique was used in the data collection phase and the qualitative research method was used. The study differs from similar studies in terms of the number of participants it reached (445), the diversity in demographic characteristics, and the fact that it reveals this diversity by making pairwise comparisons, compared to other studies using the interview technique. In addition, the study is considered important in terms of focusing on the public's suggestions, not their perceptions and attitudes.

When the findings of the study are evaluated, it is striking that many of the suggestions of women and men are common, but there are differences according to some codes. Women, unlike men, pointed out that advertising and promotion should be emphasized, refreshments should be increased, and employees working at the ceremony should be trained on work discipline. In contrast to this situation, Karipçin and Ateş (2022) stated in their study that the direction and views of local people supporting the development of tourism do not create differences in terms of gender. Since the tourism sector is a labor-intensive sector, Olcay & Düzgün, 2015; Baykal & Şahin, 2014), employees need to be cheerful (Akoğlan Kozak, 2009; Alkış & Öztürk, 2009), have professional awareness and are tolerant (Gürbüz & Dağdeviren, 2007) and hospitable (Christou, 1999). Çoban et al. (2019) stated in their study examining online comments that the characteristics of human resources in this sector being cheerful, caring, and helpful are prominent in the comments. The lack of any of these can also negatively affect guest satisfaction. The issue of catering can also be considered as an element that will increase added value in addition to basic needs. The issue of advertising and promotion is a subject that has been talked about, discussed and studied for years. Destinations can position their names in the minds of visitors with more positive qualities through image strengthening and branding studies. The promotion of destinations can be increased by conducting brand and image studies. Today, with the strengthening of information and communication technologies, it will be easier and more appropriate for all kinds of advertising and promotion activities to reach consumers through social media, online games, series and movies, and competitions.

Among singles and married people, it was observed that singles made more different suggestions than married people. These suggestions were about catering, advertising, competition and foreign language translation support. Married people emphasized the discipline of employees. This situation also differs from the study of Karipçin and Ateş (2022). According to their study, it can be said that the support given

by married people to the development of tourism is more positive. In this study, it can be said that singles are interested in the subject by making suggestions from different perspectives. The suggestion of competition and foreign language translation support is remarkable in this section. When the target audience is considered, general culture and knowledge competitions that can attract the attention of different age groups can be organized and different events can be hosted during the ceremony weeks. Ceremonies to be held in the same or different venues outside the ceremony hours can be beneficial for guests to refresh their knowledge of Hz. Mevlâna and Mevlevi teachings or to learn for those who do not know. This can also ensure that the meanings of the sema movements, which are especially intriguing while watching the ceremonies, are followed more consciously. In terms of foreign language translation, considering that some of the speakers and participants in the ceremony are foreigners, communication can be facilitated with multiple language options. In addition, sign language is extremely important in terms of making the event more accessible. Dalgın et al. (2023) also stated in their study that arrangements should be made for individuals with disabilities in the events.

When comparing tradesmen and civil servants, tradesmen stated that similar ceremonies should be held in different cities, while civil servants made suggestions on the subjects of longer duration of the event, free tickets, solving the problem of finding a place and increasing security measures. Özaltın Türker and Türker (2014) stated in their study that tradesmen with economic expectations from tourism were more supportive, while civil servants with no economic expectations had a more negative approach. This study can be interpreted in a similar way. While tradesmen demanded that the ceremony be held in more places, civil servants saw more problems and suggested solutions for this.

When comparing the groups between the ages of 18-25 and 46-55, it is seen that the older segment makes different suggestions regarding the discipline of employees. Advancing age, having a certain economic power and people taking part in business life can lead to different expectations regarding working life and the services received.

In addition, some participants from different demographic characteristics stated that they had never attended the ceremonies before and therefore could not offer a suggestion. Some participants stated that they were extremely satisfied with the current ceremonies and did not offer any suggestions.

The comparison of undergraduate and primary school graduates is also interesting. Because undergraduate graduates have different suggestions in many code areas compared to primary school graduates. This situation can be explained by a perspective that develops according to educational status.

It is hoped that the results obtained from the study will be beneficial for increasing the ceremonial activities when taken into consideration by local governments, non-governmental organizations and tourism businesses. More specific steps can be taken by organizing a workshop with the participation of relevant stakeholders regarding the results of academic studies conducted in this field. Future researchers and academicians can conduct studies on whether the people in different destinations want the Şeb-i Arûs ceremonies to be held in their regions. In addition, mixed methods can be used to examine the opinions of the local people towards tourism activities in their regions and their opinions in more depth. In addition to the opinions of the people, a wide-scale comparison can be made by referring to the perceptions and attitudes of all kinds of institutions and organizations and visitors who are involved in the organization of the ceremony and are affected by the results of the ceremonies. This can also reveal the answers to why some negative effects cannot be prevented. It can also be beneficial in terms of increasing the coefficient of positive effects. It would be appropriate to focus on marketing studies aimed at the global branding of these ceremonies, which have a history of eighty-seven years. Since the data of the research is limited to the time period when the ceremonies are held in order to be up-to-date, future researchers can make a comparison by collecting new data in different periods during the year. In this study, which was conducted on a voluntary basis with participants, it was assumed that the participants answered the questions sincerely. The limitations related to environmental and personal situations that may be

experienced in the field of survey and interview techniques in the field of social sciences are also valid for this study. It is hoped that the study will guide future researchers.

## 1. Giriş

Destinasyonların rakiplerden farklılaşarak öne çıkmalarında maliyeti nispeten daha düşük olan yollardan bir tanesi de etkinlik düzenlemektir. Etkinlikler hem düşük maliyetli oluşları hem de medyada yer bulmaları ile potansiyel ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Etkinlikler sayesinde ziyaretçiler bir destinasyona birden fazla kez ziyarette bulunabilirler. Destinasyonlar açısından ise birden fazla etkinliğe ev sahipliği yapan destinasyonlar için farklı pazarlarda rekabet avantajı kazanmak söz konusu olabilir (Hall, 1989). Bu yönüyle etkinlikler turizmin ayrılmaz bir unsuru olarak kabul görülmektedir (Mohanty & Himanshi & Choudhury, 2020). Etkinlikler belirli bir temayı içeren, toplumlara getirdiği ekonomik kazançlara ilave olarak toplumsal kültüre sahip çıkma ve kimlik korumaya yönelik faydaları da olan bir turistik üründür (Çavuş & Gürğah, 2022).

Etkinlikler, turizm sektörü için önemli bir kaynak olduğundan birçok destinasyonun kalkınma ve pazarlama planlarında yer almaktadır (Bilgili & Cem, 2023). Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta toplumun bu etkinliklere bakış açısıdır. Bir destinasyonda turizmin olumlu/olumsuz etkileri genel anlamda ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel olarak sınıflandırılmaktadır. Bunlardan en fazla etkilenen kesimin ise bölgede yaşayan halk olduğu söylenebilir. Halkın bölgedeki turizm faaliyetlerini destekleyip desteklememelerinde bu olumlu ya da olumsuz etkiler belirleyici olmaktadır (Özaltın Türker & Türker, 2014). Yerel halkın, buldukları bölgedeki turizm faaliyetlerinin gelişmesi için hazırlanan politika ve planları desteklememeleri bu plan ve politikaların uygulamada başarısız olacağı anlamını taşımaktadır. Hem yerel halkın hem de bölgedeki işletmelerin görüşlerinin alınmaması tam katılım noktasında eksiklik oluşturacaktır. Dolayısıyla tüm paydaşların turizmin gelişimine yönelik algı ve tutumlarının öğrenilmesi önem arz etmektedir (Akova, 2006). Buna ilave olarak halkın mevcut uygulamalara yönelik önerileri de bulunabilmektedir. Bu öneriler bölgede yaşayan, etkinliklerin olumlu ve olumsuz yönlerinden etkilenebilecek bireylerden gelmesi sebebiyle dikkate alınmalıdır. Bölge halkı hem bir etkinlik katılımcısı hem de bölge sakini olması sebebiyle etkinlikleri farklı bakış açılarıyla değerlendirerek işe yarar öneriler sunabilir.

Her yıl 7-17 Aralık tarihlerinde düzenlenen Şeb-i Arûs törenlerinin Konya'da düzenlenen en önemli etkinliklerden birisi olduğu söylenebilir. Bu çalışma Şeb-i Arûs törenlerinin varsa organizasyon eksikliklerinin giderilmesi, iyileştirme ve geliştirmelerin yapılarak ulusal ve uluslararası alanda törenlerin bilinirliğinin artmasına odaklanmıştır. Bu sayede bölgeye daha fazla yerli ve yabancı misafir çekilebilecektir. Törenle ilgili eksiklik, iyileştirme ve geliştirmelerin neler olabileceği ile ilgili ise bölge halkının görüşlerine başvurulmuştur. Çalışma kapsamında halktan gelen önerilerin değerlendirilmesi ile hem bölge turizmine hem de toplumsal kalkınmaya katkı sunulabileceği umulmaktadır. Çalışma, bölge halkının gözlem ve fikirlerine dayanarak törenlerin düzenlenmesinde rol alan her türlü kurum ve kuruluşa yol gösterici olması bakımından önemlidir. Bu çalışmanın literatürde yer alan diğer çalışmalardan farkı; veri toplama aşamasında yapılandırılmış görüşme tekniğine başvurulması ve nitel araştırma yönteminden yararlanılmasıdır. Çalışma, görüşme tekniği kullanılan diğer çalışmalara göre ulaştığı katılımcı sayısı (445), demografik özelliklerdeki çeşitlilik ve bu çeşitliliği ikili kıyaslamalar yaparak ortaya koyması bakımından benzer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Ayrıca çalışmanın, halkın algı ve tutumlarına değil, önerilerine odaklanması yönüyle de önemli olduğu düşünülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu bölümünde bölge sakinlerinin turizme bakış açısına yönelik kavramsal çerçeve açıklanacaktır.

### 2.1. Bölge Sakinlerinin Turizme Bakış Açısı

Kültür, içinde barındırdığı çok sayıda unsur ile bireyleri seyahat etmeye yönlendiren önemli bir motivasyon olarak görülmektedir. Ziyaretçilerin somut ve soyut kültürel miras değerlerini ziyaret etme

talepleri arttıkça yeni turizm destinasyonları da ortaya çıkmaya başlamıştır (Ćurčić & Bjeljic, 2017). Ziyaretçiler için aktivite çeşitliliği sunabilen destinasyonlar uzun vadede rekabet avantajı elde edebilecektir (Dalgın vd., 2023). Bu doğrultuda destinasyonlar hem geleneksel hem de modern etkinlikler düzenlemektedirler (Büyük & Kömürcü Sarıbaş, 2022).

Destinasyonlarda turistleri çekebilmek için belirli kurallar dahilinde planlanan, organize edilen ve pazarlanan bir dizi etkinliği içeren etkinlik turizmi (Tassiopoulos, 2005), turistik talebi doğrudan ve dolaylı yolla etkileyen bir turizm türüdür. Etkinlik turizmi ile bölgede yaşayan yerel halk ve ziyaretçiler eğlence ve kültürel etkileşim gibi çeşitli niyetlerle bir araya gelmektedirler (Dalgın vd., 2023). Etkinliğin düzenlendiği dönemde bölgede olan ziyaretçilerin kalış süreleri uzayabilmekte ve bu ziyaretçiler daha fazla harcama yapabilmektedirler (Can, 2015). Etkinlikler önemli bir çekicilik unsuru olmakla beraber aynı zamanda bölgesel kalkınma için de bir araçtır (Akkoç, 2024). Etkinlikler sayesinde turizmden elde edilen gelir yerel halka daha adaletli bir biçimde dağıtılabilmektedir (Özgürel vd., 2019). Etkinliklerin kültürel, çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerinin yanı sıra destinasyonların sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerlerinin tanıtılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında önemli bir rol üstlendikleri söylenebilir (Şenel vd., 2022).

Etkinlik turizminden kaynaklı olumlu durumların yanı sıra üzerinde durulması gereken bir konu daha vardır. O da destinasyona gelen ziyaretçi akışının kontrollü bir şekilde yürütülmesidir. Aksi durumda yerel halk ile ziyaretçiler arasında istenmeyen durumlar yaşanabilecektir. Yerel halkın desteği ile turistik destinasyonun kalkınması arasında pozitif bir ilişki vardır (Jackson, 2008). Bu yüzden yerel halkın turistik süreçlerle ilgili görüşlerini almak, onları bu sürece dahil etmek ve kendilerini bir turizm paydaşı olarak görmelerini sağlamak oldukça önemlidir (Aas vd., 2005).

Destinasyonlar festival, tören, spor müsabakası, yarışma gibi çeşitli etkinlikler düzenleyerek turizmin bölgesel ve mevsimsel özelliklerinin etkilerini de en aza indireyecek, bölgesel kalkınmaya destek olacak bir turistik ürün üretmeye çalışmaktadırlar. Destinasyonlarda turizmden maksimum verim almaya çalışılırken yerel halkın durumu ihmal edilmemelidir. Yerel halk, görüş ve önerileri alınarak karar mekanizmalarının içine dahil edilmelidir. Çünkü etkinlikler gerçekleştirilmeden önce, etkinlik esnasında ve gerçekleştirildikten sonra bölge sakinlerinin maruz kalabileceği birtakım olumsuz durumlar ortaya çıkabilmektedir. Trafik yoğunluğu, kalabalık, ses ve görüntü kirliliği, kültürel bozulmalar, sosyal yapıda değişiklikler, ekonomik kayıplar, kapasite aşımı, aşırı turizm bunlardan bazılarıdır. Elbette turistik etkinliklerin olumlu etkileri de vardır. Ancak olumsuz etkiler en aza indirgenmediği sürece halkın bu etkinliklere tam anlamıyla desteğini alma noktasında zorluklarla karşılaşılacaktır. Halk tarafından desteklenmeyen her türlü plan ve program ise eksik kalacaktır.

Toplumların turizmin geliştirilmesi sürecine katılması kapsayıcı bir yaklaşım olarak nitelendirilebilir (Lee, Kim & Lee, 2021). Bir destinasyonda yaşayan halkın turizmi geliştirme çalışmalarına dahil edilmesi, turizm faaliyetlerine olan desteklerini de artıracaktır (Kodaş vd., 2022). Bunun için ise öncelikle turizmin etkilerine karşı halkın algı ve tutumlarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu tespitler neticesinde halkın olumlu ve olumsuz bakış açısı ortaya çıkarılıp, durumun iyileştirilebilmesi için neler yapılması gerektiği aşamasına geçilebilecektir.

Literatürde yerel halkın çeşitli turistik etkinliklere yönelik turizmin sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel etkilerine olan yaklaşımını araştırma yönteminden yararlanarak ölçen çeşitli çalışmalar vardır. Bu çalışmalardan bir kısmı kısaca özetlenecek olursa;

Akkoç (2024) Bafra'da yerel halktan 305 kişiye yaptığı anket çalışmasında festivallerin sosyo-ekonomik etkileri ile yerel halkın turizme desteği arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Ankaya ve Pirli (2024) Alaşehir'de 400 kişiye yaptıkları anket çalışmasında katılımcıların çoğunun agro turizmi yeni iş kollarının gelişme ihtimalinden ötürü turizm faaliyetlerini destekledikleri sonucuna ulaşmıştır. Desteklemeyenler ise jeotermal tesislerden kaynaklı tarım alanlarına verilebilecek çevresel zarar ile bölge kültürünün değişmesini sebep olarak göstermişlerdir.

Kourkouridis, vd. (2023) Yunanistan/Selanik'te 1066 kişiye yaptıkları anket çalışmasında halkın fuar etkinliklerinin bölgeye olan çevresel, sosyo kültürel ve ekonomik etkilerine karşı büyük oranda olumlu bir yaklaşım içinde olduklarını tespit etmişlerdir. Phuc ve Nguyen (2023) Vietnam'ın Ho Chi Minh şehrindeki 451 bölge sakine yaptıkları anket çalışmasında halkın sürdürülebilir turizm desteğinin halkla kurulan iş birliği, halkın algısı ve duygusal dayanışmalara göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşımlardır. Ödemiş (2023) yerel halktan 369 kişiye yaptığı anket çalışmasında kadınların erkeklere oranla turizme toplumsal katılım konusunda daha gönüllü oldukları sonucuna ulaşmıştır. Godovkyh vd. (2023) turistik ziyaretlerin halkı kısa dönemde olumsuz, uzun dönemde ise olumlu etkilediğini ifade etmişlerdir. Karaman ve Çiçekdağı (2023) Konya'nın merkez ilçelerinde yaşayan 831 kişiye yaptıkları anket çalışmasında turizmin ekonomik, çevresel ve kültürel etkisinin toplam etkiyi olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Baloch vd. (2023) turistler, yerel halk, sivil toplum kuruluşları, otelciler ve bölgelere hizmet veren tur operatörlerini kapsayan 650 kişiye yaptıkları anket çalışmalarında katılımcıların turizmin sosyo-ekonomik getirilerinin farkında olduklarını belirtmişlerdir. Çalışmada ayrıca halkın turistik faaliyetlerin çevresel kaynakları olumsuz etkilediğine dair bir algı içinde oldukları tespit edilmiştir.

Zorlu ve Yılmaz (2022) Aksaray'ın Güzelyurt ilçesinde 369 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında halkın turizm desteğinin turizme harcanan maaliyet ve getirdiği faydaya göre şekillendiğini tespit etmişlerdir. Çavuş ve Gürgeç (2022) Silifke'de yaşayıp festivale katılma deneyimi olan 394 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında festivalin halk üzerinde bıraktığı ekonomik ve çevresel olumsuz etkilere odaklanan bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu olumsuzlukların festival organizatörleri tarafından göz önünde bulundurulması gerektiği önerisinde bulunmuşlardır. Karipçin ve Ateş (2022) ise Konya'nın Beyşehir ilçesinde yerel halktan 384 kişiye yaptıkları anket çalışmasında halkın turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerine yönelik herhangi bir olumlu ya da olumsuz algı tespit etmemişlerdir. Karakaş vd. (2022) Bartın'da 320 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında yerel halkın turizmin gelişimine yönelik olumlu bir algı içinde olduklarını ifade etmişlerdir. Alagöz ve Taş (2022) Erzincan'ın Kemaliye ve Refahiye bölgelerinde 350 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında yerel halkın her ne kadar festival türü etkinliklere karşı sosyal bir fayda hissi içinde olsalar da olumsuz bir algılarının da söz konusu olduğunu belirtmişlerdir.

Güneş ve Alagöz (2018) Erzincan halkından 387 kişiye yaptıkları anket çalışmasında halkın turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini olumlu algıladıklarını, hatta bölgenin var olan potansiyelinden yeterince yararlanılmadığı algısında oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Gündüz (2018) Adana/ Karataş'ta yerel halktan 286 kişiye yaptıkları anket çalışmasında halkın, özellikle ekonomik katkı elde etmesi durumunda turizm etkinliklerinin hem bireysel hem bölgesel anlamda olumlu etkisi olacağını düşündükleri sonucuna ulaşmıştır.

Karakaş ve Şengün (2017) Diyarbakır halkından 347 kişiye yaptıkları anket çalışmaları sonucunda halkın turizmin ekonomik getirisinden ötürü yaşam standartlarını artıracığı görüşünde olduğunu belirtmişlerdir. Boğan ve Sarıışık (2016) Alanya'da 410 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında halkın genel olarak turistik faaliyetlerin ekonomik etkisini olumlu, sosyal etkisini olumsuz karşılarsa da turizme sıcak baktığını ifade etmişlerdir. Özaltın Türker ve Türker (2014) Muğla'nın Dalyan bölgesinde yerel halktan 658 kişiye yaptıkları anket çalışmasında sosyo-kültürel etkilerin halkın turizm desteği için en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Jackson (2008) da Daytona Beach'te 162 kişiyle yaptığı anket çalışmasında halkın bölgelerine ekonomik, kültürel ve iş olanakları açısından katkı sunan etkinliklere olumlu baktıkları sonucuna ulaşmışlardır. Cengiz ve Kırkbir (2007) Bodrum'da yerel halktan 193 kişiye yaptıkları anket çalışmasında turizmin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel etkileri kapsayan toplam etkisinin halkın turizm faaliyetlerine karşı olan desteğini farklı düzeylerde etkilediğini söylemişlerdir. Akova (2006), turizmin yerel halk üzerindeki etkilerinin onların demografik özelliklerine, bölgenin gelişmişlik düzeyine, turizm sektörünün bölgenin ekonomik kalkınmasında öncü sektör olup olmamasına, bölgede yaşayanların oranın yerlisi olup olmamalarına ve orada yaşama süreleri gibi

değişkenlere göre farklılık gösterdiğini ifade etmiştir. Bu çalışmada da bölge sakinlerinin demografik özelliklerine göre önerilerini karşılaştırma yoluna gidilmiştir.

Jackson (2008) halkın turizmden gelen ekonomik katkılardan memnun olurken olumsuz etkilerini bertaraf etme çabalarında gönülsüz olduğunu ifade etmiştir. Toplumlar yerel düzeyde turizm endüstrilerinin gelişiminin ulusal kültür ve turizmin gelişmesine doğrudan etki ettiğinin yavaş yavaş farkına varmaktadırlar (Sohn, Lee & Yoon, 2016).

Bu çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde yazarların yerel halkın turizm desteğini tespit edebilmek için anket tekniğine başvurduğu söylenebilir. Ayrıca çalışmalarda turizmin olumlu ve olumsuz sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmaların sonuçlarına göre ise halkın turizm desteğinin daha çok kendilerine getirebileceği ekonomik kazançlara dayanarak olumlu olduğudur. Karakaş ve Şengün (2017) de turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgede iş imkanlarını ve ek geliri artırması, hayat standartlarını yükseltmesi ve mevcut sorunların çözülmesi gibi etkilerinin halk tarafından olumlu karşılandığını ifade etmişlerdir. Elbette bu durum çeşitli olumsuz etkilerinin göz ardı edildiği anlamını taşımamaktadır.

Yapılan literatür incelemesi neticesinde;

“S1: “Şeb-i Arûs törenlerinin bilinirliğini artırmak için neler yapılabilir?”

S2: “Şeb-i Arûs törenleri sayesinde bölgeye daha fazla yerli ve yabancı turist çekebilmek için neler yapılabilir?”

S3: “Şeb-i Arûs törenlerinin bölgesel kalkınmaya olan ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel anlamda olumlu etkilerini artırıp olumsuz etkilerini azaltmak için neler yapılabilir?” soruları ortaya çıkmıştır. Çalışmanın yöntem bölümünde araştırma sorularına yanıt aranacaktır.

### 3. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, veri toplama süreci, aracı ve örneklem bilgisi ve güvenilirlik çalışmasından bahsedilecektir.

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada Konya ilinin kültür ve inanç turizmi kaynakları açısından özel bir yeri olan, etkinlik turizmi kapsamında da değerlendirilebilen Şeb-i Arûs törenleri ele alınmıştır. Şeb-i Arûs, düğün gecesi anlamında kullanılmaktadır. Mevleviyye tarikatının kurucusu olan âlim, şair ve mutasavvıf Mevlânâ Celâleddîn-i Rûmî'nin öldüğü yani ilahî sevgiliye kavuştuğu gece ve bu gecenin yıl dönümlerinde düzenlenen törenlere Şeb-i Arûs adı verilmektedir (İslam Ansiklopedisi, 2024). Mevlâna'nın Vuslat Yıldönümü Uluslararası Anma Törenleri olan Şeb-i Arûs törenleri her yıl düzenli olarak organize edilmektedir. Binlerce yabancı ziyaretçinin katıldığı bu tören Türkiye'nin kültür turizminde önemli bir yere sahiptir (Özçoban, 2018). Yerel basında çıkan haberlere göre 2023 yılında vuslat törenlerinin ardından Mevlâna Müzesi'ni 168.000 kişi ziyaret etmiştir (bbnhaber.com, 2023).

Konya, soyut ve somut pek çok kültürel mirasa sahip bir turizm kenti olarak daha fazla ziyaretçi ağırlama potansiyeline sahiptir. Araştırmanın amacı, Şeb-i Arûs törenlerinin daha iyi organize edilerek bölgesel kalkınmaya olan olumlu etkilerinin artırılmasına katkı sunabilmektir. Ulusal ve uluslararası alanda Şeb-i Arûs töreninin tanınırlığı artırılarak bölgede yerli ve yabancı daha çok turist ağırlanabilir. Bu da bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda gelişimine katkı sunacaktır. Turizmin gelir getirici ve istihdam sağlayıcı özelliklerinin yanı sıra bu tür törenlerle turizmin mevsimsellik özelliğinin negatif etkisinin de azaltılabileceği ve bölgesel kalkınmaya katkı sunulabileceği umulmaktadır.

Çalışma, bölgede yaşayanların gözlem ve fikirlerine dayanarak törenlerin düzenlenmesinde rol alan her türlü kamu kurumuna, sivil toplum kuruluşlarına ve özel sektör işletmelerine yol gösterici olması



bakımından önemlidir. Bu çalışmanın literatürde yer alan diğer çalışmalardan farkı; halktan veriler alınırken anket tekniğine değil yapılandırılmış görüşme tekniğine başvurulması ve nicel yerine nitel araştırma yönteminden yararlanılmasıdır. Ayrıca çalışma görüşme tekniği çalışmalarına göre ulaştığı katılımcı sayısının çokluğu bakımından büyük oranda farklıdır. Yağar'ın (2023) çalışmasında belirttiği üzere araştırmacılar 15, 20, 25 gibi farklı örneklem sayılarını yeterli görebilmektedirler. Bu doğrultuda 445 sayısının evreni temsil gücünün yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca çalışma literatür özetinde de belirtildiği üzere halkın algı ve tutumlarına değil, önerilerine odaklanması yönüyle de farklılık göstermektedir.

### 3.2. Veri toplama Süreci, Aracı ve Örneklem Bilgisi

Araştırmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma çeşitli şekillerde elde edilen metinlerin (konuşma, gözlem veya doküman) sistematik olarak sıralanması, tanımlanması ve yorumlanması ile ilgili süreçlerin bütünüdür (Kitto vd., 2008). Nitel araştırmalarda veri toplanırken yararlanılan tekniklerden biri de görüşme tekniğidir (Punch, 2005). Görüşme, bir amaca yönelik olarak önceden belirlenmiş olan soruların karşındaki kişiye yöneltilmesi yoluyla alınan yanıtlara dayalı olarak gerçekleştirilen bir iletişim sürecidir (Yıldırım & Şimşek, 2005). Görüşme tekniği araştırmanın uygunluğuna göre doğru bir biçimde kullanıldığında araştırmayı çok boyutlu hale getirebilmektedir ve konuyla ilgili derinlemesine bilgi alınabilmektedir (Yüksel, 2020). Görüşme tekniği sunduğu esneklik, çok yönlülük ve büyük miktarda veri elde edebilme imkânı ile araştırmacıya konuyla ilgili detaylı bilgi edinme imkânı sunmaktadır (Uslu & Demir, 2023).

Nitel araştırma yöntemindeki görüşme türleri katılımcıların sayısına, görüşülmek istenen kişiye ve kuralların katılıma göre çeşitli sınıflara ayrılmaktadır (Karasar, 2013). Bu çalışma katılımcıların sayısına göre bireysel, görüşülmek istenen kişiye göre halkla yapılan görüşme ve kuralların katılıma göre yapılandırılmış görüşme türündendir. Berg ve Lune'a (2015) göre yapılandırılmış görüşmeler çoğunlukla örneklem sayısının büyük olduğu durumlarda tercih edilir. Yapılandırılmış görüşmeler diğer görüşme türlerine göre esnek olmayan, elde edilen verilerin sınıflandırılmasının kolay olduğu, yüzeysel ve tek tip veri elde edilen görüşmelerdir (Akman Dömbekci & Erişen, 2022).

Yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak yürütülen bu araştırmanın veri toplama aşaması için gerekli etik kurul işlemleri Selçuk Üniversitesi'nin ilgili kurumunun 21.11.2022-12 tarih ve sayılı gündemiyle düzenlenmiştir. Veri toplama aşamasında öncelikle katılımcılara yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslekleri ve medeni durumlarını öğrenmeye yönelik beş adet demografik soru yöneltilmiştir. Ardından katılımcıların önerilerine ulaşmayı sağlayacak, araştırmanın amacına uygun tek bir ifade yöneltilmiş ve alınan cevaplar içerik analizi yapan bir paket program aracılığı ile analiz edilmiştir. Veri toplamak için törenlerin gerçekleştiği zaman aralığı seçilmiştir. Bu zaman aralığının tercih edilmesinin sebebi katılımcıların yakından takip edebilecekleri bir etkinliğe dair güncel önerilerine ulaşabilme imkânı olmasıdır. Şeb-i Arûs törenlerinin düzenlendiği 7-17 Aralık 2022 tarih aralığında Karatay, Meram ve Selçuklu ilçelerinde (3 merkez ilçe) katılımcılardan "*Konya'da gerçekleştirilen Şeb-i Arûs tören etkinliklerinin daha iyi yapılması ile ilgili bir önerinizi yazınız*" şeklinde bir ifade ile varsa önerilerini yazmaları rica edilmiştir. Araştırmalarda soru adedine dair bir standart olmamakla beraber çok sayıda soru sormanın daha iyi olacağı şeklinde yanıltıcı bir varsayım bulunmaktadır (Polat, 2022). Katılımcı sayısının çok olması ve veri toplama sürecinin törenlerin gerçekleştiği on günlük süreyle sınırlanması nedeni ile veri toplamanın güçleşeceği varsayılmıştır. Ayrıca araştırmanın amacı katılımcıların algı ve tutumlarına yönelik olmayıp önerilerini almak olduğundan tek soru üzerinden görüşme yapılan kişiyi bunalmadan veri toplama yoluna gidilmiştir. Basit tesadüfi örneklem yöntemi ile yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde gönüllülük esasına dayalı olarak 445 katılımcıdan öneriler alınmıştır. Çalışmanın açık uçlu sorulu bir görüşme tekniği olduğu göz önünde bulundurulduğunda 445 katılımcı yeterli bir örneklem sayısı olarak görülmektedir. Araştırmada katılımcıların içtenlikle soruyu cevapladıkları varsayılmıştır. Araştırma maddi ve zamansal imkanların yanı sıra güncel verilerden yararlanmak amacıyla törenlerin düzenlendiği bölge ve tarihlerle sınırlandırılmıştır.

### 3.3. Güvenilirlik Çalışması

Katılımcılardan gelen 445 adet yanıt tek tek incelenerek kod ve alt kodlara ayrılmıştır. Ayrılan kodlar alanda daha önce de çalışmış akademisyenler tarafından onaylanmış ve kodların uygunluğu desteklenmiştir. Buna ilave olarak analiz programıyla da kodların güvenilirliği test edilmiş ve Cronbach alfa 0,901 değeri ile kodların yüksek oranda güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 1).

Kültürel etkinliklerin kalitesini artıran faktörler hakkında yapılan araştırmalar, bu tür etkinliklerin başarısında çeşitli unsurların önemli rol oynadığını göstermektedir. Çalışmada kodlar oluşturulurken Morgan'ın (2008) festivallerin başarısı için geliştirdiği model göz önünde bulundurulmuştur. Bu modelde tasarım ve programlama kategorisinde; çevre, imaj, etkinlikler, fiziksel organizasyon kategorisinde; bilet geçerliliği, etkinlik yeri ve zamanı, yiyecek içecek gibi yan hizmetler, hizmet sunucular, sosyal etkileşim kategorisinde; sanatçılar, hizmet sunanlar, yerel halk ve yakınlar, kişisel fayda kategorisinde; keyif alma, gelişim becerileri, sembolik anlamlar kategorisinde; sosyal yardım, geleneğin yaşatılması ve kültürel etkileşim kategorisinde; etkinlik ve toplumun kültürü bulunmaktadır. Aymankuy (2006) da ulusal ve uluslararası ziyaretçilerin katıldığı kongre ve fuar organizasyonları için kapalı ve açık otopark, yiyecek ve içecek hizmeti, güvenlik hizmeti, ulaşım vb. hizmetleri sıralamaktadır. Literatür incelemesi, uzman akademisyen görüşleri ve çalışmada halkın verdiği yanıtlar değerlendirildiğinde aşağıda sıralanan unsurların ön plana çıktığı görülmüştür:

- Hedef kitleye ulaşabilmek için etkinliklerin tanıtımı ve pazarlanmasında **reklam kampanyaları**,
- Uluslararası ziyaretçilerin katılımı da söz konusu olduğundan **çeviri desteği**,
- Sosyal turizm kapsamında **ücretsiz ya da indirimli biletler** ile daha fazla ziyaretçi hedefinin karşılanması,
- Ziyaretçilerin memnuniyetini artıracak yan hizmetler olarak **ikramlar**,
- Ziyaretçilerin sıkılmayacağı veya yetersiz görmeyeceği **şekilde tören süresi**,
- Etkinliğin daha çok kişiye ulaşması adına **farklı şehirlerde düzenlenmesi**,
- Sorunsuz bir etkinlik yönetimi için **çalışan disiplini**,
- Katılımcıların ilgisini çekebilecek düzeyde **etkinlik süresi**,
- Ziyaretçilerin etkinliğe katılımını teşvik edecek **ünlü insanlar**,
- Ziyaretçi sayısının çokluğu durumunda **yer bulma zorluğu**,
- Etkinlik alanına ulaşım kolaylığı sunması açısından **trafik yoğunluğu**,
- Ziyaretçilerin güvenliğini temin edecek **güvenlik tedbirleri**,
- Katılımcıların ilgisinin sürekliliğini sağlamak ayrıca bıktırmamak için **etkinlik sıklığı**,
- Etkinliğin toplumsal etkisini artırmak için **halk bilinci**.

Bu unsurların her biri, etkinliklerin kalitesini ve katılımcıların deneyimini doğrudan ve dolaylı yoldan etkileyebilecek türdedir. Etkinlik organizatörleri için bu unsurları dikkate aldığına, etkinliklerinin başarısının yanı sıra, katılımcı memnuniyetini de artırma fırsatı doğacaktır.

Tablo 1, araştırmada kullanılan kodların güvenilirlik değerlerini göstermektedir. Cronbach alfa değeri, bir ölçeğin veya anketin iç tutarlılığını ölçen istatistiksel bir katsayıdır. Ölçeğin içindeki farklı öğeler arasındaki ilişkiyi gösterir ve ölçeğin güvenilirliği hakkında bilgi verir (Abbadia, 2023). Genellikle Cronbach Alfa değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır ve değer ne kadar yüksekse, ölçeğin o kadar güvenilir olduğu kabul edilir (Şavkay, 2024). Tüm kodlar bir araya geldiğinde Kodlu bölümler Cronbach alfa 0,901 değeri ile oldukça güvenilirdir. Başka bir ifadeyle çalışmanın amacı doğrultusunda ortaya çıkarılan kodların veri analiz süreci için uygun olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Araştırmada Kullanılan Kodlara Ait Güvenilirlik Analizi

Nr.	Öğe	Ortalama ölçek w/o öğe	Std. sap. ölçeği w/o öğe	Düzeltilmiş öğe ölçeği korelasyonu	Alfa w/o öğe
1	<b>Yerel Halkın Önerileri Tüm Kodlamalar</b>	<b>16,20</b>	<b>9,935</b>	<b>0,976</b>	<b>0,901</b>
2	Reklam Kampanyaları	36,20	23,424	0,981	0,601
3	Çeviri Desteği	38,60	24,511	0,899	0,638
4	Ücretsiz Biletler	36,60	22,788	0,926	0,580
5	İkramlar	38,40	24,785	0,225	0,648
6	Tören Süresi	37,40	24,265	0,716	0,630
7	Farklı Şehirler	37,40	24,027	0,768	0,623
8	Çalışan Disiplini	38,60	25,036	-0,281	0,656
9	Etkinlik Süresi	36,00	23,759	0,685	0,615
10	Ünlü İnsanlar	38,60	24,511	0,899	0,638
11	Yer Bulma Zorluğu	38,20	24,530	0,696	0,639
12	Trafik Yoğunluğu	37,20	24,662	0,452	0,644
13	Güvenlik Tedbirleri	38,00	24,125	0,941	0,625
14	Etkinlik Sıklığı	38,40	24,542	0,673	0,640
15	Halk Bilinci	37,40	24,079	0,721	0,624

#### 4. Bulgular

Araştırmada katılımcılardan gelen yanıtlar tek tek incelenerek “Reklam Kampanyaları”, “Çeviri Desteği”, “Ücretsiz Biletler”, “İkramlar”, “Tören Süresi”, “Farklı Şehirler”, “Çalışan Disiplini”, “Etkinlik Süresi”, “Ünlü İnsanlar”, “Yer Bulma Zorluğu”, “Trafik Yoğunluğu”, “Güvenlik Tedbirleri”, “Etkinlik Sıklığı” ve “Halk Bilinci” başlıklarında ana kodlara ayrılmıştır. Bu kodlar analiz edildiğinde; belge haritası (Tablo 2), küme yoğunluk haritası (Şekil 1), iki vaka modelleri (Şekil 2, Şekil 3, Şekil 4, Şekil 5, Şekil 6, Şekil 7) elde edilmiştir.

**Tablo 2.** Araştırmada Kullanılan Belgelerin Haritası

Belge grubu	Belge adı	Kodlu Bölümler	Belge Haritası
Medeni Duruma Göre	Evlilerin önerileri	41	Küme 1
Cinsiyete Göre	Erkeklerle göre öneriler	35	Küme 2
Cinsiyete Göre	Kadınlara göre öneriler	57	Küme 3
Yaşa Göre	18-25 yaş arası öneriler	47	Küme 4
Mesleğe Göre	Öğrenci	44	Küme 4
Medeni Duruma Göre	Bekarların önerileri	49	Küme 4
Eğitime Göre	Lisans mezunlarının önerileri	40	Küme 4
Yaşa Göre	26-35 yaş arası öneriler	25	Küme 5
Yaşa Göre	36-45 yaş arası öneriler	19	Küme 5
Yaşa Göre	46-55 yaş arası öneriler	15	Küme 5
Yaşa Göre	56 yaş ve üzeri öneriler	7	Küme 5
Mesleğe Göre	Diğer	14	Küme 5
Mesleğe Göre	Emekli	5	Küme 5
Mesleğe Göre	Esnaf	5	Küme 5
Mesleğe Göre	Ev hanımı	18	Küme 5
Mesleğe Göre	İşçi	8	Küme 5
Mesleğe Göre	Memur	13	Küme 5
Mesleğe Göre	Serbest meslek	6	Küme 5
Eğitime Göre	Diğerlerinin önerileri	7	Küme 5
Eğitime Göre	İlköğretim mezunlarının önerileri	10	Küme 5
Eğitime Göre	Lisansüstü mezunlarının önerileri	7	Küme 5
Eğitime Göre	Lise mezunlarının önerileri	25	Küme 5
Eğitime Göre	Ön lisans mezunlarının önerileri	17	Küme 5

Araştırma kapsamında kümeleme analizi yapılmıştır. Bu analizle, sınıflandırma yapılmasının genel amacı, benzer olan verileri farklı olandan ayrılmasını sağlamaktır (Everitt vd., 2001). Çalışma kapsamında oluşturulan kodlar benzerliklerine göre gruplandırılarak çalışmanın daha anlamlı hale gelmesi hedeflenmiştir. Bu analizler, farklı demografik grupların psikolojik ve sosyal özelliklerinin yanı sıra, onların dünya görüşleri ve yaşam deneyimleri açısından da farklılıklar gösterebileceğini ortaya koymaktadır. Analiz sonuçları, bu farklılıkları açıklamaya yarayabilir.

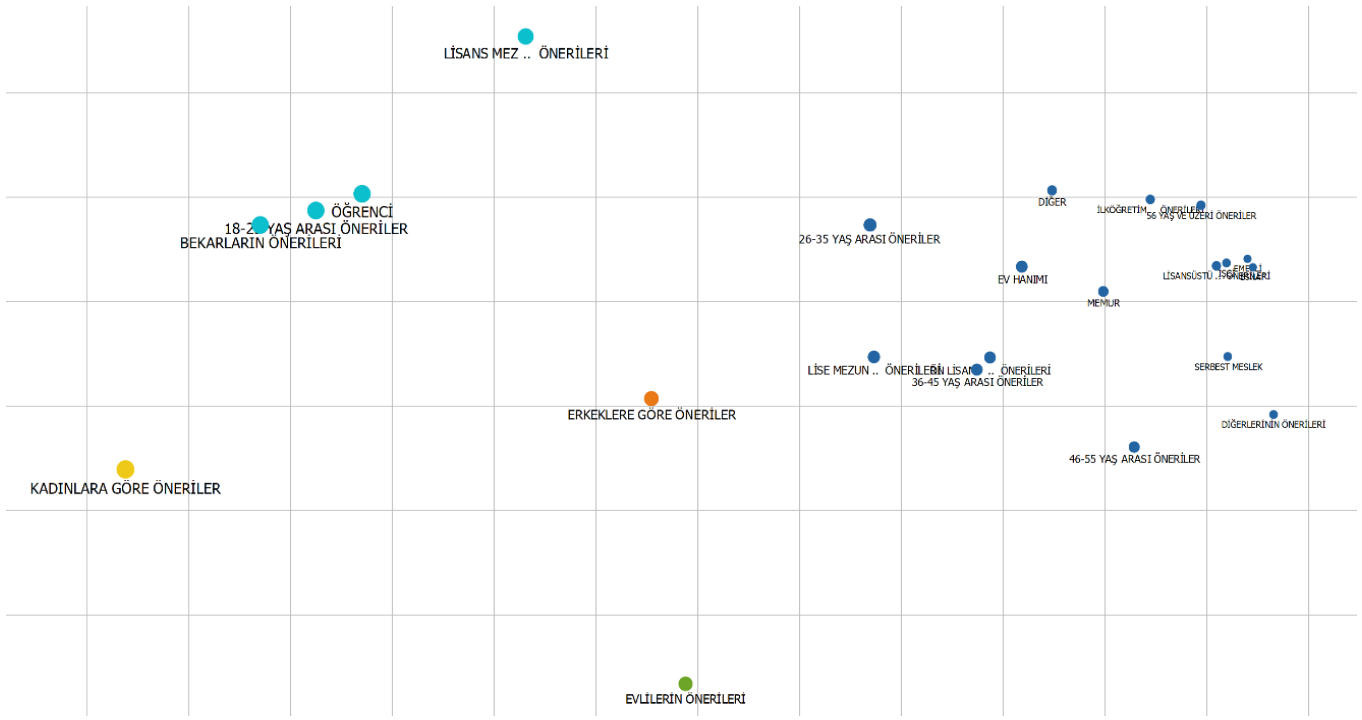
**Tablo 3: Katılımcılara ilişkin Demografik Veriler**

Değişkenler	Gruplar	F (Frekans)	% (Yüzde)
Cinsiyet	Kadın	228	51,2
	Erkek	217	48,8
Öğrenim Durumu	İlköğretim	43	9,7
	Lise	83	18,7
	Ön Lisans	72	16,2
	Lisans	206	46,3
	Lisans Üstü	23	5,2
	Diğer	18	4,0
Yaş Dağılımları	18-25	257	57,8
	26-35	83	18,7
	36-45	34	7,6
	46-55	48	10,8
	56 ve üzeri	23	5,2
Medeni Durum	Bekar	308	69,2
	Evli	137	30,8
Meslek	Öğrenci	247	55,5
	Memur	50	11,2
	İşçi	21	4,7
	Esnaf	21	4,7
	Ev Hanımı	38	8,5
	Emekli	17	3,8
	Serbest Meslek	21	4,7
	Diğer	30	6,7
<b>TOPLAM</b>		<b>445</b>	<b>100</b>

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan kişilerin %51,2'sinin kadın, %48,8'inin erkek olduğu görülmektedir. Bu kişilerin %9,7'si ilköğretim, %18,7'si lise, %16,2'si ön lisans, %46,3'ü lisans ve %5,2'si de lisans üstü eğitim görmüşlerdir. Anket katılımcılarının yaş dağılımları incelendiğinde 18-25 yaş arası yaş grubunun %57,8, 26-35 arası yaş grubunun %18,7, 36-45 arası yaş grubunun %7,6, 46-55 arası yaş grubunun %10,8, 56 ve üzerinde yaşa sahip olanların ise %5,2 olduğu görülmektedir. Medeni hal olarak ise ankete dahil olanların %30,8'i evli, %69,2'si bekârdır. Meslek gruplarına bakıldığında %55,5'inin öğrenci, %11,2'sinin memur, %4,7'sinin işçi, %4,7'sinin esnaf, %8,5'inin ev hanımı, %3,8'inin emekli, %4,7'sinin ise serbest meslek sahibi olduğu belirlenmiştir.

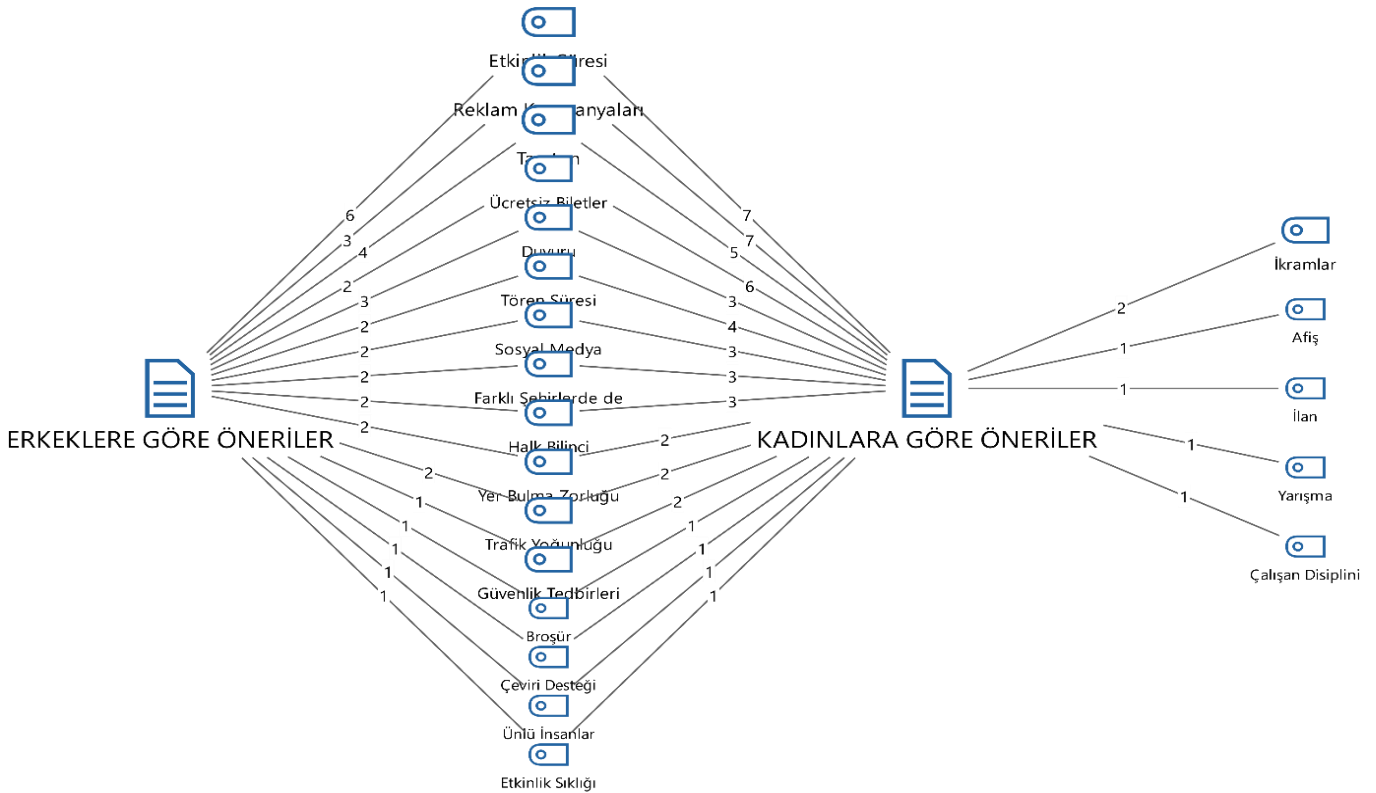
Katılımcılar değerlendirildiğinde araştırmaya katkı sunmayı kabul eden katılımcıların çoğunun (%51,2) kadın olduğu görülmektedir. Eğitim seviyelerine bakıldığında ise yüksek oranda (%46,3) lisans, düşük oranda (%5,2) lisans üstü eğitim alan katılımcılar vardır. En fazla yanıt alınan katılımcılar (%57,8) 18-25 yaş aralığında yer alan gençlerden oluşmaktadır. Bu durum katılımcıların çoğunun (%69,2) bekar, öğrenci ve eğitim seviyesinin lisans ağırlıklı olması ile de paralellik göstermektedir.

Araştırmada kullanılmak için hazırlanan ve programa yüklenen belgeler analiz edildiğinde gelen önerilere bağlı olarak program tarafından 5 farklı kümeye ayrılmıştır. Bu kümeler yeşil, turuncu, sarı, turkuaz ve mavi renkleri ile gösterilmiştir. Bu kümeler evli olanlardan gelen önerilerden oluşan 1. küme, erkeklerin önerilerinden oluşan 2. küme, kadınların önerilerinden oluşan 3. küme, 18-25 yaş arası, öğrenci, bekar ve lisans mezunlarından oluşan 4. küme ve son olarak 26-35 yaş arası, 36-45 yaş arası, 46-55 yaş arası, 56 yaş ve üzeri, emekli, esnaf, ev hanımı, işçi, memur, serbest meslek, ilköğretim mezunları, lisansüstü mezunları, lise mezunları, ön lisans mezunları ve diğerlerinin önerilerinden oluşan 5. Kümedir (Tablo 2). Küme dağılımları Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Kümelerin Yoğunluk Haritası

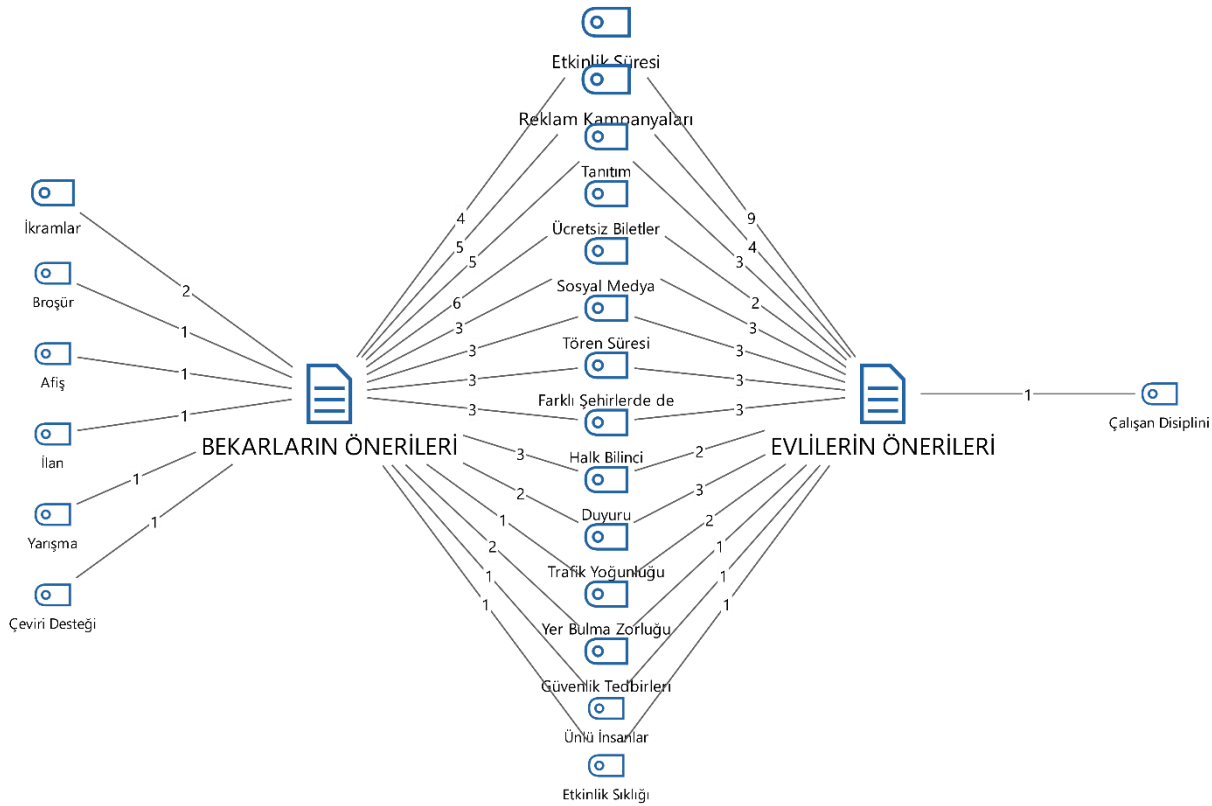
Şekil 1'e göre 1., 2. ve 3. kümeler diğer kümelerden ayrı bir vaziyettedir. 4. kümede lisans mezunları diğer küme üyelerine göre uzak kalmıştır. 5. küme ise en fazla üyenin olduğu kümedir. Bu kümede de ilköğretim mezunları ile 56 yaş ve üzeri katılımcılar daha yakındır. Lise ve ön lisans mezunları ile 36-45 yaş arası katılımcılar daha yakındır. Lisansüstü mezunları ile de işçi, emekli ve esnaf önerileri yakın yer almıştır.



Şekil 2. Cinsiyete Göre İki Vaka Modeli

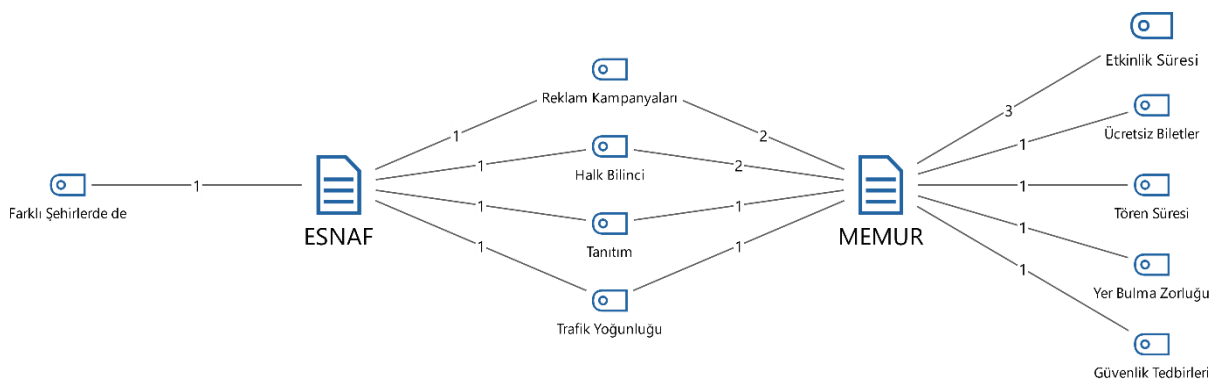
Cinsiyete göre erkeklerle kadınların sunduğu önerilerden birçoğu aynıdır (Şekil 2). Önerilerden bazıları; tören süresinin artırılması, biletlerin ücretsiz olması, daha fazla tanıtım ve duyuru yapılması, törenlerin

sosyal medyada daha çok adının geçmesi şeklindedir. Törenlerin farklı şehirlerde düzenlenmesini isteyenler de mevcuttur. Kadınların erkeklerden daha farklı olarak sunduğu öneriler ise; törenlerde ikram hizmeti olması, afiş ve ilanlarla tören tanıtımının artırılması, yarışma düzenlenerek törene olan ilginin artması ve törende görev alan personelin daha disiplinli bir şekilde çalışmasıdır.



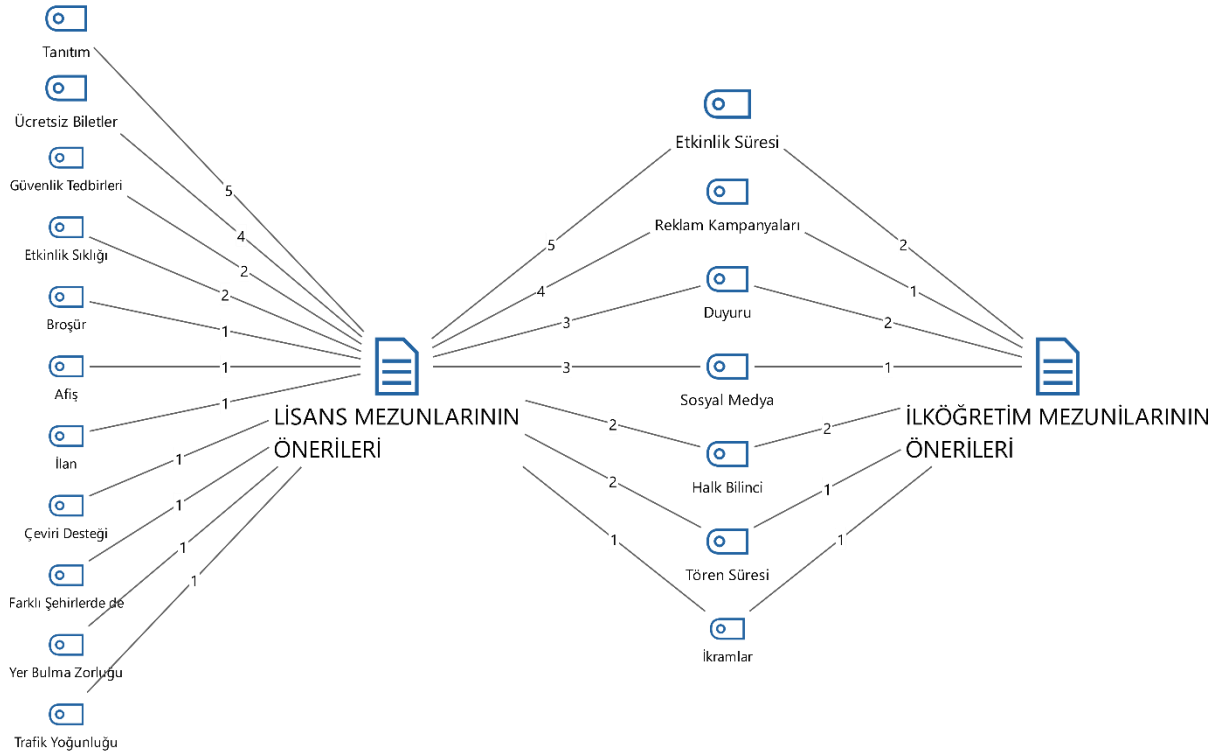
Şekil 3. Medeni Duruma Göre İki Vaka Modeli

Bekar ve evli olanların ücretsiz biletler, halkın bilinçlendirilmesi, reklam kampanyalarının daha yoğun yapılması gibi ortak önerilerinin yanı sıra, evliler; törende görev alanların daha disiplinli çalışması gerektiğine vurgu yaparken, bekarlar; ikram, tanıtım ve çeviri desteğine dikkat çekmişlerdir (Şekil 3).



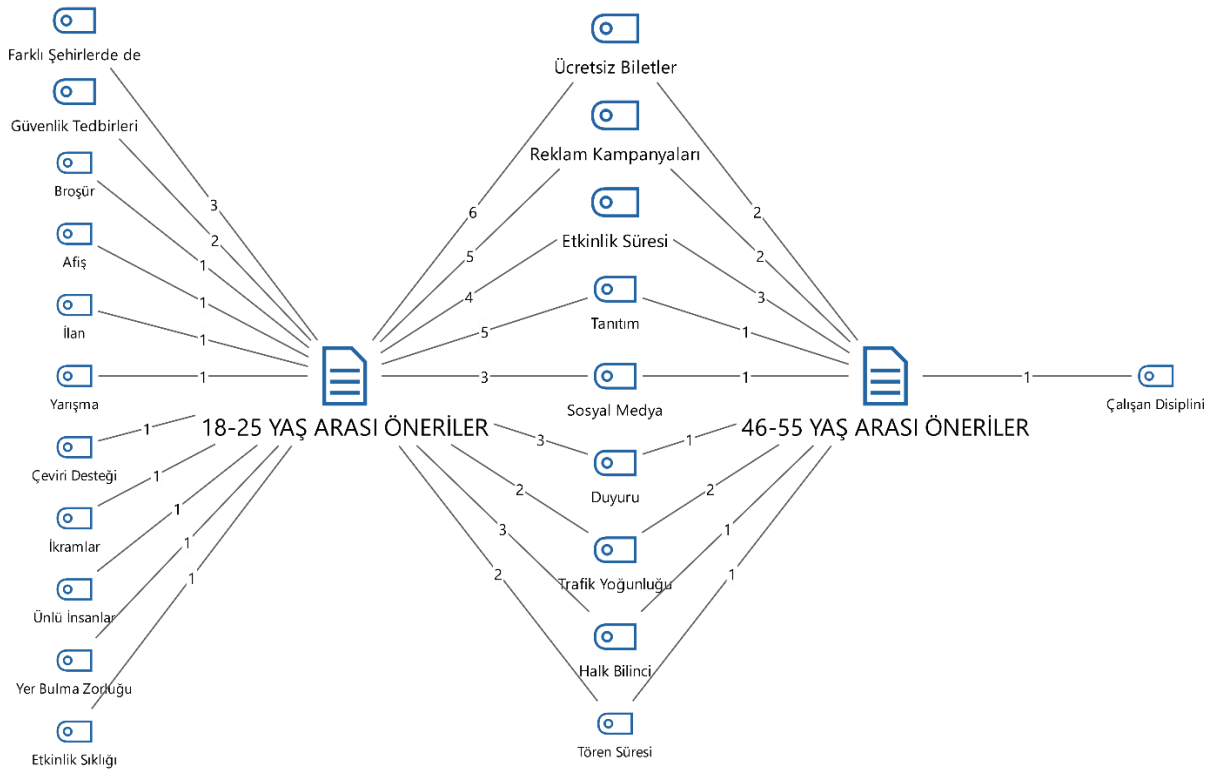
Şekil 4. Meslek Gruplarına Göre İki Vaka Modeli (Esnaf-Memur)

Bölgede esnafılık yapanlarla memur olarak çalışanlar reklam kampanyaları, halkın bilinçlendirilmesi, tanıtım ve trafik yoğunluğu konularında ortak öneriler sunmuşlardır. Esnaflar memurlara göre törenlerin farklı şehirlerde de gerçekleştirilmesi gerektiğini söylerken, memurlar etkinlik genelinde ve tören esnasında sürelerin uzatılması, biletlerin ücretsiz olması, yer bulma sorununun giderilmesi ve güvenlik tedbirlerinin artırılması konularında önerilerde bulunmuşlardır (Şekil 4).



Şekil 5. Eğitim Durumuna Göre İki Vaka Modeli (Lisans-İlköğretim)

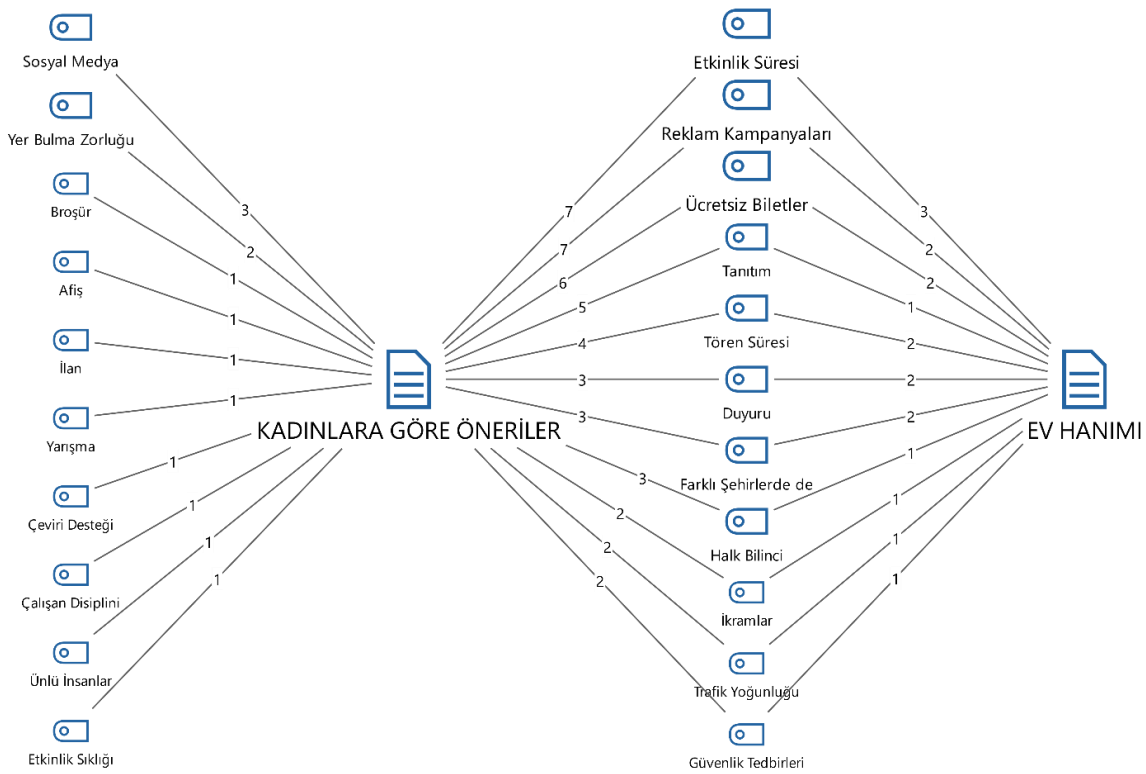
Lisans mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre pek çok farklı öneri sundukları görülmektedir (Şekil 5). Bu önerilerden bazıları tanıtım, ücretsiz biletler, güvenlik tedbirleri, yer bulma zorluğu ve çeviri desteği şeklindedir. Ortak önerilerden bazıları ise etkinlik süreleri, sosyal medya kullanımı, halkın bilinçlendirilmesi ve ikramlarla alakalıdır (Şekil 5).



Şekil 6. Yaş Aralığına Göre İki Vaka Modeli (18-25 yaş arası-46-55 yaş arası)

46-55 yaş arası grup 18-25 yaş arası gruba göre çalışma disiplini ile ilgili bir farklı öneri getirirken, 18-25 yaş arası grup farklı şehirlerde de törenlerin düzenlenmesi, güvenlik tedbirlerinin artırılması, tanıtım,

yarışma, çeviri ve ikram hizmetleri, ünlü insanların davet edilmesi, yer bulma sorununun giderilmesi konularında önerilerde bulunmuşlardır (Şekil 6).



Şekil 7. Ev Hanımları ile Çalışan Kadınlara Göre İki Vaka Modeli

Meslek grubunu ev hanımı olarak belirtenler ile diğer kadınlar arasında yarışma düzenlenmesi, çalışanların disiplinli olması, ünlü insanların törenlere katılması, tanıtım ve sosyal medya ile yer bulma zorluğu konularında farklılıklar çıkmıştır. Ortak önerilerden bazıları ise farklı şehirlerde de törenlerin düzenlenmesi gerekliliği, duyurular ve reklam kampanyaları, ücretsiz biletler, trafik yoğunluğu, ikramlar ve halkın bilinçlendirilmesi şeklindedir (Şekil 7).

## 5. Tartışma ve Sonuç

Bir destinasyonda yürütülen turizm faaliyetleri, orada yaşayan yerel halkın yaşantısını sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel pek çok alanda etkileme potansiyeline sahiptir. Bu etkiler olumlu ve olumsuz olabilmektedir. Olumsuz etkilerin çokluğu yerel halkın turizm faaliyetlerine bakış açısını da olumsuz etkileyebileceğinden bölgedeki turizm faaliyetlerinin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için bölgenin en önemli paydaşlarından birisi olan halkın desteğinin alınması oldukça önemlidir. Bu kapsamda halkın görüşlerine başvurulmakta ve öncelikle algı ve tutumlarını ölçme yoluna gidilmektedir. Bu çalışmada bölgenin en önemli törenlerinden bir tanesi olarak adlandırılacak Şeb-i Arûs törenlerinin ziyaretçiler, yerel halk ve diğer sektör paydaşları açısından başarılı bir şekilde yürütülebilmesi adına yerel halkın önerilerine başvurulmuştur. Yerel halkla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen sonuçların bölgenin turizm faaliyetleri ile ilgili yapılacak plan ve programlarda dikkate alınacağı ve turizm paydaşlarına yarar sağlayacağı umulmaktadır.

Şeb-i Arûs törenleri 87 yıldır devam etmektedir. Her yıl 7-17 Aralık tarihleri arasında düzenlenen bu tören için ulaşım, konaklama, yeme-içme, rekreasyonel faaliyetler, eğitim, bilgilendirme, organizasyon, çeviri, sağlık, güvenlik gibi pek çok sektörden çalışanlar günler öncesinden hazırlık içerisine girmektedirler. Bu etkinliğin hem bölgenin soyut kültürel miraslarından birisi olan Hz. Mevlâna öğretilerine sahip çıkması hem de yerli ve yabancı turist çekmesi ile bölgesel kalkınmaya katkı sağlaması açısından önemi vardır. Bu çalışma Şeb-i Arûs törenlerinin turistik etkinliğinin artırılabilmesi amacıyla bölgede yaşayan halkın



önerilerine başvurmayı amaçlamıştır. Çünkü bölge halkının desteğini alamayan etkinlikler bir yönüyle eksik kalacaktır ve sürdürülebilirliği noktasında sorun yaşanabilecektir. Bu doğrultuda çalışmada törenlerin gerçekleştiği zaman aralığında katılımcıdan alınan öneriler demografik özelliklerine göre karşılaştırmalara tabi tutulmuş ve dikkat çekici olan farklılıklar tablo ve şekiller aracılığı ile çalışmanın bulgular bölümünde sunulmuştur.

Çalışmanın bulguları değerlendirildiğinde kadınlarla erkeklerin önerilerinden birçoğunun ortak olduğu ancak bazı kodlara göre farklılıklar bulunduğu dikkat çekmektedir. Kadınlar erkeklerden farklı olarak reklam ve tanıtıma ağırlık verilmesi, ikramların artırılması gerektiği ve törende görev alan çalışanların iş disiplininin konusunda eğitilmeleri gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Bu durumun aksine Karipçin ve Ateş (2022) çalışmalarında yerel halkın turizmin gelişimine destek olma yönü ve görüşlerinin cinsiyet bakımından farklılıklar meydana getirmediğini belirtmişlerdir. Turizm sektörü emek yoğun bir sektör Olcay & Düzgün, 2015; Baykal & Şahin, 2014) olduğu için çalışanların güler yüzlü (Akoğlan Kozak, 2009; Alkış & Öztürk, 2009), mesleki bilince sahip ve hoşgörülü (Gürbüz & Dağdeviren, 2007), konuksever (Christou, 1999) olmaları gerekmektedir. Çoban vd. (2019) çevrimiçi yorumları inceledikleri çalışmalarında bu sektördeki insan kaynağının güler yüzlü, ilgili ve yardımsever olma özelliklerinin yorumlarda öne çıktığını belirtmişlerdir. Bunlardan herhangi birinin eksikliği misafir memnuniyetini de olumsuz etkileyebilmektedir. Tören alanında misafirlerin daha fazla vakit geçirebilmeleri için de temel ihtiyaçlarının giderilmesi önemlidir. İkram konusu da temel ihtiyaçların yanı sıra katma değeri artıracak bir unsur olarak değerlendirilebilir. Reklam ve tanıtım konusu ise yıllardır konuşulan, tartışılan ve üzerine çalışmalar yapılan bir konudur. Destinasyonlar imaj güçlendirme ve markalaşma çalışmaları ile isimlerini ziyaretçilerin zihninde daha olumlu niteliklerle konumlandırabilirler. Marka ve imaj çalışmaları yapılarak destinasyonların tanıtımı artırılabilir. Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerini güçlenmesi ile her türlü reklam ve tanıtım faaliyetlerinin de sosyal medya, online oyunlar, dizi ve filmler, yarışmalar yoluyla tüketicilere ulaşması daha kolay ve yerinde olacaktır. Benzer şekilde Dalgın vd.'nin (2023) yaptıkları çalışmada da katılımcılar sosyal medyanın daha etkin kullanılması ve tanıtım faaliyetlerinde yerel yönetimlerin aktif rol alması gerektiğini belirtmişlerdir. Karaca vd. (2017) de etkinlik katılımcılarının haber kaynaklarının sosyal medya, internet ve yakınlarının tavsiyeleri olduğunu belirtmişlerdir. Bu anlamda sosyal medya etkileşimleri büyük önem kazanmaktadır.

Bekarlar ve evliler arasında ise bekarların evlilere oranla daha fazla sayıda farklı öneride buldukları görülmüştür. Bu öneriler ikram, reklam, yarışma ve yabancı dil çeviri desteği konularındadır. Evliler ise çalışanların disiplini konusuna vurgu yapmışlardır. Bu durum da Karipçin ve Ateş'in (2022) çalışmasından farklılık göstermektedir. Onların çalışmasına göre evlilerin turizmin gelişimine verdikleri desteğin daha olumlu olduğu söylenebilir. Bu çalışmada ise bekarların farklı açılardan öneri sürerek konuyla ilgilendikleri söylenebilir. Bu bölümde yarışma ve yabancı dil çeviri desteği önerisi dikkat çekicidir. Hedef kitle düşünüldüğünde farklı yaş gruplarının ilgisini çekebilecek genel kültür ve bilgi yarışmaları düzenlenerek tören haftalarında farklı etkinliklere de ev sahipliği yapılabilir. Tören saatlerinin dışında aynı veya farklı mekanlarda düzenlenecek törenler ile misafirlerin Hz. Mevlâna ve Mevlevilik öğretilerine yönelik bilgilerini tazelemeleri veya bilmeyenler için öğrenmeleri yolunda fayda sağlanabilir. Bu da törenleri izlerken merak uyandıran özellikle sema hareketlerinin anlamlarının daha bilinçli bir şekilde takip edilmesini sağlayabilir. Yabancı dil çevri konusunda ise törene hem konuşmacılardan hem de katılımcılardan bir kısmının yabancı olduğu düşünüldüğünde çoklu dil seçeneği ile iletişim kolaylıkları sağlanabilir. Ayrıca işaret dili de etkinliğin daha erişilebilir olması açısından son derece önemlidir. Dalgın vd.'nin (2023) yaptıkları çalışmada da etkinliklerde engelli bireylere yönelik düzenlemelerin yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Hem tören alanında hem de etkinliklerin düzenlendiği dönem boyunca Mevlâna Müzesi ve Mevlâna Kültür Merkezi etrafında çeşitli yabancı dilleri konuşabilen ve işaret dilini bilen özellikle lise ve üniversite öğrencileri yardımıyla hem misafirlere kolaylık sağlanabilir hem de öğrencilerin dil ve iletişim konularında kendilerini geliştirmeleri için tecrübe kazanma fırsatı sağlanabilir.

Esnaf ve memur arasındaki kıyaslamaya bakılacak olursa esnaflar bu törenlerin benzerlerinin farklı şehirlerde de gerçekleşmesi gerektiğini ifade ederken memurlar etkinlik süresinin uzun olması, biletlerin ücretsiz olması, yer bulma sıkıntısının çözülmesi ve güvenlik tedbirlerinin artırılması konularında önerilerde bulunmuşlardır. Özaltın Türker ve Türker (2014) çalışmalarında turizmden ekonomik beklentisi olan esnafın daha destekleyici, ekonomik beklentisi olmayan memurların ise daha olumsuz bir yaklaşım içinde olduklarını söylemişlerdir. Bu çalışma da benzer bir şekilde yorumlanabilir. Esnaf törenin daha fazla yerde gerçekleşmesini talep ederken memurlar daha fazla sorun görüp buna yönelik çözüm önerisinde bulunmuşlardır. Güvenlik, etkinlik yeri ve süresi konusunda ise Dalgın vd.'nin (2023) de belirttiği üzere yerel yönetimlere görev düşmektedir. Bu önemli törenin farklı şehirlerde yapılması tartışma konusudur. Turizm sektörü satın almalarında diğer sektörlerden farklı olarak ürünün değil turistin yer değiştirmesi söz konusudur. Bu da destinasyonların ziyaret edilmesi açısından bir avantajdır. Mevlâna şehri olarak bilinen Konya'nın bu törenlere ev sahipliği yapması bölge için son derece yerinde bir karardır. Aksi durumda bu bölgedeki ziyaretçi sayısında bir azalma görülecek olup da bu da bölgenin turizmden kazanacağı sosyo-ekonomik getirilerin azalmasına sebep olabilir. Ayrıca bu durum Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından törenlerin marka tescilini almasının ardından izinsiz, uygun olmayan yer ve zamanlarda yapılacak törenler yasal olarak kontrol altına alınmıştır (Konya Valiliği, 2024). Biletlerin ücretsiz olması sosyal turizm açısından önemli olsa da yer bulma sıkıntısını artırabilir. Biletlerin acenteler tarafından satın alınması ve çok çabuk tükenmesi yerli turistler için zaman zaman sorun olabilmektedir. Bu durum törenlere olan ilgilinin yoğunluğunu göstermesi açısından önemli bir gelişmedir. Daha fazla kişinin törenlere katılım sağlaması için ise etkinlik süresi uzatılabilir. Ancak böyle bir durumda bölgenin taşıma kapasitesinin aşılması gibi bir sorunla karşılaşma ihtimaline yönelik ilgili kurumların olası altyapı ve güvenlik sorunlarını önceden tespit edip önlem almaları gerekmektedir (Karakaş vd., 2022; Gündüz, 2018).

Lisans ve ilköğretim okulu mezunlarının kıyaslaması da ilgi çekicidir. Çünkü lisans mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre birçok kod alanında farklı önerileri bulunmaktadır. Bu durum eğitim durumuna göre gelişen bir bakış açısı ile açıklanabilir. Lisans mezunları tanıtım, yoğunluk, bilet ücreti, dil desteği ve farklı şehirlerde törenlerin gerçekleşmesi noktasında önerilerde bulunmuşlardır. Konya beş farklı üniversiteye sahip olması bakımından çokça öğrenciye de ev sahipliği yapmaktadır. Farklı şehirlerde ikamet eden bu öğrencilerin öğrencilik dönemlerinde Konya'da buldukları düşünüldüğünde kendi memleketlerinde de bu törenlerin düzenlenmesini ve yakınlarının da bu törenleri izleme fırsatı yakalamalarını önemsedikleri söylenebilir. Katılımcıların öğrenim düzeylerinin hiçbir faktör üzerinde farklılığa neden olmadığı görülmüştür. Gündüz'ün (2018) çalışmasında ise katılımcıların eğitim düzeylerin turizmin etkilerine karşı yaklaşımlarında hiçbir faktör düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

18-25 ile 46-55 yaş arası grupların kıyaslamasına bakılacak olursa yaşı büyük kesimin farklı olarak çalışanların disiplini konusunda öneride buldukları görülmektedir. Yaşın ilerlemesi, belirli bir ekonomik gücün olması ve insanların iş hayatında yer almaları çalışma hayatına ve alınan hizmetlerden beklentilerin farklılaşmasına yol açabilmektedir. Bu durum Özaltın Türker ve Türker'in (2014) turizmin etkileri konusunda ileri yaş grubundaki katılımcıların gençlere kıyasla daha olumsuz bir bakış açısında olduğu görüşü ile örtüşmektedir. Dolayısıyla ileri yaş grubunun daha disiplinli ve az hatalı hizmetler beklemeleri anlaşılır olabilir. Genç kesimin ünlü insanların törende yer alması şeklinde önerileri de diğer önerilerden farklılık göstermektedir. Törenlere her yıl sanat ve siyaset camiasından ünlü insanlar katılım sağlamaktadırlar. Ancak sosyal medya gibi çeşitli mecralardan gençlerin takip ettiği kişilerin törenlere davet edilmesi ile genç kesimin daha çok ilgisi çekilebilir.

Mesleğini ev hanımı olarak nitelendiren kadınların da diğer kadınlara göre farklı önerilerinin bulunmadığı görülmüştür. Ayrıca farklı demografik özelliklerden bazı katılımcılar törenlere daha önce hiç katılmadıklarını ve bu yüzden bir öneri sunamayacaklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise mevcut törenlerden son derece memnun olduklarını belirtmişler ve herhangi bir öneri sunmamışlardır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde Şeb-i Arûs törenlerinin turistik etkinliğinin artırılabilmesine yönelik öneriler şu şekilde sıralanmaktadır;

- Yerel yönetim, sivil toplum kuruluşları ve turizm işletmeleri gibi turizm paydaşları bölgedeki turizm faaliyetleri ile ilgili hazırladıkları plan ve programlarda bu alandaki akademik çalışmalarını dikkate alarak konuyu hem teorik hem de pratik çerçeveden ele almalıdır.
- Bu alanda yapılmış akademik çalışmaların sonuçlarına yönelik ilgili paydaşların katılımıyla çalıştay vb. toplantılar düzenlenmeli, bu sayede sonuçları ölçülebilir adımlar atılmalıdır.
- Araştırma katılımcılarının 18-25 yaş arası gençlerden oluştuğu ve onların sosyal medya kullanımına daha yatkın oldukları göz önünde bulundurulduğunda dijital mecralarda törenler hakkında daha fazla tanıtıma yer verilmelidir.
- Katılımcılardan bir kısmının bugüne dek gerçekleştirilen törenlerden memnuniyet duymaları düşünülerek mevcut sürecin iyi yönleri geliştirilerek devam etmelidir.
- Mevcut uygulamaların geliştirilmesinin yanı sıra çalışmada ortaya çıkan yeni önerilere cevap verebilecek nitelikte tören süresince trafik sorunu olmaması, ikramların olması, bilet bulma sıkıntısının yaşanmaması, biletlerin bedava ya da daha cüzi bir fiyatla alınabilmesi, günümüz gençlerinin de ilgisini çekebilecek ünlülerin törenlere davet edilmesi, törende görev alan personelin mesleki yeterliliğinin ve çalışma disiplininin artırılması konularına önem verilmelidir. Bu bağlamda ucuz ya da bedava bilet için tören sponsorlarının olması/artırılması, trafik yoğunluğunun azaltılabilmesi ve bilet bulma sorununun çözülmesi için törenin gerçekleştiği gün sayısının artırılması, yine ikramlar için sponsorlarla çalışılması gibi uygulamalar yapılabilir. Tören personelinin ağırlama konusunda bilgili, organizasyon düzenleme ve yürütme tecrübesine sahip, gelen ziyaretçi profiline uygun yabancı dil bilgisine sahip personellerden seçilmesi de törenlerin hizmet kalitesini artırmak için önemli unsurlar arasındadır.
- Törenin anlam ve önemi hakkında yeterince bilgisi olmayan ziyaretçiler için broşür ve kitapçıklardan farklı olarak tören alanında Mevlâna, Mevlevilik, sema törenleri konularında günümüze uygun şekilde dijital ekranlar aracılığıyla Mevlâna dönemi canlandırılarak kısa bilgilendirmeler yapılabilir. Tören öncesi veya sonrasında bu bilgiler ışığında yarışmalar düzenlenerek ziyaretçilerin ilgisi uzun süreli çekilebilir.
- Seksen yedi yıllık bir geçmişe sahip olan bu törenlerin dünya çapında markalaşmasına yönelik pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmelidir. Bu doğrultuda pazarlama ve markalaşma alanında uzman ekiplerden destek alınabilir.
- Dünya genelinde benzer tören organizasyonları ile iş birliğine gidilerek tanıtım sürecine katkı sunulabilir.
- Organizasyonlarla ilgili varsa uluslararası kuruluşlara üye olunarak geniş bir alanda bilinirlik kazanılabilir, iş ilişkileri kurulabilir ve sponsor bulma faaliyetleri gerçekleştirilebilir.
- Gelecek araştırmacılar tarafından yerel halkın bölgelerindeki turizm faaliyetlerine karşı tutum ve önerilerine yönelik karma yöntemler kullanılarak halkın görüşleri daha derinlemesine incelenebilir.
- Halkın görüşlerinin yanı sıra tören organizasyonunda görev alan ve törenlerin sonuçlarından etkilenen her türlü kurum ve kuruluş ve ziyaretçilerin algı ve tutumlarına başvurularak geniş çaplı bir kıyaslama yapılabilir. Bu da bazı olumsuz etkilerin neden önüne geçilemediğinin cevaplarını ortaya çıkarabilir. Aynı zamanda olumlu etkilerin katsayısının yükseltilmesi açısından fayda sağlayabilir.
- Araştırmanın verileri güncel olabilmesi adına törenlerin düzenlendiği zaman aralığı ile sınırlandırıldığından gelecek araştırmacılar yıl içerisindeki farklı dönemlerde yeni veriler toplayarak bir kıyaslama yapabilirler.

Katılımcılarla gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmada katılımcıların sorulara içtenlikle cevap verdikleri varsayılmıştır. Sosyal bilimler alanında anket ve görüşme teknikleri özelinde

yaşanabilecek çevresel ve kişisel durumlarla ilgili kısıtlar bu çalışma için de geçerlidir. Çalışmanın gelecek araştırmacılara yol gösterici olacağı umulmaktadır.

## Teşekkür ve Bilgi Notu

Destek Bilgisi: Çalışmanın hazırlanma sürecinde herhangi bir destekten yararlanılmamıştır.

Etik Onayı: Makalede ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences Dergisinin** hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Makalede, veri toplama aşaması için gerekli etik kurulu belgesi Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi Dekanlığı, Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulunun 21.11.2022-12 tarih ve sayılı gündemiyle düzenlenmiştir.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma, iki yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Katkı oranları; 1. Yazar = % 50, 2. Yazar = % 50.

## Kaynaklar

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
- Abbadia, J. (2023), Cronbach's Alpha'nın Rolü Nedir ve Bunu Nasıl Yorumluyorsunuz? Erişilen Adres (05.06.2024): <https://mindthegraph.com/blog/tr/cronbach-alpha/>
- Akkoç, T. (2024). Festivallerin Sosyo-Ekonomik Sonuçlarının Yerel Halkın Turizm Desteğine Etkisi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 7 (1): 260-279
- Akman Dömbekci, H., & Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (Özel Sayı 2), 141-160.
- Aymankuy, Y. (2006). Kongre Turizmi ve Fuar Organizasyonları. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akova, O. (2006). Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 77-109.
- Alagöz, G., & Taş, M. (2022). Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2022, 5(2), 668-679.
- Alkış, H., & Öztürk, Y. (2009). Otel İşletmelerinde Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 212-236.
- Ankaya, F., & Pirlı A. (2024). Kırsal Turizm Algısı ve Yöre Halkının Agro (Tarım) Turizmine Yönelik Bakış Açısının Belirlenmesi: Manisa İli Alaşehir İlçesi Örneği, *International Journal on Mathematic, Engineering and Natural Sciences*, 8(1): 1-11.
- BBN Haber (2023). Konya'daki Dev Organizasyon Geride Kaldı, Mevlâna Müzesi Kaç Bin Kişi Ziyaret Etti? Erişilen Adres (15.03.2024): <https://bbnhaber.com.tr/konya/konyadaki-dev-organizasyon-geride-kaldi-mevlana-muzesi-kac-bin-kisi-ziyaret-etti-133879h#:~:text=bu%20y%C4%B1l%20vuslat%20vakti%20temas%C4%B1yla,68%20bin%20ki%C5%9Fi%20ziyaret%20etti.>
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of Tourism Development upon Environmental Sustainability: A Suggested Framework for Sustainable Ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917-5930.
- Baykal, D., & Şahin, E. (2014). Türkiye'de Turizm Eğitimi Veren Meslek Yüksekokullarının Ders Programlarına İlişkin Bir İçerik Analizi. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 19-32.

- Berg, B. L., & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çev. Aydın H.). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Bilgili, H. A. S., & Sırrı, C. (2023). Kültürel Etkinlikler ve Dijitalleşme Sürecinin Yansımaları. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 10(93), 572-589.
- Boğan, E. & Saruşık, M. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetine Yönelik Görüş ve Algılamalarının Belirlenmesi Üzerine Alanya'da Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 325-342.
- Büyük, Ö., & Kömürcü Sarıbaş, S. (2022). Turizm İşletmelerinin ve Paydaşların Başarı Düzeyinin, Yerel Halkın Etkinlik Memnuniyetine Etkisi: Bozcaada Kültür Sanat ve Bağbozumu Festivali Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (3), 2482-2500.
- Can, E. (2015). Boş Zaman, Rekreasyon ve Etkinlik Turizmi İlişkisi, *İstanbul Journal of Social Sciences*, 10, 1-17.
- Cengiz, E., & Kırkbir, F. (2007). Yerel Halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm Etkisi ile Turizm Desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi. *Sosyal Bilimler Dergisi* (1), 19-37.
- Christou, E. S. (1999). Hospitality Management Education in Greece an Exploratory Study. *Tourism Management*, 20(6), 683-691.
- Ćurčić, N., & Bjeljac, Ž. (2017). Carnivals and Street Festivals as a Potential New Destination for Cultural Tourism in Serbia. *New Spaces in Cultural Tourism*, 1(2), 112-125.
- Çakmakçı, E., & Öztürk, Ş. (2019). Toplumsal Değişimin Bir Faktörü Olarak Turizm. *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ekim, 47(2), 1-17.
- Çavuş, A., & Gürgah, A. (2022). Etkinlik Turizmi Kapsamındaki Festivallerin Yerel Halk Üzerindeki Olumsuz Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Uluslararası Silifke Müzik ve Folklor Festivali Örneği. *Journal of Silk Road Tourism Research*, 2(1), 12-23.
- Çoban, S., Çoban, E., & Yetgin, D. (2019). Şehir Turizminde Faaliyet Gösteren Otellere Yönelik E-Yorumların İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 542-558.
- Dalgın, T., Kara, E. & Çeken, H. (2023). Etkinlik Turizmi Kapsamında Ordu Vosvos Şenliği Organizasyon Sürecinin Değerlendirilmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13 (Sosyal Bilimler Lisansüstü Öğrenci Sempozyumu Özel Sayısı), 233-250
- Everitt, B., Landau, S., & Leese, M. (2001). *Cluster Analysis*. London: Oxford University Press.
- Godovykh, M., Ridderstaat, J., & Fyall, A. (2023). The Well-being Impacts of Tourism: Long-term and Short-term Effects of Tourism Development on Residents' Happiness. *Tourism Economics*, 29(1), 137-156.
- Gündüz, S. (2018). Yerel Halkın Turizm Algısını Belirlemeye Yönelik Alternatif Bir Ölçek Geliştirme: Karataş Destinasyonu Örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 13(52), 343-357.
- Güneş, E., & Alagöz, G. (2018). Yerel Halkın Turizm Algısı: Erzincan'da Bir Araştırma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 409-442.
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, A. K., & Dağdeviren, A. (2007). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açından İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 157-167.
- Hall, C. M. (1989). The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events. *GeoJournal*, 19 (3), 263-268.
- İslam Ansiklopedisi. (2024). Şeb-i Arûs. Erişilen Adres (05.06.2024):<https://islamansiklopedisi.org.tr/seb-i-arus#:~:text=D%C3%BC%C4%9F%C3%BCn%20gecesi%20anlam%C4%B1nda%20Mevl%C3%A2n%C3%A2%20Cel%C3%A2ledd%C3%AEn,gecenin%20y%C4%B1l%20d%C3%B6n%C3%BCmlerinde%20yap%C4%B1lan%20t%C3%B6ren>.
- Jackson, L.A. (2008). Residents' Perceptions of the Impacts of Special Event Tourism, *Journal of Place Management and Development*, 1 (3), 240-255.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O. & Çakıcı, A. C. (2017). Adana Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalına Katılan Ziyaretçilerin Algı ve Memnuniyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(37), 222-239.

- Karakaş, A., & Şengün, H. İ. (2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 183-202.
- Karakaş, A., Demirkan, B., & Aslan, A. (2022). Bartın Halkının Turizme Bakış Açısı. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 444-462.
- Karaman, A., & Çiçekdağı, M. (2023). Genç Neslin Turizm Etkinliklerini Değerlendirmesi: Şeb-i Arûs Törenleri Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25(45), 1225-1243.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karipçin, Z., & Ateş, A. (2022). Kültürel Miras Temelli Turizmin Geliştirilmesinde Yerel Halkın Tutumu - Beyşehir Örneği, *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 17-34.
- Kitto, S. C., Chesters, J., & Grbich, C. (2008). Quality in Qualitative Research. *Medical Journal of Australia*, 188(4), 243-246.
- Kodaş, D., Arıca, R., Kafa, N., & Duman, F. (2022). Relationships Between Perceptions of Residents Toward Tourism Development, Benefits Derived from Tourism and Support to Tourism, *Journal of Tourismology*, 8(2), 255-280.
- Konya Valiliği (2024). Bir Konya Markası; "Şeb-i Arûs", Erişilen Adres (06.06.2024): <http://konya.gov.tr/bir-konya-markasi-seb-i-ars>
- Kourkouridis, D., Frangopoulos, Y., & Kapitsinis, N. (2023). Socio-economic Effects of Trade Fairs on Host Cities from a Citizens' Perspective: The Case of Thessaloniki, Greece. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(1), 113-133.
- Kozak, M. A. (2009). Akademik Turizm Eğitimi Üzerine Bir Durum Analizi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 1-20.
- Li, X., Kim, J.S., & Lee, T.J. (2021). Contribution of Supportive Local Communities to Sustainable Event Tourism. *Sustainability*, 13, 7853.
- Mohanty, P., Himanshi, & Choudhury, R. (2020). Events tourism in the eye of the COVID-19 storm: Impacts and implications. S. Arora & A. Sharma (Eds.), *In Event tourism in Asian countries: Challenges and prospects* (pp. 97-114). Apple Academic Press.
- Morgan, M. (2008). What Makes a Good Festival? Understanding the Event Experience, *Event Management*, 12(2), ss.81-93.
- Olçay, A., Döş, B., Sürme, M., & Düzgün, M. (2018). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Elektronik Öğrenmeye Hazır Bulunuşluklarını Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 427-438.
- Ödemiş, M. (2023). Investigation of Bolu's Sustainable Tourism Development According to the Attitudes of Local people. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(3): 319-340.
- Özaltın Türker, G., & Türker, A. (2014). Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyonu Örneği. *Electronic Journal of Vocational Colleges (Ejovoc)*, 4(1), 81-98.
- Özçoban, E. (2019). Kültür Turizmi Kapsamında Yabancı Ziyaretçilerin İslam Algısı: Şeb-i Arus Örneği. *Toplum Bilimleri Dergisi*, (23), 44-79.
- Özgürel, G., Alan, R., & Bingöl, Z. (2019). Yerel Kalkınmada Bir Araç Olarak Festivaller: Munzur Kültür ve Doğa Festivali, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(2), 113– 121.
- Phuc, H. N., & Nguyen, H. M. (2023). The Importance of Collaboration and Emotional Solidarity in Residents' Support for Sustainable Urban Tourism: Case Study Ho Chi Minh City. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 245-264.
- Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182.
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş*, (Çev.) Bayrak D., Arslan H. B. ve Z. Akyüz, Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Sohn, H.K., Lee, T.J., & Yoon, Y. (2016) Relationship Between Perceived Risk, Evaluation, Satisfaction, and Behavioral Intention: A Case of Local Festival Visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33:1, 28-45.
- Şavkay, D. (2024). SPSS ile Cronbach's Alpha Testi, Erişilen Adres (05.06.2024): <https://www.spss-yardimi.com/spss-ile-cronbachs-alpha-testi/#:~:text=Cronbach's%20Alpha%20de%C4%9Feri%20ile,g%C3%BC%C3%A71%C3%BC%20i%C3%A7%20tutarl%C4%B1%C4%B1k%20oldu%C4%9Funu%20g%C3%B6sterir>
- Şenel, P., Kalyoncu, M., & Demiral, G. N. (2022). Turist Rehberleri Rollerinin Yerel Mutfak Kültürü Bağlamında İncelenmesi, *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 10(2), 918-943.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach (2nd Editon)*, South Africa: Juta Academic.
- Uslu, F., & Demir, E. (2023). Nitel Bir Veri Toplama Tekniği: Derinlemesine Görüşme. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 40(1), 289-299.
- Yıldırım. A., & Şimşek. H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, A. N. (2020). Nitel Bir Araştırma Tekniği Olarak: Görüşme. *Social Sciences Studies Journal (SSSJournal)*, 6(56), 547-552.
- Zorlu, K., & Yılmaz, A. (2022). Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) Örneğinde Ampirik Bir Analiz. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 36-55.