

MEVLÂNA VE MEVLEVÎLİĞE DAİR SİMGELERİN POPÜLER ÜRÜNLERE DÖNÜŞÜMÜ

Necmiye DURMUŞ*

ÖZ

Popüler kültür, bünyesine dâhil ettiği her unsuru popüler hâle getirmeye muktedir bir mekanizma olarak işlemektedir. Bu mekanizmanın dışlıleri arasından dinî simgeler de geçebilmekte ve popüler ürünler olarak dolaşıma sokulmaktadır. Dinî simgeler gerek içerdikleri dinî anlamın özellikle vurgulanması gerekse de bu anlam ve bağlamsal içerikten soyutlanmalarıyla farklı boyutlarda kültürel metamorfozlara uğramaktadır. Bu dinî simgeler içerisinde yer alan Mevlâna ve Mevlevîliğe ait tasavvufi simgeler, günümüzde popülerleşen birer ürüne dönüşmektedir. Bu çalışmada, tasavvufi simgelerin popülerleştirilmesi Mevlânâ ve Mevlevîlik bağlamında internet sitelerinde yer alan örnekler taranarak değerlendirilmektedir. Elde edilen çıkarımlar neticesinde, Mevlâna ve Mevlevîliğe dair simgelerin popülerleşme rüzgarından kaçamadığı ve hatta bundan en çok etkilenen simgelerden biri olduğu ortaya çıkmaktadır. Mevlâna simgesi, çoğunlukla muhteva ettiği güzel ve yüksek ahlak, tevazu, hoşgörü, sevgi ve aşk gibi tasavvufi anlamlarına binaen popülerleştirilmekte ve böylelikle bu hasletler popülerleştirmeye katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, Mevlevîliğe ait simgelerden olan semazen, semâ, kıyafetler ve mutfak kültürü de ekseriyetle anlamlarından soyutlanarak popüler ürünler hâline gelmektedir. Bu anlamda hem Mevlâna hem de Mevlevîliğe dair simgelerin popüler kültür mekanizmasının birer ürününe dönüşmesi çatallanarak ilerleyen bir durumu ima etmektedir. Mevlevîliğin simgelerinden semâ ayini açılışlarda ve düğünlerde yer

* Dr., İstanbul / Türkiye. necmiyedurmus@gmail.com

verilen bir gösteriye, tennure ve deste-gül partilerde giyilecek bir kostüme, semâzen ise bir giysi ya da çeşitli ürünler üzerindeki desen ve motife dönüşmüştür. Semâzen ve semâ simgesi mizah dergilerinde karikatürize edilen popüler bir komedi unsuru hâline de getirilmiştir. Aynı zamanda, Mevlevîliğin mutfak kültürüne ait simgelerin de popülerleştirilmesi Mevlevî yiyecekleri ve sofrâ adabına kadar her alana yansımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Sosyolojisi, Popüler Kültür, Dinî Simgeler, Mevlânâ, Mevlevîlik.

Transformation of Symbols of Rumi and Mevlevi Order into Popular Products

Necmiye DURMUŞ[†]

Abstract

Popular culture operates as a mechanism capable of popularizing every element. Religious symbols can also pass through the gears of this mechanism and are put into circulation as popular products. The religious symbols undergo cultural metamorphoses both by emphasizing the religious meaning they contain and by abstracting from this meaning and contextual content. The mystical symbols of Rumi and Mevlevî order are turning into popularized products today. In this study, the popularization of Sufi symbols was analyzed with the example of symbols belonging to Rumi and Mevlevî order by scanning examples on websites. Consequently, it becomes clear that the symbol of Rumi could not escape the wind of popularization and it was even one of the symbols most affected by it. While Rumi is popularized as a symbol, his expressions are also subject to this popularization. In addition, the whirling dervish, sama, clothing and cuisine culture, are also popularized either by emphasizing or masking the meanings they contain. In this sense, the transformation of both Rumi and Mevlevî symbols into products of the popular culture mechanism implies a situation that progresses by bifurcating. While the Rumi symbol is popularized based on the mystical meanings such as beautiful and high morality, modesty, tolerance, affection and love it contains. The symbols of Mevlevî order are mostly abstracted from their meanings and become popular products. The sama has become a show, Mevlevî cloths have become a costume to be worn, and the whirling dervish has become a pattern on various products. These symbols have also become a popular comedy element in humor magazines. The popularization of the symbols of Mevlevî cuisine is reflected in every area,

[†] Dr., İstanbul / Türkiye. necmiyedurmus@gmail.com

from Mevlevi foods to table manners.

Keywords: Sociology of Religion, Popular Culture, Religious Symbols, Rumi, Mevlevi Order.

Giriş

Popüler kültür, güçlü etkisinden taviz vermediği günümüz toplumlarında neredeyse her fenomeni popülerleştirme potansiyeline sahiptir. Popüler hâle gelmek, popülerleşmek popüler kültüre eklenmektir. Mıknatıstan kaçamayan demir tozları misali, uygun görülen temsiller popüler kültürün çekimine yakalanmaktadır. Bu etkili varlığa sahip popüler kültürün belirgin özellikleri; biçim olarak orta karmaşıklıkta olması, aktarımının ortam ve teknoloji bakımından dolayı olması, kaynağının veya üreticisinin bilinmesi, kültürel değer ve gelenekleri yeni formüllerle yansıtması, tüketiciye dönük ve ucuza, ancak parayla elde edilebilmesidir.¹ Ayrıca, çok sayıda ve heterojen bir kitleye hitap etmekte ve toplu olarak üretilmektedir.² Löwenthal’a göre ise popüler kültürün kendine özgü vasıfları; “standartlaşma, basmakalıp yargı, muhafazakarlık,³ yalancılık, manipüle edilmiş tüketim malları”dır.⁴ Tanımlarda da ifade edildiği üzere popüler kültür, herhangi bir değer taşıyan öğeyi standartlaştırarak, onu yeni biçimler altında çok sayıda kişiye ulaşabilen ve böylece de fazla miktarda tüketilen bir mal hâline getirir. Horkheimer’in, Ay’ın neyin reklamı olduğunu babasına soran çocuk örneğinde ironik bir şekilde vurguladığı gibi, popüler kültür de neredeyse pazarlanacak bir ürüne dönüştürmediği tek bir gerçeklik dahi bırakmamaktadır.⁵ Özellikle postmodernite içerisinde kültür ile etkileşime giren her değerın metalaştırma tezgâhında işlenebilmesi, dinî simgelerin de pazarlanabilecek birer ürün olarak popülerleştirilmelerini beraberinde getirmektedir. Bu minvalde, dinlere ya

¹ Ahmet Oktay, *Popüler Kültürden TV Sömürmesine: Bütün Yapıtlarına Doğru* (İstanbul: İthaki, 2009), 44.

² Herbert J. Gans, *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür* (İstanbul: Yapı Kredi, 2018), 45-46.

³ Alıntılarda ve ürün isimlerindeki farklı yazımlar ya da hatalar aynı şekilde korunmuştur.

⁴ Leo Löwenthal, *Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum*, çev. Beybin Kejanlıoğlu (İstanbul: Metis, 2017), 39.

⁵ Max Horkheimer, *Akıl Tutulması*, çev. Orhan Koçak (İstanbul: Metis, 1998), 125.

da dinî unsurlara ait simgeler de farklı formlar altında üretim bandının standardize çıktılarından biri hâline gelerek piyasa sirkülasyonu içerisinde yer alan herhangi bir ürüne dönüşmektedir.⁶ Popüler kültür kabininde yeni bir çehreye bürünen bu simgeler, bireylerin tüketimine uygun hâle getirilerek sunulmakta ve yaygınlaştırılmaktadır. Aynı zamanda gerek içerdikleri dinî anlamın özellikle vurgulanması gerekse de bu anlam ve bağlamsal içerikten soyutlanmalarıyla farklı boyutlarda kültürel metamorfozlara uğramakta, diğer bir ifadeyle bir popüler kültür ürününe dönüşmektedir. Bunun neticesinde bu tür ürünlerden müteşekkil senkretik bir endüstriyel havuz ortaya çıkmaktadır.

Popüler kültür ve dinî simgeler alışımının bileşenlerini ayıklayarak, anlamların dönüşüme uğrama sürecini ortaya serme amacını taşıyan çalışmalarında Okutan, “Fatıma’nın eli” ve “ramazan ayı” üzerinden değerlendirmelerde bulunmaktadır. “Fatıma’nın eli” simgesinin zaman içerisinde dinî bir referansa sahip olma düzleminden popüler bir motif olmaya doğru nasıl evirildiğini inceleyen Okutan, din ve kültür etkileşiminin yüksek din, halk dini ve popüler din olarak çeşitli formlarda karşımıza çıktığını ifade eder.⁷ Özellikle kriz kelimesiyle tarif edilebilecek zamanlarda bir çözüm yolu olarak başvuru olan popüler din unsurları bir manevi çıkış yolu aramanın neticesidir.⁸ Fatıma’nın eli de “şifa, bereket, uğur”⁹ gibi nitelikleriyle popülerleştirilen ve piyasadaki ürün çeşitliliği içerisinde çeşitli formlar altında kendisine yer bulan bir imgeye dönüşmüştür. Aynı şekilde, ramazan ayının da metalaştırılarak pazarlanabilir hâle gelmesini gazete haberleri ve reklamları üzerinden örnekleyen Okutan, bir dinî simgenin daha popülerleştirilmesini gözler önüne serer.¹⁰ Kendine özgü her bir ögesinin reklam ve popüler kültür unsuru olmaktan kaçamadığı ramazan ayı, neredeyse dinî hüviyetinden soyutlanarak tüketim ve israf ritüellerinin nesnesi hâline gel-

⁶ Birsan Banu Okutan, *Türkiye’de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012), 180.

⁷ Birsan Banu Okutan, “Dini Ürünler ve Mübadele Piyasası: Fatıma’nın Eli Örneği” (Toplumsal Değişim Sempozyumu, İstanbul, 2016), 86.

⁸ Okutan, “Dini Ürünler ve Mübadele Piyasası: Fatıma’nın Eli Örneği”, 87.

⁹ Okutan, “Dini Ürünler ve Mübadele Piyasası: Fatıma’nın Eli Örneği”, 88-91.

¹⁰ Okutan, *Türkiye’de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)*, 173-180.

mektedir.¹¹ Bu suretle, popülerleştirmenin dizginlenemeyen iştahının hedefi olan dinî simgeler, amaçlarından kopararak tüketilecek birer metaya indirgenmektedir.

Böyle bir süreçten en çok etkilenen ve popüler çıktılarının piyasada fazla miktarda görüldüğü simgeler içerisinde “Mevlâna örneği” göze çarpmaktadır. Mevlâna Celâleddîn Rûmî gerek ürünlere yansıtılan kendi simgesel göndergesi ve adı üzerinden gerekse de eserlerindeki deyişlerinin albenili tasarımlarla sunulduğu birer motif olarak popüler kültür evreninde yer bulmaktadır. Diğer bir yandan, Mevlevîliğe ait semazen, semâ, kıyafetler ve mutfak kültürü gibi her biri birer tasavvufi simge olan unsurlar da ya ihtiva ettikleri anlamlar vurgulanarak ya da maskelenerek popülerleştirilmektedir. Dolayısıyla, Mevlâna simgesinin popüler kültür tarafından söğürülmesi kendi bünyesinde çatallanarak ilerleyen bir duruma işaret etmektedir.

Popüler kültür içerisinde yer bulan Mevlâna ve Mevlevîliğe dair unsurlara odaklanan Bölükbaşı, postmodern edebiyat, dergiler, filmler ve reklamlar üzerine yoğunlaşmıştır.¹² Bölükbaşı, karşılıklı bir dönüştürme potansiyeline vurgu yaparak bir yandan Mevlâna ve Mevlevîliğe dair simgelerin meta hâline geldiğini ve popüler kültüre eklenerek profanlaştığını, diğer yandan da seküler bir alan olan popüler kültür dünyasının bu tür dinî simgeleri ürün yelpazesine dâhil ederek sekülerliğin çözölmeye maruz kaldığını ileri sürmektedir.¹³ Çoğunlukla tasavvuf ve Mevlevîlik örneklerine başvuran Bölükbaşı, din ve popüler kültür ilişkisinin en iyi şekilde anlaşılabilceği alanın tasavvuf olduğunun altını çizmektedir.¹⁴ Bölükbaşı’na göre, ürettiği tüketim nesneleriyle hem dinî boyutundan uzaklaşmayı beraberinde getirmesi sebebiyle dindar kesimden hem de seküler popüler alana eklenmesiyle seküler kesimden tepki

¹¹ Okutan, *Türkiye’de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)*, 179.

¹² Adem Bölükbaşı, *Türkiye’de Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlânâ ve Mevlevîlik Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2011).

¹³ Bölükbaşı, *Türkiye’de Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlânâ ve Mevlevîlik Örneği*, 121.

¹⁴ Adem Bölükbaşı, “Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler ‘Tasavvuf’çuluk”, *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi* 3/1 (Haziran 2016), 153.

alsa da “popüler tasavvufçuluk” her iki alanı da saf dışı bırakan kendi gerçeklik düzlemini oluşturmaktadır.¹⁵ Aydemir ise popüler kültürde kendilerine yer bulan mistik motifleri tasavvuf ile tüketim alanının yakınlaşması bağlamında incelemiştir.¹⁶ Bölükbaşı’nın yaklaşımına benzer olarak din ve popüler kültür etkileşiminin diyalojik karakterine vurgu yaparak, tasavvufi anlatı, sembol ve pratiklerin popülerleşmesi üzerine yoğunlaşmaktadır.¹⁷ Mevlâna ve Mevlevîlik özelinde ise Mevlâna imgesinin standardize edilerek çeşitli biçimler altında tüketilecek popüler bir ürüne dönüştüğünü öne süren Aydemir, böylelikle içerisinde kâr potansiyeli taşıyan dinî sembollerin de vitrine çıkıp meta olarak nesneleştiğini vurgulamaktadır.¹⁸ Güner, “2010’lu yıllardan sonra Türkiye’de tasavvufa yönelik artan popüler ilgi ve onun alternatif bir dini-spiritüel pazar olarak piyasalaşmasını, yerel ve küresel olanın diyalektik ilişkisi içerisinde” incelemektedir.¹⁹ Güner’in çalışması, tasavvufi kişisel gelişim kitapları, semazen gösterileri, piyasada yer alan Mevlâna ve Mevlevîlik kültürüne dair imgeler ve bunlara dair reklamları ele almaktadır.²⁰ Güner’in ulaştığı neticeye göre, “her metne ve dünya görüşüne kolaylıkla eklenilebilen tasavvufi içerik ve biçimler, bir uzlaşma alanı olma özelliğini koruduğu ölçüde, alternatif bir spiritüel pazar olarak mevcudiyetini sürdürecektir gibi gözükmektedir.”²¹

İlerleyen bölümde, tasavvufi simgelerin popülerleştirilmesi Mevlâna örneğinde tartışılacaktır. Mevlâna ve Mevlevîliğe dair simgelerin hem tasavvufi gönderimleri bilhassa öne çıkarılarak hem de bunlardan kısmi ya da tamamen soyutlanarak çatallanan bir surette popülerleşmeye maruz kaldığı ileri sürülmektedir. Bu durum, popülerleşme kabinine sokulan Mevlâna simgesi üzerinde

¹⁵ Bölükbaşı, “Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler ‘Tasavvuf’çuluk”, 68.

¹⁶ Feride Aydemir, *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf* (Ankara: Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017).

¹⁷ Aydemir, *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*.

¹⁸ Aydemir, *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*, 136-148.

¹⁹ Feride Güner, “Spiritüel Bir Piyasa ve Uzlaşma Alanı Olarak Pop Tasavvuf”, *Moment Dergi* 10/2 (2023), 354-383.

²⁰ Güner, “Spiritüel Bir Piyasa ve Uzlaşma Alanı Olarak Pop Tasavvuf”.

²¹ Güner, “Spiritüel Bir Piyasa ve Uzlaşma Alanı Olarak Pop Tasavvuf”, 377.

muhtelif biçemlerin denendiğini imlemektedir. Sekülerleşme tartışmasından bağımsız bir şekilde, bu tür imgelerin popülerleşme serüvenine dikkat çekecek olan bu çalışmada, çoğunlukla Bölükbaş'ın odaklandığı popüler kültür unsurlarının dışında kalan tüketim ürünlerine öncelik verilecektir.²² Ayrıca, bu çalışmanın, örneklikleri bakımından Aydemir'in incelemesiyle benzerlikler gösteren yönleri olsa da tasavvufi kişisel gelişim kitaplarına değinmemesi bakımından farklılaşmaktadır.²³

1. Mevlâna ve Mevlevîliğe Dair Simgelerin Popülerleşmesi

Mevlâna ve Mevlevîliğe dair imgelerin popülerleşme serencamı Mevlâna'nın kendi simgesel değeri, portresi, eserlerinden alıntılanan sözler, Mevlevîliğe ait semâ, semâzen, kıyafetler ve mutfak kültürü gibi temalar üzerinden başlıklandırılarak incelenecektir.

1.1. Popülerleşen Bir Simge Olarak Mevlâna

Tasavvufi bir simge olarak Mevlâna, öncelikle güzel ve yüksek ahlaki ön plana çıkartan bir anlama sahiptir. Furûzanfer'in ifadeleriyle "Mevlâna'nın ilmi kemâli ile, şariat adamlarının sözlerini anlamadaki ihatası, velilerle murakebe erbabının sözlerini, hallerini incelemekteki kudreti, derin araştırmacılığı, onun fitri, asli terbiyesine ilâve olup, onu insanlığın en yüksek derecesine, ahlâk kaidelerinin en yüce mertebesine ulaştırmıştır."²⁴ Mevlâna'nın yüksek ahlakının yanında çoğunlukla bilinen diğer vasıfları ise hoşgörüsü ve tevazusudur. Özellikle, Mevlâna'nın herkese davranışında eşitliği gözetmesi, dini farklı olsa dahi kimseyi dergâhından dışlamaması ve çevresindekileri de böyle davranma noktasında yönlendirmesi,²⁵ onun hoşgörüsünün geniş sınırlarını tasvir eder. Hoşgörüsüyle birlikte yoğrulan tevazusu ise halkın her katmanından insana karşı davranışlarındaki özdeşlikte ve hiçbir işine kibir, gurur ve kendini be-

²² Bölükbaş, *Türkiye'de Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlânâ ve Mevlevîlik Örneği*; Bölükbaş, "Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler 'Tasavvuf'çuluk".

²³ Aydemir, *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*.

²⁴ Bediüzzaman Furûzanfer, *Mevlâna Celâleddin*, çev. Feridun Nafiz Uzluk (Konya: T.C. Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2005), 174.

²⁵ Furûzanfer, *Mevlâna Celâleddin*, 174.

ğenmişlik karıştırmamasında yankı bulmaktadır.²⁶

Yüksek bir ahlakı, hoşgörü ve tevazuyu kuşatan Mevlâna simgesi kuşkusuz popülerleştirilmeye uygun bir anlam dünyası oluşturmaktadır. Motto hâline getirilen kalıp cümleler her çeşit ürünün üzerinde kullanılabilmekte ve tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Mevlâna'nın, tasavvufi içerime sahip bir simge olarak popüler hâle gelmesi portresi üzerinden tasarlanan geniş yelpazedeki ürünlerin piyasada çokça yer almasıyla gerçekleşmektedir. Mevlâna figürlü biblolar, tablolar, takılar, *sticker*lar ve çeşitli hediyelik eşyalar gibi çoğunluğu oluşturan ürünler birer meta olarak alışveriş sirkülasyonu içerisinde popülerliğini korumaktadır. Funk'un ifade ettiği gibi "bugün eskisinden farklı olarak ürünün kullanım değerini temel yararı değil, reklam ve pazarlamayla telkin edilen ek yararları belirlemektedir. Bu nedenle bir ürüne, sattıran ne varsa atfedilir: duygular, ihtiyaçlar, ruh halleri, sıcak bir ilginin, içsel yaşantının, başarının ya da avantajın sembolleri."²⁷ Mevlâna motifiyle oluşturulan ürünler de tüketicilere kazandıracakları ek yararların ön plana çıkartılmasıyla satışa sunulmaktadır. Örnek olarak, "Evinize Şans Getirecek 12 Dekoratif Obje" başlığıyla hazırlanan bir içerikte, şans getirecek objelerden birinin de Mevlâna sembolü olduğu ifade edilmektedir: "Mevlâna sembolü ve bibloları, hoşgörü, sevgi, birlik ve huzurun sembolü olarak dekorasyonda kullanılır. Çalışma odasında kitaplık dekorasyonunda ya da tv sehpası gibi uygun alanlarda konumlandırılabilir. Şansın artması, içsel motivasyonun yükselmesi için Mevlâna'yı sembolize eden tablolardan da faydalanmak mümkündür."²⁸

Mevlâna'yı sembolize eden ürünlerin satın alınmasıyla evlere şansın geleceği, içsel motivasyonun artacağı, hoşgörü, sevgi birlik ve huzur vurgusu, Funk'un değindiği "duygular, ihtiyaçlar, ruh halleri"ni imlemektedir.²⁹ Bu ürün ile birlikte bütün bu duyguların da satın alınması, bireylerin ürünleri tercih etmedeki motivasyonlarına da dokunmaktadır. Böylece, bir meta hâline getirilen Mevlâna

²⁶ Fûrûzanfer, *Mevlâna Celâleddin*, 175.

²⁷ Rainer Funk, *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*, çev. Çağlar Tanyeri (İstanbul: Yapı Kredi, 2018), 29.

²⁸ Bellona Mobilya, "Evinize Şans Getirecek 12 Dekoratif Obje" (Erişim 23 Mart 2025).

²⁹ Funk, *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*, 29.

figürü tasavvufi simgeselliğinden soyutlanmak yerine bilhassa o boyutunun altı çizilerek popülerleştirilmektedir. Birlik, huzur ve şans göndermesi, yukarıda verilen örnekte görülebileceği gibi başat tercih sebebini oluşturmaktadır.

Mevlâna simgesinin popülerleştirilme sürecinde vurgulanan bir yön de Mevlâna'nın aşk anlayışıdır. Mevlâna'ya göre;

“... Aşk, her şeyde, her fizik varlıkta tecelli etmektedir (...) insan, insanlık vasfının özünü, ideal mahiyetini bulmuş ve onun idrakine varmışsa, hem “âşık” hem de “maşuk”tur. Yani hem Allah'ı seven hem de Allah'ın sevdiği kişi olur (...) aşk, Allah'a ulaşmanın en emin ve en kestirme yoludur. İnsan bu yolculuğunda mal, evlat, dünya ve içindekilerden ve hatta kendi benliğinden vazgeçmelidir. Çünkü ona göre aşk, maşuktan başka her şeyi yakar.”³⁰

Paşabahçe'nin “7” koleksiyonunda bulunan ve el işçiliği ile üretilip 24 ayar altın yaldızla dekorlanan derviş tasarımlı şekerliğin³¹ tanıtımında şu ifadelerle yer verilmektedir:

“İnsanlığa ahlak, din, ilim ve akıl yolunda heyecan katarak yeni ufuklar açan Mevlâna Celâleddin-i Rûmî, ilahi bir ışık, manevi bir güneştir. Onun insan düşüncesine verdiği en büyük mesaj ‘Aşk, Sevgi ve Birlik’tir. ...Yaşamını ‘hamdım, piştim, yandım’ sözleri ile özetleyen Mevlana'nın ‘7 Nasihatı’ 7 Koleksiyonu'nun temelinde yer alır. Mevlâna felsefesinde yer alan 7 nasihatı; ‘Cömertlik ve yardım etmede Akarsu gibi ol! Şefkat ve merhamette Güneş gibi ol! Kusurları örtmede Gece gibi ol! Hiddet ve asabiyette Ölü gibi ol! Tevazu ve alçakgönüllülükte Toprak gibi ol! Hoşgörülükte Deniz gibi ol! Ya olduğun gibi görün ya da görüldüğün gibi ol!’dur. Derviş Şekerlik'in oturan derviş biçiminden esinlenilen formu üzerinde; celi sülüs yazı stilinde ‘Ya Hazreti Mevlâna’ yazılmış; Mevlana'nın kaftanı üzerinden alınan motifler ve desenler kullanılmıştır.”

Mevlâna'nın 7 öğüdünden ilham alarak tasarlanan şekerlik için kullanılan ifadelerde Mevlâna'nın “ilahi bir ışık, manevi bir güneş” olduğuna dikkat çekilmekte ve “aşk, sevgi ve birlik” teması kulla-

³⁰ İsmail Yakıt, “Mevlana'ya Göre İnsanın Evrenselliği”, *Mevlana*, ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu (Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2015), 185.

³¹ Paşabahçe Mağazaları, “Derviş Şekerlik” (Erişim 06 Mart 2025).

nılmaktadır. Ürüne odaklanan satış stratejisi aslında ürünü değil, insani özlemleri, özellikleri ve becerileri satışa çıkarmıştır.³² Dolayısıyla, derviş formundaki bu şekerliğin satın alınmasıyla birlikte bireyler ilahi bir ışık ve manevi bir güneşe de sahip olacaklarını düşünmektedir.

Mevlâna tasarımlı tablolar,³³ duvar saatleri,³⁴ arabaya ya da duvara yapıştırılan *sticker*lar,³⁵ kalem, ³⁶ Mevlâna figürlü kolye uçları,³⁷ yüzükler³⁸ ve Mevlâna kokusu³⁹ gibi ürünler bu çeşitlilik içerisinde yer almaktadır. Bu tür ürünler Mevlâna'nın tasavvufi bir simge olmasının yanında hoşgörü, sevgi ve tevazu felsefesini de içermeyi hedefleyerek tanıtım mantaliterini bunun üzerine kurmaktadırlar. Mevlâna figürüne sahip ya da resim olarak Mevlâna'yı barındıran kolye ucunu satın alan bir kişi, Mevlâna'nın felsefesini de üzerine giymiş gibi hissetmesine ilaveten, tasavvufi bir simgeyi üzerinde taşıyarak korunma hissini de yaşamaktadır. Ürünler arasında, Mevlâna türbesinin resmi bulunan bir tablonun⁴⁰ da yer aldığı düşünüldüğünde popüler hâle getirmenin sınırlarının esnekliği netleşmektedir. Mevlâna'ya ait sözler, tasavvufi aforizmaların çok yaygın bir paylaşım alanı olduğunu belirten Bölükbaşı'nı da destekler nitelikte hem sosyal medyada sıkça paylaşılarak hem de tüketim nesneleri üzerine işlenerek popülerleştirilmektedir.⁴¹

³² Funk, *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*, 30.

³³ Trendyol, "Arthopia Mevlâna Hazretleri Dekorasyon Poster Çerçevesi Yüksek Kaliteli Tasarım Tablo" (Erişim 05 Mart 2025); Vientex, "Mevlâna Tablosu" (Erişim 05 Mart 2025); Koçtaş, "Tablomega Kanvas Tablo Mevlâna" (Erişim 05 Mart 2025).

³⁴ Hepsiburada, "Mevlâna Duvar Saati" (Erişim 08 Mart 2025); Hepsiburada, "Mevlâna Duvar Saati" (Erişim 8 Mart 2025).

³⁵ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Oto Sticker" (Erişim 08 Mart 2025); Etiketçimiz, "Mevlâna Sticker" (Erişim 08 Mart 2025).

³⁶ Hepsiburada, "Mevlâna Altın Kabartma Kalem Seti" (Erişim 08 Mart 2025).

³⁷ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Figürlü Bayan Gümüş Kolye" (Erişim 24 Şubat 2025).

³⁸ Gümüşbox, "Özel Tasarım Mevlâna Semazen Figürlü Gümüş Yüzük" (Erişim 09 Mart 2025).

³⁹ Osmanlı Sarayı, "Mevlâna Kokusu" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁴⁰ Hepsiburada, "Mevlâna Türbesi Tablo" (Erişim 08 Mart 2025).

⁴¹ Bölükbaşı, "Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler 'Tasavvuf'çuluk", 160.

Mevlâna'nın tasavvuf anlayışıyla benzeştirilen ve *Mesnevî*'den çeşitli örneklerle⁴² desteklenen "hiç" felsefesi de popülerleştirilmekte, dekorasyon ürünlerinden⁴³ takılara⁴⁴ ve hatta dövme modellerine⁴⁵ kadar uzanan bir çeşitlilikte popüler kültür içinde konumlanmaktadır. Bir biblonun ürün bilgilerinde "Mevlana'nın 'Hiç' felsefesi kişinin, yaratıcının sonsuzluğunda kendi yerini idrak etmesidir"⁴⁶ ifadeleri kullanılmış, üzerinde "hiç" yazılı bir yüzüğün⁴⁷ tanıtımında ise "Hz. Mevlâna der ki; "bu dünyada herkes bir şey olmaya çalışırken, sen hiç ol... Menzilin yokluk olsun. İnsanın çömlekten farkı olmamalı, nasıl ki çömleği ayakta tutan dışındaki biçim değil, içindeki boşluk ise, insanı ayakta tutan da benlik zannı değil hiç'lik bilincidir" cümlelerine yer verilmiştir.⁴⁸

Mesnevî başta olmak üzere, Mevlâna'nın eserleri⁴⁹ olan *Dîvân-ı Kebîr*, *Mektûbât* ve *Fîh-i Mâ-Fîh*'ten alıntılanan hikâye, beyit ve cümlelerin özellikle popüler bir görünüm arz ettiği ileri sürülebilir. Mevlâna'ya ait olduğu belirtilen sözlerin geniş bir ürün çeşitliliği içerisinde popülerleştirilmesi bir yandan otantiklik sorununu gündeme getirirken öte taraftan da her ürünün üzerinde bir Mevlâna sözü görmek Mevlâna'nın simgesel yönünü aşındırmaktadır. Özellikle sosyal medyada ziyadesiyle paylaşılan ve Mevlâna'ya atfedilen

⁴² İstek de sendendir, o iyilik de. Biz kimiz ki? Evvel de sensin, âhir de. Hem sen söyle hem sen dinle hem sen ol. Biz hepimiz bunca şekle surete rağmen hiçbir şeyiz. Bkz. Mevlânâ Celâleddin-i Rûmî, *Mesnevî-i Ma'nevî*, çev. Derya Örs - Hicabi Kırılancık (İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, 2015).

⁴³ MiaMano, "Mevlâna Hiç Felsefesi Ahşap Biblo" (Erişim 09 Mart 2025); Walldenart, "Mevlâna Hiçlik Kavramı Temalı Oval Metal Duvar Tablosu" (Erişim 09 Mart 2025).

⁴⁴ MiaMano, "Mevlâna Hiç Felsefesi Özel Tasarım Miyuki Yüzük" (Erişim 24 Şubat 2025); Osmanlı Gümüş, "Gümüş Özel Tasarım Hiçlik Makamı Mevlâna Sikke Erkek Kolye Takı" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁴⁵ Pinterest, "Hiç Dövme" (Erişim 09 Mart 2025).

⁴⁶ MiaMano, "Mevlâna Hiç Felsefesi Ahşap Biblo".

⁴⁷ MiaMano, "Mevlâna Hiç Felsefesi Özel Tasarım Miyuki Yüzük".

⁴⁸ Burada değinilmesi gereken bir nokta, "hiç" yazısının bir motif olarak kullanıldığı ürünlerin Mevlânâ ile özdeşleştirilmesinin daha çok son zamanlarda yazılan kitaplar aracılığıyla olduğudur. *Sen Hiç Ol! Şifresi: 40, Aşkın Kırk Kuralı* gibi kitaplar Şems-i Tebrizi'nin *Makâlât* adlı eserinden derlenen bölümlerden oluşmaktadır. Şems-i Tebrizi'nin bazı sözleri Mevlânâ'ya hasredilerek bir bilgi kirliliği ortaya çıkmaktadır.

⁴⁹ Fürûzanfer, *Mevlâna Celâleddin*, 179-199.

sözlerin bazılarının ona ait olmadığı hususuna çeşitli çalışmalarda değinilmiştir.⁵⁰ Böylelikle, bir felsefî duruş içerisinde dile getirilen ya da kaleme alınmış ifadeler asıl sahiplerine atfedilmeyerek yanlış bilgilerin dolaşımında kalmasına neden olabilmekte ve de bağlamlarından çok ayrı kullanımlara maruz kalabilmektedir. Mevlâna'nın yedi öğüdü şeklinde tasarlanan bir tablodan,⁵¹ Mevlâna sözlerinin yazılı olduğu kupalara,⁵² cep aynalarından,⁵³ *mouse pad*lerden⁵⁴ kirlent kılıflarına,⁵⁵ kalemliklerden⁵⁶ Mevlâna sözleri yazılı kartlara⁵⁷ ve kokulu mumlara⁵⁸ kadar uzanan bir spektrumda ürünler ortaya konulmaktadır.

⁵⁰ Dilşad Nağme Akbaş, *Kültür Endüstrisi Bağlamında Mevlana'nın Yeniden Üretimi* (İstanbul: Doğu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 137-138; Serap Kayalı, "Kültür Endüstrisi ve Mevlâna Kapitalizmi", *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi* 6 (Aralık 2020), 93-94.

⁵¹ Hepsiburada, "Mevlana'nın 7 Öğüdü Tablo" (Erişim 08 Mart 2025).

⁵² ÇiçekSepeti, "Mevlâna Sözü Baskılı Kupa Bardak" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁵³ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Cep Ayna" (Erişim 08 Mart 2025).

⁵⁴ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Mouse Pad" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁵⁵ Realhomes, "Mevlâna Resimli Dijital Baskılı Dekoratif Yastık Kirlent Kılıfı" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁵⁶ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Kalemlik" (Erişim 10 Mart 2025).

⁵⁷ "Ekonomik Kutulu Mevlâna Kartları" (Nobel Kitap) (Erişim 08 Mart 2025).

⁵⁸ Trendyol, "Mevlâna Biblolu Gül Kokulu Mumlu Oval Tepsili Dekoratif Set" (Erişim 08 Mart 2025).

1.2. Popülerleşen Mevlevîliğe Dair Simgeler

1.2.1. Semâ ve Semâzen

Mevlevîlikte her mertebeye ulaşma aşamalarına bir ritüeller dizisi eşlik ederken her ritüelin de simgesel bir anlamı bulunmaktadır:

“... Dergâha nevniyâz olarak giren canlar, 1001 günlük çile esnasında tarikatın temel bilgilerini öğrenir; Kur’an, hadis, Mevlana’nın eserlerini ve Mevlevî büyüklerinin kitaplarını okurlar. En önemlisi tarikatın âdâb ve erkânını Mevlevî tarikatının kendine özgü giyim, zikir, sema, davranış biçimlerini öğrenirler. Bunların başlıcaları, matbah eğitimi, yemek adabı, sema talimi, meydan-ı şerif-te murakabe, sema yani Mevlevî mukabelesi, âyin-i cem, değişik derecedeki görevlilerin birbirlerine gösterdikleri davranışlardır.”⁵⁹

Mevlevîliğin en önemli unsurlarından birini oluşturan semâ; “musikiye uyup sağdan sola, hırkalıysa, sağ eliyle hırkasının yakasını tutup göğsünü biraz açarak, sol eliyle, bel hizasında, hırkanın sağ yanını, açılmaması için tutarak; tennûreliyse kollarını açarak dönmek”tir.⁶⁰ Tanpınar’ın ifadeleriyle “bu kadar sembollerle konuşan bir terkip azdır. Her duruşun, tavrın, kıvılcığının ve adımın mânası vardır.”⁶¹ Semâ bir bütün olarak kıyamet gününü simgelemekteyse de⁶² içerdiği simgesel anlamdan o derece uzaklaştırılarak popülerleştirilmiştir ki artık açılışlarda, düğünlerde bir gösteri biçimi altında insanlara sunulmaktadır.

Dinî program hizmetleri sunma iddiasıyla yola çıkan bir organizasyon şirketinin internet sitesinde semâzen ekibi kiralamaya yönelik şu bilgilendirmeler yapılmaktadır:

“Hz. Mevla’nın sema ederek Yaratıcısının huzuruna vardığını biliyoruz. Bugün bu tasavvuf geleneğini devam ettiren semâzenler de ibadetlerini aşk ile yapar. Sema grubunun uhrevî olanı hatırlatan

⁵⁹ Haşim Karpuz, “Mevlevihaneler: Mimari, Adap-Erkân ve Sanat”, *Mevlana*, ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu (Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2015), 81.

⁶⁰ Abdülbâki Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı* (İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitabevleri, 1963), 40.

⁶¹ Ahmet Hamdi Tanpınar, *Beş Şehir* (İstanbul: Dergâh Yayınları, 2020), 87.

⁶² Nuri Özcan, “Mevlevî Âyini”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: TDV Yayınları, 2004), 466.

böylesi bir unsuru vardır. İşte Hz. Mevla'nın sevgiyi ve barışı, adaleti, güzelliği tavsiye eden yanını hatırlamak aynı zamanda Rabbiyle arasındaki o ibadet aşkını bir kez daha görmek için düğünlerin anlamlı atmosferinde sema edenlerin oluşu ayrı bir mana taşır. Yeni yuva kuracak çiftlerin bu derin manaları bir kez daha hem kendileri hatırlar hem de gelen misafirlere hatırlatılır. Böylesi derin manaları üzerinde taşıyan sema gösterileri izleyenleri hem ulvî değerleri anımsatır hem de muhteşem bir gösteri izleme zevkini yaşatır. O sebeple düğün için semazen grubu görülenden daha derin manaları içinde taşır.”⁶³

Kıyamet gününü simgeleyen bir ayin olan semâ, herhangi bir organizasyonda gösteri unsuruna dönüştürülerek varlık anlamına yabancılaştırılmaktadır. Semâ hem bağlamından kopartılıp bir gösteriye dönüştürülmekte hem de semâzen ekibi adı altında kiralanan bir meta hâline getirilmektedir. Burada ön plana çıkan bir ayrıntı da semâ gösterisi ifadesinin kullanımıdır. Semâ, semâ ayini gibi tasavvufi gönderimler içeren ifadeler yerine semâ gösterisi tabirinin kullanımı Bölükbaşı'na göre “dinî/tasavvufî bir ayin ve ritüelin ‘gösteri’ olarak popülerleşmesinin ve dinî formların metalaşmasının bir belirtisi olarak okunabilir.”⁶⁴ Semâ artık bir performans sanatına,⁶⁵ seyirlik bir gösteri⁶⁶ hâline dönüştürülmüş ve çeşitli etkinliklerde icra edilmek üzere semâzenlerle birlikte kiralanan bir meta hâline gelmiştir.⁶⁷ Keskin ise bu durumu biraz daha farklı yorumlayarak semânın artık Türkiye'nin sembollerinden biri olduğunu ve Mevlevîliğin simgesi olmanın ötesine geçtiğini belirtir.⁶⁸ Keskin'in cümlelerinde pozitif bir yönde zikredilerek bencillikten uzak olma, tüm insanlığa karşı bir sevgi ile özdeşleştiği iddia edilse de⁶⁹ semânın, Mevlevîlikteki simgesel manasının çözülmeye uğrayarak tüm dünyaya yayılan standart bir dansa dönüştüğü anlaşılmaktadır. Semâzen, semâ yapan kişileri betimleyen bir terimdir. Semâzen

⁶³ Yusuf Organizasyon, “Pendik Semazen Ekibi Kiralama” (Erişim 23 Şubat 2025).

⁶⁴ Bölükbaşı, “Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler ‘Tasavvuf’çuluk”, 160.

⁶⁵ Bölükbaşı, “Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler ‘Tasavvuf’çuluk”, 167.

⁶⁶ Ahmet Tarhan, “Modern Çağda Semâ'ın Seyirlik Gösteri Hâline Dönüştürülmesi”, *Mevlânâ Araştırmaları Dergisi* 1 (2007), 177-202.

⁶⁷ Bölükbaşı, “Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler ‘Tasavvuf’çuluk”, 167.

⁶⁸ Fatma Keskin, *Mevlânâ Celâleddin Rumî* (İstanbul: Kastaş Yayınevi, 2006), 38.

⁶⁹ Keskin, *Mevlânâ Celâleddin Rumî*, 38.

figürlü objelerin isimlendirilmesinde “Mevlâna” isminin kullanılması ürünlerin çoğunda görülen bir ayrıntıdır. Bu durum, Mevlâna’nın popülerleştirilen bir simge olduğu iddiasını pekiştirerek onunla anılan her simgenin de bu süreçten etkilendiğini göstermektedir. Örneğin, sikkesi de dâhil bir semâzen formunda tasarlanan kahve fincanı setinin tanıtımında şu cümleler kullanılmaktadır:

“Mevlâna yaşamını, “Hamdım, piştım, kavruıldım.” şeklinde özetler. Sema dönerken dervişler, ruhun huzur ikliminde “AŞK”ın lezzetine varırlar. Ve her dönüş “VUSLAT” girdabına çeker aşığı. Muhabbet ve huzurun tadı olan kahvemiz de aynı evrelerden geçer. Hamdır, kavrulur ve pişer. İşte bu ahenk içinde yudumlamak için tasarladığımız fincanlarla kahve keyfini aynı zamanda gönül derinliklerine taşımak istedik.”⁷⁰

Bu tür bir kahve fincanı takımını alırken işlevsellik artık pek de önem verilen bir nitelik değildir. Amaçtan ziyade satışa çıkarılan ürünün araçsal yönü ağır basmakta, tasavvufi bir simgenin popülerleştirilmiş biçimini bünyesinde taşıması yeterli görülmektedir. Baudrillard’ın da ışık tuttuğu gibi “bugün nesnelerden pek azı, onlardan söz eden bir nesneler bağlamı olmaksızın kendi başına sunulur. Bu yüzden tüketicinin nesneyle ilişkisi değişmiştir. Tüketici, sağladığı özel fayda bağlamında bir nesneye değil, bütünsel anlamı bağlamında bir nesneler kümesine yönelir.”⁷¹ Yukarıdaki örnekte görülebileceği üzere ürünün reklamı, onun alım amacını anlamlandırmaya yöneliktir. Semâzen formunda herhangi bir işlevselliği olmayan popüler bir ürün, sadece onunla birlikte pazarlanan “anlam”lar sayesinde alınır hâle gelmektedir, zira reklam “sadece anlamlandırmalar getirir.”⁷² Dahası, “hamdım, piştım, kavruıldım” şeklinde reklamlaştırılan ifade Mevlâna’nın *Dîvân-ı Kebîr* adlı eserindeki bir beyitte yer alan ve çoğunlukla “hamdım, piştım, yandım”⁷³ terkinde kullanılan bir cümledir. Burada “yandım” yerine “kavruil-

⁷⁰ Kurumsal Hediye Ajansı, “Mevlâna Semazen Kahve Seti” (Erişim 10 Şubat 2025).

⁷¹ Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, çev. Nilgün Tütal - Ferda Keskin (İstanbul: Ayrıntı, 2020), 18.

⁷² Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, 104.

⁷³ Gölpınarlı, “yandım, yandım, yandım” diye tercüme etse de bazı nüshalarda “hamdım, oldum, yandım” şeklinde yer aldığını şerh düşmektedir. Bkz. Mevlânâ Celâleddin, *Dîvân-ı Kebîr* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 1957), 69.

dum" kelimesinin tercih edilmesi ürünle paralellik kurarak kahvenin kavrulma işlemine bir gönderme yapmaktadır. Bu durum da bir ürünün pazarlanmasında çok bilinen bir tabirin bile kolaylıkla tahrif edilebileceğine işaret etmektedir.

Paşabahçe'nin "Aşure" koleksiyonu içerisinde satışa sunduğu "sema mumluk" da kahve fincanlarındakine benzer bir anlam üretimini aksettirmektedir: "Sema Mumluk, hoşgörü kavramını insanlığa en zarif formlarla sunan simgelerden, semazen eteğinden esinlenerek tasarlanmıştır. İç kısmında, "Nazar eyle itiri/ Bazar eyle götüri/ Yaradılanı hoşgör/ Yaradandan ötüri" dörtlüğü yer almaktadır."⁷⁴ Semâ, görsel bir estetik olarak betimlenmekte, semâzen eteği de hoşgörü kavramıyla eşleştirilmektedir. Bu örnekte semâzen eteği olarak tanımlanan tennurenin içerdiği simgesel anlamlardan yukarıda bahsedilmiştir. Kahve fincanlarının tanıtım yazısında Mevlâna'nın sözünün tahrifi gibi bu üründe de Mevlevîliğin simgelerinden tennurenin anlamı popülerleştirilmeye uygun bir formda başkalaştırılmaktadır. Telefon kılıflarından⁷⁵ araç dikiz aynası süsüne,⁷⁶ üç boyutlu gece lambasından⁷⁷ müzikli ve dönebilen şekilde tasarlanan biblolara,⁷⁸ battaniyeden⁷⁹ duş perdesine⁸⁰ ve hatta evcil hayvan battaniyesi⁸¹ ile banyo paspasına⁸² kadar uzanan çeşitlilikteki ürünler üzerinde yer alan semâzen figürüyle bu simge de popülerleştirilmektedir.

Bu tür ürünlere ilaveten, semâzen ve semâ simgesi mizah dergilerinde de yer yer kullanılarak popüler komedi unsuruna dönüştürülmektedir. Popüler kültürün bir organı olarak mizah dergilerinde çoğunlukla, semâzenlerin kıyafeti veya semâyı simgeleyen dönme eylemi karikatürize edilmekte ve bir tasavvufi simge içeriğinden soyutlanarak popülerleştirilmektedir. *Uykusuz* dergisindeki bir karikatürde, semâ simgesi sadece dönme eylemine indirgenerek "bu

⁷⁴ Paşabahçe Mağazaları, "Sema Mumluk" (Erişim 10 Şubat 2025).

⁷⁵ Hepsiburada, "Mevlevi Semazen Desenli Silikon Kılıf" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁷⁶ n11, "Çift Taraflı Mevlana Pleksi Araba Dikiz Aynası Süsü" (Erişim 24 Şubat 2025).

⁷⁷ ÇiçekSepeti, "Mevlâna Modelli 3D Gece Lambası" (Erişim 10 Mart 2025).

⁷⁸ Sepet Dünyası, "Dekoratif Dönen Lux Semazen Biblo" (Erişim 11 Mart 2025).

⁷⁹ Redbubble, "Whirling Dervish Comforter" (Erişim 11 Mart 2025).

⁸⁰ Redbubble, "Whirling Dervish Shower Curtain" (Erişim 11 Mart 2025).

⁸¹ Redbubble, "Whirling Dervish Pet Blanket" (Erişim 22 Mart 2025).

⁸² Redbubble, "Whirling Dervish Bath Mat" (Erişim 22 Mart 2025).

kadar elzem bişey mi yani? Şu beladan kurtulsak da sonra dönse-niz!”⁸³ ifadeleriyle pandemi sürecindeki gereksizliği vurgulanmaktadır. *LeMan*’daki bir örnekte de semâzen, semâ ve pandemi üzerinden mizah üretilmekte ve semâ yine bir dönme eylemi olarak içeriğinden koparılmaktadır. Dönen bir çalışma sandalyesi üzerinde resmedilen semâzenin o sırada dönme eylemine işaret edilerek pandemide evden çalışma durumu semâzen ve semâ üzerinden karikatürize edilmektedir.⁸⁴ Bir diğer örnekte, yine semâ simgesindeki dönme eylemi mizah konusu yapılmakta, “bizim yaptığımız dönmek falan diilmiş!”⁸⁵ ifadesiyle adrenalin yükselten aletlerdeki dönme tecrübesiyle kıyaslanmaktadır.

1.2.2. Kıyafetler

Kıyafet bağlamında hem Mevlevîliğe ait kıyafetlerin standart hâle getirilip satışa sunulduğu hem de üzerinde semâzen⁸⁶ figürü olan giysilerin tasarlanıp piyasadaki yerlerini aldıkları görülmektedir.

Mevlevîlikte tercih edilen kıyafetlerin de simgesel anlamları bulunmaktadır. Semâzenlerin başlarındaki sikke mezar taşını, tennûreleri kefeni ve hırkaları da kabri simgeler.⁸⁷ Kıyafet parçalarından biri olan destar ise bir tür sarıktır.⁸⁸ Mevlevîlikte kıyafetler çoğunlukla benzer olmakla birlikte destarların rengi ve sarılması noktasında da farklılıklar bulunabilmektedir.⁸⁹

Bir yandan el yapımı destarlar⁹⁰ popüler birer meta hâline getirilirken diğer yandan ise takılarla⁹¹ da yeniden popülerleştirilmekte-

⁸³ İlker Altungök, *Uykusuz* (İstanbul: Mürekkep Basın Yayın Ltd. Şti., 2020), 6.

⁸⁴ Tümer Geban - Can Barslan, *LeMan* (İstanbul: LM Basın Yayın Ltd. Şti., 2020), 7.

⁸⁵ İlker Altungök, *Uykusuz* (İstanbul: Mürekkep Basın Yayın Ltd. Şti., 2020), 5.

⁸⁶ Daha önce de ifade edildiği gibi Mevlânâ ile semâzen figürü özdeşleştirilmiş ve ürünler semâzen figürüne sahip olmasına rağmen Mevlânâ adı altında satışa sunulmuştur.

⁸⁷ Özcan, “Mevlevî Âyini”, 466.

⁸⁸ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 15.

⁸⁹ Nurhan Atasoy, “Mevlevîlikte Giyim”, *Mevlana*, ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu (Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2015), 161.

⁹⁰ PttAVM, “El Yapımı Keçe Mevlana Mevlevi Destar” (Erişim 11 Mart 2025); Osmanlı Kostümleri, “Mevlevi Destar” (Erişim 11 Mart 2025).

⁹¹ Arthill, “Osmanlı 19. yüzyıl ‘Mevlevi’ Mineli Kolye Ucu” (Erişim 11 Mart 2025).

dir. Ürünlerin tanıtımında, “Aşkın diyarı Konya’dan Can üyeleri-mize getirdiğimiz sikke kolye ucunun sizlere uğur getirmesini dile-riz”⁹² gibi ifadeler kullanılarak Mevlevîler için mezar taşını simgele-yen sikkeler şans ve uğur adı altında birer ürün hâlini almaktadır. Tennure ise semâzenlerin giydiği “kolsuz, yakasız, önü, göğsün aşağısına dek açık, üst tarafı, bele kadar, bedene tam gelecek dere-cede dar, alt tarafı geniş bir elbise” olan bir kıyafettir.⁹³ Hizmet ve semâ olarak iki çeşidi bulunan tennurenin semâ versiyonunun “etekleri gayet geniştir. Eteklerine, üç parmak enliliğinde kalın bir kumaş dikilmiştir. Bu, tennûre açılınca, semâ’-zen yavaşlaşa bile hemen sönmemesi, yâni kapanmaması içindir.”⁹⁴ Deste-gül ise “tennurenin üstüne giyilen yakasız, kolları düz ve dar, bele kadar gelen bir gömlektir.”⁹⁵ Tennure ve deste-gül, bir arada kullanılan ve iki ayrı parçadan oluşan semâzenlerin giysisidir. Mevlevîlik içeri-sindeki önemli simgelerden olan tennure ve deste-gül bir yandan parti kostümü⁹⁶ olarak popülerleştirilirken diğer taraftan da Mevlâna etek, gömlek ya da elbise modeli⁹⁷ olarak ürün pazarında kendisine yer açmaktadır.

Semâzen kostümlerinin standart hâle getirilip üretilerek, çocuk boyu da dâhil, satışa sunulması her ne kadar manevi bir anlama binaen satın alınacağını düşündürse de parti kostümü adı altında piyasaya sürülmesi bu düşünceyi çürütmektedir. Kısacası, semâ bir gösteriye dönüştürülerek popülerleştirildiği gibi tennure ve deste-gül de partilerde giyilecek bir kostüme indirgenerek alıcılarını bek-ler hâle getirilmektedir. Bunların yanı sıra, tekstil ürünlerinde bir desen olarak yer alan semâzen figürlerine de rastlanmaktadır. Ti-şört⁹⁸ ve *sweatshirt*lerin üzerinde semâzen figürü baskısı yapılarak Mevlevîliğin bu önemli simgesi kıyafet üzerindeki bir motife dö-nüşmektedir. Bu skaladaki çeşitlilik de sınırları zorlamakta, bir elbi-

⁹² Yoga Dükkanı, “Mevlevî Sikkesi Keçe Kolye” (Erişim 23 Şubat 2025).

⁹³ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 43.

⁹⁴ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 43.

⁹⁵ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 15.

⁹⁶ Kostümce, “Mevlevî Semazen Kostümü” (Erişim 20 Şubat 2025).

⁹⁷ Modanisa, “Süet Mevlana Etek” (Erişim 11 Mart 2025); Sefamerve, “Mevlana Tunik Gömlek” (Erişim 11 Mart 2025); Trendyol, “Kuşaklı Mevlana Elbise” (Erişim 11 Mart 2025).

⁹⁸ Hepsiburada, “Mevlâna Siyah Çocuk Tshirt” (Erişim 11 Mart 2025).

se ya da mini etek üzerine semâzen figürü desen olarak basılabilmektedir.⁹⁹ Ayrıca, Mevlâna'nın sözleri veya beyitlerinden cümleler de kıyafetler üzerinde yer alabilmektedir. Mevlâna'nın hayatını özetleyen cümle olarak popülerleştirilen "hamdım, piştım, yandım" ifadesi ya da motto olan popüler sözleri herhangi bir kıyafet çeşidiyle¹⁰⁰ buluşturulup yeniden popülerleştirilerek kullanım alanlarını genişletmektedir.

1.2.3. Mutfak Kültürü

Mevlâna simgesi yiyecek dünyasında da popüler hâle getirilmekte gerek kafe ve restoran isimleri gerekse de Mevlevî kültüründe yer alan yiyecekler ve sofrada adabı popüler kültürün mutfağında yoğunlaşmaktadır.

Mevlevî erkanında mutfak adabı önemli bir yere sahiptir ve kendine has simgeleri ihtiva eder. Mevlevî dergâhlarında mutfak için kullanılan tabir matbahtır ve burada çalışan kişilere matbah canı ya da ateş-baz adı verilir.¹⁰¹ Matbah, "sadece yemek pişirilen bir mekân olmayıp, temel eğitimin verildiği, canların pişirildiği yerdir. Burada pişirme ocakları, yemek bölümü (Somathane) ve sema meşk yeri, saka postu gibi kısımlar bulunur. Ayrıca kiler-depo gibi mekânlar yer alır."¹⁰² Mevlevîlikte matbah, "dünyevî meşguliyetlerin sembolik bir müessesesi demektir. Bizim bu dünyadaki hayatımız da bir çileden ibaret olduğu düşünülecek olursa en münasip çilenin de burada olması icabediyordu."¹⁰³ Somat ise Mevlevî sofrasıdır¹⁰⁴ ve yemek hazır olunca sofraya davet simgesel şekilde, bu işle görevli kişinin "önce şeyh dairesinin önünde, sonra hücrelerin bulunduğu koridorda, ayaklarını mühürleyip baş keserek, yüksek sesle, «Hû... Somata salâ» diye, «Hû» yu biraz, «salâ»yı soluk mikta-

⁹⁹ Redbubble, "Whirling Dervish A-Line Dress" (Erişim 11 Mart 2025); Redbubble, "Whirling Dervish Mini Skirt" (Erişim 11 Mart 2025).

¹⁰⁰ Hepsiburada, "Hamdım Piştım Yandım Mevlâna Mesnevi Tasavvuf Baskılı Tişört Unisex T-Shirt" (Erişim 11 Mart 2025); Redbubble, "Rumi Quote Somewhere beyond right and wrong there is a garden I will meet you there Classic T-Shirt" (Erişim 11 Mart 2025).

¹⁰¹ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 27.

¹⁰² Karpuz, "Mevlevihaneler: Mimari, Adap-Erkân ve Sanat", 85.

¹⁰³ Asaf Hâlet Çelebi, *Mevlânâ ve Mevlevîlik* (Ankara: Hece, 2018), 100.

¹⁰⁴ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 42.

rı çekerek bağır[masıyla]"¹⁰⁵ yapılır. Yukarıda, sema tennuresinden bahsedilirken ifade edildiği gibi diğer bir tennure çeşidi de hizmet tennuresidir ve mutfakta çalışanlar giyerler. Gölpınarlı'nın anlatımıyla:

"Hizmet tennûresini matbah canları giyerler; etekleri, rahat adım atacak kadar geniş, semâ' tennûresine nisbetle çok dardır. Rengi siyah yahut koyu kahverengidir; yâni kir göstermiyecek bir renktedir. Matbah canı, bununla hizmet görür; üstüne deste-gül de giyemez. Yalnız dışarıya çıkarken giyer; beline de kılıflı bir maşa sokarak hizmete gitmiş olduğunu anlatmış olur."¹⁰⁶

Çeşitli çalışmalarda¹⁰⁷ değinildiği üzere Mevlâna ismi birçok kafe ve restorana verilmektedir. Hatta, Mevlevi kültürüyle bir ilgisi bulunmasa da bazı yemek türlerine sadece Konya ile bağlantısından dolayı Mevlâna ismi verilebilmektedir. Bunlara mukabil, Mevlevi kültüründeki mutfak adabı ve yemekleri araştırılarak yani o kültürle doğrudan ilişki kurularak standartlaştırılan yemekler ve tatlılar da bulunmaktadır. Mevlevi kültürüne ait yemeklerin ortaya çıkarılarak özellikle Şeb-i arus törenleri için gelen turistlere yönelik konseptlerin hazırlanması gerektiğini¹⁰⁸ ve bunun gastronomi turizmine katkı sağlayacağını vurgulayan¹⁰⁹ çalışmalar mevcuttur. Mevleviler için önemli simgelerden biri olan matbah, Osmanlı saray mutfağı üzerine çalışan bir restorana isim olarak seçilmiştir. Restoranın bu isim tercihi menüsünde de kendisini göstermekte ve Şeb-i arus münasebetiyle geliştirilen menü Mevlevi menüsü adı altında belirli bir tarih aralığında sunulmaktadır. Restoranın 7-17 Aralık 2024 tarihlerinde bu etkinlik için hazırladığı ilanda¹¹⁰ "Mevlevi Somadı'na Davet (...) Bu sofrta 'başka' bir sofrta (...) Sizi sadece bu özel mutfağa ait yemekleri tatmaya değıl, bu farklı ve anlamlı sofrta kültürü ile ta-

¹⁰⁵ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 127.

¹⁰⁶ Gölpınarlı, *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*, 43.

¹⁰⁷ Aydemir, *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*, 142; Kayalı, "Kültür Endüstrisi ve Mevlâna Kapitalizmi", 95.

¹⁰⁸ Yılmaz Seçim, "Şeb-i Arus Etkinliğine Katılan Turistlerin Mevlevi Mutfak Yemek Taleplerinin Tespit Edilmesi", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13/35 (Ağustos 2020), 778-796.

¹⁰⁹ Firuze Ceylan - Melek Yaman, "Ritüele Dönüşen Mutfak: Mevlevi Mutfak", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7/3 (Eylül 2018), 2172-2179.

¹¹⁰ Matbah Restaurant, "Mevlevi Somadı'na Davet" (Erişim 22 Mart 2025).

nışmaya davet ediyoruz” denilerek Mevlevilikte mutfağın önemine dair ilave bilgilerden de bahsedilmektedir. Mevlevi mutfağının aslına uygun olarak hazırladıkları iddiasında bulunulan “Mevlevi Somadı” menüsünde ise “ballı süt şerbeti, buğdaylı balık çorbası, gül yapraklı semizotu, patlıcanlı pilav, sirkencübin şerbeti, tarçınlı kuzu gerdanı, badem helvası ve kahveye” yer verilmektedir:

“Bu menüde Hz. Mevlana’nın eserlerinde anılan ve günümüzde Konya’da yaşayan yemekler, aslına uygun olarak o dönemin malzemeleriyle sunulmaktadır. Sadece, Mevlevi Pilavı ya da Hassaten Lokma Abdülbaki Gölpınarlı’nın anlatımından; Gül Yapraklı Marul Salatası Ali Eşref Dede’nin Yemek Risalesi’nden standartlaştırılmıştır. İçeceklerle gelince, Sirkencübin tarifi, Hz. Mevlâna tarafından verilen ender tarifelerdendir (...) Gül şerbeti, günümüzde de bilinen bir şerbettir. İlginçtir, kaynaklarda kahvenin 15, 16. yüzyıllarda İstanbul’a geldiği belirtilir; oysa 13. yüzyılda kahvenin Konya’da kullanıldığı Mesnevi, Divan-ı Kebir ve diğer eserlerde görülmektedir.

...Sofra hazır olunca görevli ‘Huuu Somata Salaaa’ diyerek davet yapar, herkes gelince yemek şeyh ya da sofradaki en kıdemli kişinin yemeğe başlamasıyla başlar ve onun duasıyla sona ererdi. Biz de sizlerle Mevleviler gibi sofraya davet ediyoruz: “Huuuu Somata Salaaaa.”¹¹¹

Mevlevi mutfağına dair simgelerden faydalanarak gerçekleştirilen bu restoran etkinliği, ilanından menüsüne ve kullanılan ifadelerle kadar bir popülerleştirme örneğidir. Mevlevi mutfak adap ve erkânındaki derin simgeler ve anlamların, her ne kadar düzenlenen organizasyon o havayı teneffüs ettirme gayretinde olsa da içeriklerinden uzaklaştırılarak sadece yeme-içme eylemine indirgenen popüler bir duruma dönüşmeleriyle karşılaşmaktadır.

Restoranlar harici, Mevlevi mutfağından ürünlerin ortaya çıkarılması konusunda diğer bir nokta ise girişimci Atiye Laçın’ın¹¹² Gelibolu Mevlevihane’sinin açılması neticesinde ulaşılan belgelerde Mevlevi tatlısının tarifiyle karşılaşmasıdır. Laçın,¹¹³ Mevlevi tatlısını,

¹¹¹ Matbah Restaurant, “Mevlevi Somadı Menü” (Erişim 22 Mart 2025).

¹¹² *Yenişafak*, “Girişimci kadının başarı hikayesi: Mevlevihaneden ilham aldı patron oldu, şimdi dünyaya satıyor” (Erişim 18 Mart 2025); *Memleket*, “700 yıllık Mevlevi Tatlısı keşfedildi” (Erişim 18 Mart 2025).

¹¹³ *Yenişafak*, “Girişimci kadının başarı hikayesi: Mevlevihaneden ilham aldı patron oldu, şimdi dünyaya satıyor”.

geleneksel yöntemle sadık bir biçimde ve Mevlevilikte az yemek nefis terbiyesidir felsefesinden yola çıkarak üretmektedir. İçerisinde un, yağ, şeker olmayan ve hurma, üzüm, ceviz, badem ve baharatlı bitkilerden yapılan Mevlevi tatlısı vegan ve glütensiz bir ürün olma özelliğine sahiptir.¹¹⁴ Mevlevi tatlısının yanında Laçın, yine Mevlevi mutfağından bir tatlı olan murabbanın da üretimini yapmaktadır. İçeriğinde ceviz, badem, fındık ve keçiyoynuzunu barındıran murabba tatlısının tanıtımında “bugüne kadar belki de hiç denemediğiniz bir lezzeti deneme vakti geldi. Tadına vardıktan sonra daha önce denemediğiniz her güne üzülebilirsiniz” ifadelerine yer verilmektedir.¹¹⁵ Laçın’ın ürettiği bir diğer ürün ise Mevlevi macunudur.¹¹⁶ Hurma, üzüm, ceviz, badem, kayısı, baharat ve bitkilerin karışımından elde edilen bu macun da hastalıklara karşı direnci arttıran bir ürün olarak pazarlanmaktadır. Standart hâle getirilen tariflerle top biçiminde yuvarlanıp lokmalık bir formda paketlenerek satılan Mevlevi tatlısı ve murabba ile kavanoz içerisinde tüketim zincirinde yer alan Mevlevi macunu satışa sunulan ürünlerdir. Unsuz, şekersiz, glütensiz ve vegan olmaları günümüz popüler tüketim kültürüne de benzerlik göstererek simgesel anlamlarından ziyade sadece besin değerleriyle gündeme gelmelerini ve dolayısıyla da tercih edilmelerini sağlamaktadır. Böylece, evde de çok kolaylıkla yapılabilecek bu tatlılar, Mevlevilikte sahip oldukları anlamlardan soyutlanarak geniş bir kesime ulaşan standart ürünler hüviyetine bürünmektedir.

Yukarıda örnekleri sunulan ürünlerden ayrı olarak Mevlâna isminin kullanıldığı ve genellikle semazen figürünün ambalajlarında eşlik ettiği Mevlâna şekeri,¹¹⁷ Mevlâna çay,¹¹⁸ Mevlâna tarhana¹¹⁹ ve benzeri ürünler de piyasada ulaşılabilir hâlde bulunan standart tatlılardan bazılarıdır.

¹¹⁴ *Yenişafak*, “Girişimci kadının başarı hikayesi: Mevlevihaneden ilham aldı patron oldu, şimdi dünyaya satıyor”.

¹¹⁵ Atiye Laçın, “Murabba” (Erişim 18 Mart 2025).

¹¹⁶ Atiye Laçın, “Mevlevi Macunu” (Erişim 18 Mart 2025).

¹¹⁷ ÇiçekSepeti, “Mevlana Şekeri” (Erişim 24 Mart 2025).

¹¹⁸ “Mevlâna Çay” (Erişim 24 Mart 2025).

¹¹⁹ Maraş Market, “Mevlana Tarhana” (Erişim 24 Mart 2025).

Sonuç

Devasa popüler kültür makinesi, çarkları arasına tasavvufi simgeleri de dâhil edip popülerleştirme tornasından geçirdiği ürünleri bireylerin kullanımına uygun hâle getirmektedir. Tasavvufi göndergelerinden uzaklaştırılan ya da manaları flulaştırılıp tüketime aracı kılınan simgeler dolaşıma sokulmaktadır. Mevlâna ve Mevlevîliğe ait simgeler de üretim bandındaki birer meta gibi standartlaştırılıp içleri boşaltılarak ya da ihtiva ettikleri anlamlar birer reklam unsuruna dönüştürülüp deforme edilerek çok yönlü bir düzeyde popülerleştirilmektedir. Mevlâna; adı, portresi, sözleri kapsamında bir popüler kültür ögesine dönüşürken Mevlevîliğe dair simgelerden semâzen, semâ, kıyafetler ve mutfak kültürü de popülerleşme rüzgârına yakalanmaktadır. Mevlâna simgesinin barındırdığı güzel ve yüksek ahlak, tevazu, hoşgörü, sevgi ve aşk gibi yüce hasletler de popülerleştirmeye çok elverişli bir ortam hazırlamaktadır; zira bunlar “duygular, ihtiyaçlar, ruh halleri”nin pazarlanma potansiyelinin yansımalarıdır.¹²⁰ Mevlâna portresi, figürü ya da sözlerinden oluşturulan ürünlerde bu niteliklerin ön plana çıkarılması ve ürün tanıtımlarında kullanılması Mevlâna simgesinin çağrıştırdığı anlamların da bu popülerleştirmeye katkıda bulunmasıyla sonuçlanmaktadır. Böylece, popülerleştirilen Mevlâna simgesiyle birlikte ona ait manevi boyut ve duygular da popüler kültürün muhatabı olmaktadır. Bunun yanı sıra, Mevlevîliğin simgelerinden semâ ayini açılışlarda, düğünlerde yer verilen bir gösteriye, tennure ve destegül partilerde giyilecek bir kostüme, semâzen ise bir giysi ya da çeşitli ürünler üzerindeki desen ve motife dönüşmüştür. Öte yandan, semâzen ve semâ simgesi mizah dergilerinde karikatürize edilen popüler bir komedi unsuru hâline de getirilmiştir. Aynı zamanda, Mevlevîliğin mutfak kültürüne ait simgelerin popülerleştirilmesi kafe ve restoran isimlerinden Mevlevî yiyecekleri ve sofrada adabına kadar her alana yansımaktadır. Dolayısıyla, Mevlevîliğe ait tatlar, simgesel içreklerinden uzaklaştırılıp standart tatlar hâline geldikleri popüler kültür sofrasına eklenmektedir.

Kısacası, bu çalışmada, tasavvufi simgelerin popülerleştirilmeleri Mevlâna ve Mevlevîliğe ait simgeler örnekliğinde analiz edilmiştir.

¹²⁰ Funk, *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*, 29.

Yukarıda değinilen örnekler ve elde edilen çıkarımlar neticesinde, Mevlâna simgesinin popülerleşme rüzgarından kaçamadığı ve hatta bundan en çok etkilenen simgelerden biri olduğu ortaya çıkmaktadır. Mevlâna ve Mevlevîliğe ait simgeler, birer tasavvufi simgeden popüler birer tasavvufi simgeye ve oradan da sadece popüler birer ürün olmaya doğru değişim seyri izlemektedir. Popülerleştirmenin güçlü anaforu içerisine çekilen Mevlâna simgesi, tüketicilerin her türlü ihtiyacına yönelik çeşitlilikte ürünlerle mezc edilerek, standart formlara evrilmekte, manipüle edilmiş birer tüketim malı biçiminde popüler kültür dünyasına entegrasyonu sağlanmaktadır. Bu süreç, tasavvufi bir simgenin kuşattığı anlamların cazip süslemelerle bezenmesi ya da içi boş suretlerinin popülerleştirilip vitrine çıkarılmasıyla kendi içinde çatallanan bir görünüm arz etmektedir. Mevlâna simgesi, çoğunlukla muhteva ettiği tasavvufi anlamları üzerinden popülerleştirilirken, Mevlevîliğe ait simgeler ise ekseriyetle anlamlarından kopararak popüler kültür tezgahında yer edinmektedir. Her iki durum da tüketicilerin metalaştırılan bu simgelere yönelik rağbetiyle sonuçlanmaktadır. Muhteva ettiği manalar açısından Mevlâna simgesi bu tür ürünlere teyelle tutturulmuş izlenimi verse de tüketim kodlarına yaslanarak standartlaşıp, ulaşımının kolay hâle gelmesi tüketici evreninde bir alım itkisi yaratmaktadır. Sürekli yeni ürünlerle desteklenen popüler pazar, tüketicilerin isteklerini canlı tutmakta ve bir simgenin ürünleştirilme yelpazesinin sınırlarının olmadığı netleşmektedir. Bir simgenin tüketim değeri sürdükçe üreticilerin talep yaratmaya, tüketicilerin de bu talepleri soğurmaya devam edeceği popüler bir kısır döngüyle yüz yüze gelinmektedir. Böylece, popüler kültürün, herhangi bir simgeyi her şekilde satılabilecek forma sokmaktaki mahareti aşikâr olmakta ve Mevlâna simgesine de popülerleşme kabininde farklı farklı form ve içerikleri üzerinde denemesi için alan açıldığı anlaşılmaktadır.

Kaynakça

- Akbaş, Dilşad Nağme. *Kültür Endüstrisi Bağlamında Mevlana'nın Yeniden Üretimi*. İstanbul: Doğu Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Altungök, İlker. *Uykusuz*. İstanbul: Mürekkep Basın Yayın Ltd. Şti., 2020.
- Arthill. "Osmanlı 19. yüzyıl 'Mevlevî' Mineli Kolye Ucu". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.arthill.com.tr/urun/4456650/osmanli-19-yuzyil-mevlevi-mineli-kolye-ucu-medet-ya-hazreti-mevl-n-cel-ledd>
- Atasoy, Nurhan. "Mevlevilikte Giyim". *Mevlana*. ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu. 149-175. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2. Basım, 2015.
- Aydemir, Feride. *Popüler Kültürde Mistik Motifler: Bir Anlatı, Tüketim ve Gösteri Alanı Olarak Tasavvuf*. Ankara: Ankara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2017.
- Baudrillard, Jean. *Tüketim Toplumu*. çev. Nilgün Tatal - Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı, 14. Basım, 2020.
- Bellona Mobilya. "Evinize Şans Getirecek 12 Dekoratif Obje". Erişim 23 Mart 2025. <https://www.bellona.com.tr/blog/icerik/evinize-sans-getirecek-12-dekoratif-obje>
- Bölükbaşı, Adem. "Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler 'Tasavvuf'çuluk". *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi* 3/1 (Haziran 2016), 150-170.
- Bölükbaşı, Adem. *Türkiye'de Bir Popüler Kültür Alanı Olarak Tasavvuf: Mevlânâ ve Mevlevîlik Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2011.
- Celâleddin, Mevlânâ. *Dîvân-ı Kebîr*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1957.
- Ceylan, Firuze - Yaman, Melek. "Ritüele Dönüşen Mutfak: Mevlevî Mutfakçı". *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 7/3 (Eylül 2018), 2172-2179.
- Çelebi, Asaf Hâlet. *Mevlânâ ve Mevlevîlik*. Ankara: Hece, 4. Basım, 2018.
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Cep Ayna". Erişim 08 Mart 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/derdi-dunya-olanin-mevlana-cep-ayna-8690001510473-52775>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Figürlü Bayan Gümüş Kolye". Erişim 24 Şubat 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/mevlana-figurlu-bayan-gumus-kolye-kcm4622288>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Kalemlik". Erişim 10 Mart 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/derdi-dunya-olanin---mevlana-kalemlik-kc8952049>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Modelli 3D Gece Lambası". Erişim 10 Mart 2025.

- <https://www.ciceksepeti.com/mevlana-modelli-3d-gece-lambasi-kc7924219>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Mouse Pad". Erişim 24 Şubat 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/mevlana-mouse-pad-kcm2488597>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Oto Sticker". Erişim 08 Mart 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/mevlana-oto-sticker-25-x-32-cm-kcm48566552>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Sözü Baskılı Kupa Bardak". Erişim 24 Şubat 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/hediye-mevlana-sozu-baskili-kupa-bardak-6591-kcm52350984>
- ÇiçekSepeti. "Mevlana Şekeri". Erişim 24 Mart 2025.
<https://www.ciceksepeti.com/konya-mevlana-sekeri-350gr-kcm28103602>
- "Ekonomik Kutulu Mevlana Kartları". Nobel Kitap. Erişim 08 Mart 2025.
<https://www.nobelkitap.com/ekonomik-kutulu-mevlana-kartlari-475660.html>
- Etiketçimiz. "Mevlana Sticker". Erişim 08 Mart 2025.
<https://www.etiketçimiz.com/urun/mevlana-sticker>
- Funk, Rainer. *Ben ve Biz: Postmodern İnsanın Psikanalizi*. çev. Çağlar Tanyeri. İstanbul: Yapı Kredi, 4. Basım, 2018.
- Fürûzanfer, Bediüzzaman. *Mevlâna Celâleddin*. çev. Feridun Nafiz Uzluk. Konya: T.C. Konya Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2005.
- Gans, Herbert J. *Popüler Kültür ve Yüksek Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi, 5. Basım, 2018.
- Geban, Tümer - Barslan, Can. *LeMan*. İstanbul: LM Basın Yayın Ltd. Şti., 2020.
- Gölpınarlı, Abdülbâki. *Mevlevî Âdâb ve Erkânı*. İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitabevleri, 1963.
- Gümüşbox. "Özel Tasarım Mevlana Semazen Figürlü Gümüş Yüzük". Erişim 09 Mart 2025. <https://www.gumusbox.com/ozel-tasarim-mevlana-semazen-figurlu-gumus-yuzuk>
- Güner, Feride. "Spiritüel Bir Piyasa ve Uzlaş Alanı Olarak Pop Tasavvuf". *Moment Dergi* 10/2 (2023), 354-383.
- Hepsiburada. "Hamdım Piştım Yandım Mevlana Mesnevi Tasavvuf Baskılı Tişört Unisex T-Shirt". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.hepsiburada.com/kendim-sectim-hamdım-pistim-yandım-mevlana-mesnevi-tasavvuf-baskili-tisort-unisex-t-shirt-p-HBCV00004TTKZF?magaza=kendimsectim>
- Hepsiburada. "Mevlana Altın Kabartma Kalem Seti". Erişim 08 Mart 2025.
<https://www.hepsiburada.com/tasarim-magazasi-mevlana-altin-kabartma-kalem-seti-pm-HB00000OB0EW>
- Hepsiburada. "Mevlana Duvar Saati". Erişim 08 Mart 2025.

- <https://www.hepsiburada.com/baski-dukkani-mevlana-duvar-saati-bombeli-gercek-cam-p-HBV00000VOEXH?magaza=bask%C4%B1%20dukk%C4%B1>
- Hepsiburada. "Mevlana Siyah Çocuk Tshirt". Erişim 11 Mart 2025. <https://www.hepsiburada.com/lord-t-shirt-mevlana-siyah-cocuk-tshirt-pm-HBC00000GHQ0G>
- Hepsiburada. "Mevlana Türbesi Tablo". Erişim 08 Mart 2025. <https://www.hepsiburada.com/art-y-tablo-mevlana-turbesi-tablo-pm-HB000019GMX1>
- Hepsiburada. "Mevlana'nın 7 Öğüdü Tablo". Erişim 08 Mart 2025. <https://www.hepsiburada.com/desenlio-mevlana-nin-7-ogudu-tablo-pm-HBC00004MR5DF>
- Hepsiburada. "Mevlevi Semazen Desenli Silikon Kılıf". Erişim 24 Şubat 2025. <https://www.hepsiburada.com/teknomeg-realme-12-uyumlu-mevlevi-semazen-desenli-silikon-kilif-pm-HBC00006B5DKD>
- Horkheimer, Max. *Akıl Tutulması*. çev. Orhan Koçak. İstanbul: Metis, 4. Basım, 1998.
- Karpuz, Haşim. "Mevlevihaneler: Mimari, Adap-Erkân ve Sanat". *Mevlana*. ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu. 81-95. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2. Basım, 2015.
- Kayalı, Serap. "Kültür Endüstrisi ve Mevlana Kapitalizmi". *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi* 6 (Aralık 2020), 88-98.
- Keskin, Fatıma. *Mevlânâ Celâleddin Rumî*. İstanbul: Kastaş Yayınevi, 2006.
- Koçtaş. "Tablomega Kanvas Tablo Mevlana". Erişim 05 Mart 2025. <https://www.koctas.com.tr/tablomega-kanvas-tablo-mevlana/p/5001048680?shop=4535&srltid=AfmBOorj7ASr2oeNEhpezlaGA3DcsNhA1on6loP9UaKFKMupzk1c0pjt7M>
- Kostümce. "Mevlevi Semazen Kostümü". Erişim 20 Şubat 2025. <https://www.kostumce.com/mevlevi-semazen-kostumu-yetiskin-s-m>
- Kurumsal Hediye Ajansı. "Mevlana Semazen Kahve Seti". Erişim 10 Şubat 2025. <https://www.kurumsalhediyeajansi.com/mevlana-semazen-kahve-seti-gold-khv-3012>
- Laçın, Atiye. "Mevlevi Macunu". Erişim 18 Mart 2025. <https://www.atiyelacin.com/urun/mevlevi-macunu/>
- Laçın, Atiye. "Murabba". Erişim 18 Mart 2025. <https://www.atiyelacin.com/kategori/atiye-lacin/murabba/>
- Löwenthal, Leo. *Edebiyat, Popüler Kültür ve Toplum*. çev. Beybin Kejanlıoğlu. İstanbul: Metis, 2017.
- Maraş Market. "Mevlana Tarhana". Erişim 24 Mart 2025. <https://marasmarket.com/kahramanmaras-tarhanasi-mevlana-tarhana-2-kg>

- Matbah Restaurant. "Mevlevi Somadı Menü". Erişim 22 Mart 2025.
https://www.matbahrestaurant.com/pdf/mevlevi_menu.pdf
- Matbah Restaurant. "Mevlevi Somadı'na Davet". Erişim 22 Mart 2025.
<https://www.matbahrestaurant.com/mevlevi.php>
- Memleket. "700 yıllık Mevlevi Tatlısı keşfedildi". Erişim 18 Mart 2025.
<https://www.memleket.com.tr/700-yillik-mevlevi-tatlisi-kesfedildi-53594h.htm>
- "Mevlâna Çay". Erişim 24 Mart 2025. <https://mevlanacay.com.tr/>
- MiaMano. "Mevlana Hiç Felsefesi Ahşap Biblo". Erişim 09 Mart 2025.
<https://miamano.com/products/mevlana-hic-felsefesi-ahsap-biblo-384913>
- MiaMano. "Mevlana Hiç Felsefesi Özel Tasarım Miyuki Yüzük". Erişim 24 Şubat 2025. <https://miamano.com/products/mevlana-hic-felsefesi-ozel-tasarim-miyuki-yuzuk>
- Modanisa. "Süet Mevlana Etek". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.modanisa.com/suet-mevlana-etek-tds0036-siyah.html>
- n11. "Çift Taraflı Mevlana Pleksi Araba Dikiz Aynası Süsü". Erişim 24 Şubat 2025. <https://www.n11.com/urun/cift-tarafli-mevlana-pleksi-araba-dikiz-aynasi-susu-krom-547143381-23080849>
- Oktay, Ahmet. *Popüler Kültürden TV Sömürmesine: Bütün Yapıtlarına Doğru*. İstanbul: İthaki, 2009.
- Okutan, Birsan Banu. "Dini Ürünler ve Mübadele Piyasası: Fatma'nın Eli Örneği". Toplumsal Değişim Sempozyumu, İstanbul, 206 Mart 2016.
- Okutan, Birsan Banu. *Türkiye'de Popüler Kültür ve Din İlişkisi: Kadın Üzerine Bir Araştırma (İstanbul Örneği)*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, 2012.
- Osmanlı Gümüş. "Gümüş Özel Tasarım Hiçlik Makamı Mevlana Sikke Erkek Kolye Taki". Erişim 24 Şubat 2025.
<https://www.osmanli.com.tr/gumus-ozel-tasarim-hiclik-makami-mevlana-sikke-erkek-kolye-taki-urun874.html>
- Osmanlı Kostümleri. "Mevlevi Destar". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.osmanlikostumleri.com/urun/mevlevi-destar>
- Osmanlı Sarayı. "Mevlana Kokusu". Erişim 24 Şubat 2025.
<https://www.osmanlisarayi.com.tr/#!type=detay&kod=20061011370965748&adi=OSMANLI%20SARAYI%20MEVLANA%20KOKUSU%2012GR>
- Özcan, Nuri. "Mevlevî Âyini". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 29. Ankara: TDV Yayınları, 2004.
- Paşabahçe Mağazaları. "Derviş Şekerlik". Erişim 06 Mart 2025.
<https://www.pasabahcemagazalari.com/dervis-sekerlik-p-00000000010019138/>
- Paşabahçe Mağazaları. "Sema Mumluk". Erişim 10 Şubat 2025.

- <https://www.pasabahcemagazalari.com/sema-mumluk-p-00000000010019207/>
- Pinterest. "Hiç Dövme". Erişim 09 Mart 2025.
<https://tr.pinterest.com/ideas/hi%C3%A7-d%C3%B6vme/903065636326/>
- Posta. "Brad Pitt Mevlana sözünü dövme yaptırdı". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.posta.com.tr/brad-pitt-mevlana-sozunu-dovme-yaptirdi-haber-fotograf-228498-3>
- PttAVM. "El Yapımı Keçe Mevlana Mevlevi Destar". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.pttavm.com/el-yapimi-kece-mevlana-mevlevi-destar-p-188127789>
- Realhomes. "Mevlana Resimli Dijital Baskılı Dekoratif Yastık Kirlent Kılıfı". Erişim 24 Şubat 2025. <https://www.realhomes.com.tr/urun/mevlana-resimli-dijital-baskili-dekoratif-yastik-kirlent-kilifi/>
- Redbubble. "Rumi Quote Somewhere beyond right and wrong there is a garden I will meet you there Classic T-Shirt". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/t-shirt/Rumi-Quote-Somewhere-beyond-right-and-wrong-there-is-a-garden-I-will-meet-you-there-by-avit1/102790290.WFLAH.XYZ>
- Redbubble. "Whirling Dervish A-Line Dress". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/dress/Whirling-Dervish-by-Sakurabomb/162060409.V4WQ8>
- Redbubble. "Whirling Dervish Bath Mat". Erişim 22 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/bath-mat/Whirling-Dervish-by-Sakurabomb/162060409.EVFTZ>
- Redbubble. "Whirling Dervish Comforter". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/comforter/Whirling-Dervish-by-Sakurabomb/162060409.UBAD9>
- Redbubble. "Whirling Dervish Mini Skirt". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/skirt/Whirling-Dervish-by-heatherfriedman/104412952.MUCKM>
- Redbubble. "Whirling Dervish Pet Blanket". Erişim 22 Mart 2025.
https://ih1.redbubble.net/image.5565140862.0409/ur.pet_blanket_small_flatlay_prop.square.1000x1000.u3.jpg
- Redbubble. "Whirling Dervish Shower Curtain". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.redbubble.com/i/shower-curtain/Whirling-Dervish-by-jollyart/64618555.YH6LW>
- Rûmî, Mevlânâ Celâleddîn-i. *Mesnevî-i Ma'nevî*. çev. Derya Örs - Hicabi Kırılancı. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları, 2015.
- Seçim, Yılmaz. "Şeb-i Arus Etkinliğine Katılan Turistlerin Mevlevi Mutfağı Yemek Taleplerinin Tespit Edilmesi". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13/35 (Ağustos 2020), 778-796.

- Sefamerve. "Mevlana Tunik Gömlek". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.sefamerve.com/gomlek-bluz/mevlana-tunik-gomlek-0695-08-saks--118416>
- Sepet Dünyası. "Dekoratif Dönen Lux Semazen Biblo". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.sepetdunyasi.com.tr/sd47778-dekoratif-donen-lux-semazen-biblo>
- Tanpınar, Ahmet Hamdi. *Beş Şehir*. İstanbul: Dergâh Yayınları, 49. Basım, 2020.
- Tarhan, Ahmet. "Modern Çağda Semâ'ın Seyirlik Gösteri Hâline Dönüştürülmesi". *Mevlâna Araştırmaları Dergisi* 1 (2007), 177-202.
- Trendyol. "Arthopia Mevlana Hazretleri Dekorasyon Poster Çerçeve Yüsek Kaliteli Tasarım Tablo". Erişim 05 Mart 2025.
<https://www.trendyol.com/pd/arthopia/mevlana-hazretleri-dekorasyon-poster-cerceveli-yuksek-kaliteli-tasarim-tablo-p-772915122>
- Trendyol. "Kuşaklı Mevlana Elbise". Erişim 11 Mart 2025.
<https://www.trendyol.com/hafsamina/kusakli-mevlana-elbise-kahverengi-hm2105-p-750097665>
- Trendyol. "Mevlana Biblolu Gül Kokulu Mumlu Oval Tepsili Dekoratif Set". Erişim 08 Mart 2025. <https://www.trendyol.com/arzu-ak/mevlana-biblolu-gul-kokulu-mumlu-oval-tepsili-dekoratif-set-p-829722953>
- Vientex. "Mevlana Tablosu". Erişim 05 Mart 2025.
<https://www.vientex.com/urun/mevlana-tablosu-osm136>
- Walldenart. "Mevlana Hiçlik Kavramı Temalı Oval Metal Duvar Tablosu". Erişim 09 Mart 2025. <https://walldenart.com/mevlana-hiclik-kavrami-temali-oval-metal-duvar-tablosu?vid=89273265-6398-43d4-8795-5d79a0d3e9c4>
- Yakıt, İsmail. "Mevlana'ya Göre İnsanın Evrenselliği". *Mevlana*. ed. Osman Horata - Adnan Karaismailoğlu. 179-187. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 2. Basım, 2015.
- Yenişafak. "Girişimci kadının başarı hikayesi: Mevlevihaneden ilham aldı patron oldu, şimdi dünyaya satıyor". Erişim 18 Mart 2025.
<https://www.yenisafak.com/foto-galeri/ekonomi/girisimci-kadinin-basari-hikayesi-mevlevihaneden-ilham-aldi-patron-oldu-simdi-dunyaya-satiyor-2043475/1>
- Yoga Dükkanı. "Mevlevi Sikkesi Keçe Kolye". Erişim 23 Şubat 2025.
<https://www.facebook.com/yogadukkani/photos/a.10152923690060225/10156792408515225/?type=3>
- Yusuf Organizasyon. "Pendik Semazen Ekibi Kiralama". Erişim 23 Şubat 2025. <https://yusuforganizasyon.com.tr/pendik-semazen-ekibi-kiralama/>