

Instagram Sahnesinde Kutsallık: Türbe Ziyaretlerinin Dijital Temsili¹

A. Banu Barış

Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

abanubaris@gmail.com

Orcid id: 0000-0002-8173-7834

Aslıhan Erkan Çetin

aslhan.erkancetin@gmail.com

Orcid id: 0000-0002-6956-5435

Öz

Bu çalışma, kutsal mekân deneyiminin dijital kültürde nasıl kişiselleştirildiğini ve türbe ziyaretlerinin Instagram’da nasıl yeniden inşa edildiğini incelemektedir. Türkiye’nin yedi coğrafi bölgesinden seçilen türbelere ait herkese açık ancak anonimleştirilmiş Instagram paylaşımları, dijital etnografi ve tematik analiz yöntemleriyle değerlendirilmiştir.

Toplam dokuz paylaşım, “ziyaret ritüelleri”, “özçekim içerikleri” ve “kutsal

¹ Bu makale, 1. yazarın danışmanlığını yürüttüğü 2. yazarın ‘Popüler kültürün bir boyutu olarak türbe ziyaretlerinin sosyal medyada temsili’ başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Tezden yalnızca temel çerçeve alınmış, çalışma içerik açısından geliştirilmiş ve yeniden yapılandırılarak makale formatına dönüştürülmüştür.

İntihal Taraması/Plagiarism Detection: Bu makale intihal taramasından geçirildi/This paper was checked for plagiarism.

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur/It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited (A. Banu Barış, Aslıhan Erkan Çetin).

Geliş/Received: 27 Nisan/April 2025 | **Kabul/Accepted:** 25 Ağustos/August 2025 | **Yayın/Published:** 20 Eylül/September 2025

Atıf/Cite as: A. Banu Barış, Aslıhan Erkan Çetin, Instagram Sahnesinde Kutsallık: Türbe Ziyaretlerinin Dijital Temsili, Danisname 11 (Eylül/September 2025), 37-61

Hhttps://doi.org/10.5281/zenodo.17159490

CC BY-NC 4.0 | This paper is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial License

mekânda kendini konumlandırma" kategorileri altında tematik olarak sınıflandırılmıştır. Bulgular, Instagram'ın kutsal deneyimleri yalnızca görünür kılmakla kalmayıp aynı zamanda bu deneyimleri bireysel, estetik ve performatif temsillere dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Türbe ziyaretleri, sosyal medya sahnesinde yalnızca dini bir pratik olarak değil aynı zamanda dijital kimlik sunumunun ve kültürel aidiyetin bir biçimi olarak yeniden anlam kazanmaktadır.

Elde edilen veriler, Hjarvard'ın medyatikleşme kuramı, Campbell'ın dijital kutsallık yaklaşımı, Goffman'ın benlik sunumu ve Baudrillard'ın simülakr kavramı çerçevesinde yorumlanmıştır. Etik gerekçelerle görseller makaleye eklenmemiş, paylaşımlar anonimleştirilmiş ve kullanıcıya yönlendirebilecek tüm bilgiler çıkarılmıştır; analizler içeriksel ve sembolik çözümlemeler üzerinden yapılmıştır. Bu yönüyle çalışma, popüler dindarlık ile dijital kültürün kesişiminde, kutsal olanın sosyal medya platformlarında nasıl temsile kavuştuğunu ve bu temsillerin hangi kuramsal çerçevelerle açıklanabileceğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dijital Etnografi, Türbe Ziyareti, Dijital Kutsallık, Popüler Dindarlık.

Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

Abstract

This study examines how the experience of sacred spaces is personalized in digital culture and how shrine visits are reconstructed on Instagram. Publicly available but anonymized Instagram posts related to shrines selected from Turkey's seven geographical regions were analyzed using digital ethnography and thematic analysis methods.

A total of nine posts were thematically classified under the categories of "visit rituals," "selfie content," and "self-positioning in the sacred space." The findings reveal that Instagram not only makes sacred experiences visible but also transforms them into individualized, aesthetic, and performative representations. Shrine visits, within the social media stage, are reframed not merely as religious practices but also as a form of digital identity presentation and cultural belonging.

The data were interpreted within the frameworks of Hjarvard's mediatization theory, Campbell's approach to digital religion, Goffman's self-presentation theory, and Baudrillard's concept of simulacra. For ethical reasons, images were not included in the article; posts were anonymized, and all information that could lead to user identification was removed. Analyses were conducted based on the content and symbolic interpretations of the posts. In this respect, the study sheds light on how the sacred is represented on social media platforms at the intersection of popular religiosity and digital culture, and explores which theoretical frameworks can best explain these representations.

Keywords: Social Media, Digital Ethnography, Shrine Visit, Digital

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

Sacredness, Popular Religiosity.

Summary

This study examines how shrine visits, an important part of popular religiosity in Turkey, are represented in digital culture and reconstructed on the Instagram platform. The aim of the research is to reveal how sacred space experiences, beyond the traditional context of worship, become visible on social media through personalized, aestheticized, and representational forms. In this framework, the study questions how shrine visits move beyond being merely an individual act of faith and intersect with social media aesthetics, identity presentation, and cultural belonging. It also opens a discussion on the intersections of popular religiosity, popular culture, and digital media.

Within the scope of the research, a total of nine Instagram posts related to the shrines of Elif Ana, Arap Baba, Servergazi, Şeyh Şaban-ı Veli, Aziz Mahmud Hüdayi, Mevlâna, and Harrani, selected from Turkey's seven geographical regions, were analyzed. Only publicly accessible posts were included, and user identities were anonymized for ethical reasons. The data were collected between April 15 and May 15, 2025, and the analysis was carried out using qualitative research methods, specifically digital ethnography and thematic analysis. Digital ethnography enabled the researcher to observe and interpret online cultural practices within their context, while thematic analysis allowed for the classification of visual and textual elements according to shared patterns of meaning.

The findings reveal that shrine visits are represented in diverse ways on social media. Rituals such as prayer, greetings, or stating intentions frequently appeared in the posts, and these practices were presented not only as acts of individual devotion but also as means of mediating spiritual intentions to a broader social circle. Selfies emerged as spaces where individuals integrated their encounters with the sacred into digital identity presentations. By using the shrine as a background, users created a visual expression that highlighted not only their religious identity but also cultural and national belonging. In addition, spatial and symbolic elements generated narratives of belonging, nostalgia, or cultural identity. Practices such as posing in front of a shrine signboard or tying cloth pieces on a wishing tree became representations recorded in digital collective memory. Thus, shrine visits were reframed not only as devotional practices but also as narratives of identity and belonging constructed on the stage of social media.

The data were interpreted within four theoretical approaches. Hjarvard's theory of mediatization explains how religious practices are reshaped by media logic. Campbell's concept of digital sacredness highlights how individuals personalize their faith through digital aesthetics. Goffman's theory of self-presentation sheds light on the ways in which religious and cultural identities are staged on social media. Finally, Baudrillard's notion of simulacra explains how acts of worship and rituals are transformed into aestheticized representations, meaning that sacred experiences, partially detached from reality, circulate as visual simulations.

In conclusion, the representation of shrine visits on social media points to the visibility of individual spirituality, the sharing of cultural belonging through aesthetic

images, and the reinterpretation of devotional practices within the logic of media aesthetics. In this respect, the study examines the new layers of meaning that sacred space experiences acquire in digital environments and provides a framework for discussing the issue within the contexts of communication, culture, and the sociology of religion.

Keywords: Social Media, Digital Ethnography, Shrine Visit, Digital Sacredness, Popular Religiosity.

Giriş

Günümüzde kutsal olan, artık yalnızca ibadet mekânlarında değil dijital ekranlarda, sosyal medya paylaşımlarında ve görsel anlatılarda da yeniden şekillenmektedir. Dijital dönüşüm, inanç pratiklerinin ve kültürel ritüellerin görünürlük kazandığı, dikkat çekici bir şekilde sunulduğu ve bireysel kimlik performanslarıyla harmanlandığı yeni bir alan sunmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel halk inançları içinde önemli bir yere sahip olan türbe ziyaretleri, sosyal medya platformlarında popüler kültür dinamikleriyle iç içe geçmiş biçimde yeniden üretilmektedir.

Instagram gibi görsel odaklı dijital mecralarda kullanıcıların kutsala yönelik paylaştıkları anları, özçekimleri (selfie), türbe mimarisi ve sembolik ritüelleri, bireylerin hem inançlarını ifade ettiği hem de dijital kimliklerini sergiledikleri araçlara dönüşmektedir. Böylece kutsal mekân deneyimi, kişiselleştirilmiş ve performans odaklı bir temsile evrilmektedir. Bu dönüşüm, yalnızca bireysel dindarlığın dijital ortamda nasıl sunulduğuna değil aynı zamanda Hjarvard'ın medyatikleşme kuramı, Campbell'ın dijital kutsallık kavramı, Goffman'ın benlik sunumu ve Baudrillard'ın simülakr anlayışı çerçevesinde kutsalın nasıl yeniden anlamlandırıldığına dair önemli ipuçları barındırmaktadır.

Son yıllarda dijital din ve medyatikleşme üzerine çeşitli çalışmalar yapılmış olsa da, türbe ziyaretlerinin sosyal medya temsiline yönelik uygulamalı analizlerin sınırlı olduğu görülmektedir. Türbeler, halk inançları ve kültürel hafızada önemli sembolik anlamlar taşımakla birlikte sosyal medyada bu anlamların nasıl temsil edildiği ve yeniden üretildiği yeterince incelenmemiştir. Bu bağlamda çalışma, bu boşluğu dijital etnografi ve tematik analiz yöntemleriyle ele alarak, türbe ziyaretlerinin sosyal medya platformlarındaki görsel temsillerini hem bireysel hem de toplumsal düzeyde açıklamayı amaçlamaktadır.

Bu doğrultuda, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden seçilen türbelerin Instagram üzerindeki paylaşımları incelenerek sosyal medyada kutsal mekânların hangi semboller, söylemler ve görsel stratejiler aracılığıyla temsil

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

edildiği analiz edilmiştir. Dijital etnografi ve tematik analiz yöntemleriyle gerçekleştirilen bu araştırma, türbe ziyaretlerinin dijital kültürdeki temsiline ilişkin katmanlı bir okuma sunmakta aynı zamanda dinsel sembollerin popüler kültür ve dijital medya ortamındaki dönüşümüne ışık tutmaya çalışmaktadır.

1.Kavramsal Çerçeve

1.1. Kültürün Tanımı, Özellikleri ve Öğeleri Üzerinden Kuramsal Bir Giriş

Kültür, toplumun ortak deneyimlerinden ve anlam yüklediği sembolik düzenlerden oluşan, maddi ve manevi öğeleri kapsayan dinamik bir yapıdır. Gerek bireylerin gündelik yaşam deneyimlerini gerekse toplumsal normları şekillendirme kapasitesine sahip olan kültür hem birey üzerinde hem de toplumsal bütün içinde anlam üretiminin temel aracıdır (Güvenç, 1984, s. 103). Kültürün içeriğini oluşturan öğeler maddi ve manevi olarak ikiye ayrılmakta, maddi öğeler teknoloji, bilim, üretim gibi fiziksel çıktılarla tanımlanırken, manevi öğeler din, değer, gelenek gibi anlam yüklü yapılarla ilişkilendirilmektedir (Bahçacı, 2019, s. 36-37; Ozankaya, 1992, s. 218).

İnsanlık tarihi boyunca oluşan en değerli miraslardan biri olan kültür, insanın yeryüzündeki varoluşuyla birlikte şekillenmeye başlamış ve zamanla sürekli bir değişim ve gelişim süreci içerisinde olmuştur. Toplumların düşünce yapısını ve yaşam biçimini belirleyen kültür, bireyler aracılığıyla biçimlenmekte ve toplumsal etkileşimlerle yeniden inşa edilmektedir. Kültürün temelinde insan ilişkileri ve bireyin çevresiyle kurduğu bağlar yer alır. Günümüzde teknolojinin gündelik yaşama entegre olmasıyla birlikte, kültürel unsurlar ve değerler farklı toplumlarla daha kolay paylaşılmakta ve bu durum kültürel aktarımın hız kazanmasına neden olmaktadır (Yıldırım, 2015, s. 305).

Bu bağlamda Jean Baudrillard, kültürel anlamların ve gerçekliğin postmodern toplumda artık doğrudan deneyimlenmediğini, onun yerine temsiller ve simülasyonlar aracılığıyla algılandığını öne sürer. Baudrillard'a (2011) göre kültür, giderek gerçekliğin yerine geçen imgeler ve gösteriler üretmeye başlamış böylece orijinal ile kopya arasındaki sınırlar silinmiştir. Bu perspektiften bakıldığında, dijital çağda kültür yalnızca yaşanan değil aynı zamanda estetize edilerek gösterilen bir yapıya bürünmüştür. Özellikle dijital mecralarda paylaşılan kutsal mekân temsilleri, bu türden simülasyonlar aracılığıyla anlam kazanmakta, bireyler bu temsiller yoluyla hem kültürel kimliklerini hem de inanç dünyalarını görünür kılmaktadır.

Kültür ile insan arasındaki ilişki, sözlü geleneklerden başlayarak dijital çağın medya ortamlarına kadar uzanan çok katmanlı bir etkileşim sürecine dayanır. Sözlü kültürde bilgi aktarımı ağırlıklı olarak dil aracılığıyla sağlanırken, yazılı kültürle birlikte bu süreç metinler üzerinden yürütülmeye başlanmıştır. Dijital kültür döneminde ise görsel ve işitsel medya araçları kültürel iletişimin temelini oluşturmaktadır. Bu medya yapıları sayesinde bireyin yaşam dünyası biçimlenmekte, kültürel normlar yeniden üretilmektedir. McLuhan, Ong, Sanders, Baldini ve Postman gibi iletişim teorisyenleri, her kültürel dönemin kendi insan modelini oluşturduğu konusunda fikir birliğine varmışlardır (Medin, 2017, s. 383).

1.2. Popüler Kültür ve Din Etkileşimi

Popüler kültür, modern toplumsal yapıda medya aracılığıyla hızla tüketilen ve yaygınlaşan göstergeler düzeninden oluşan, kitlelere hitap eden bir anlam sistemidir. İlk başta sadece eğlence alanına ait gibi görülse de zamanla toplumsal hayatın hemen her alanına nüfuz etmiştir. Din gibi köklü kurumlar da bu etkiden bağımsız kalamamış, popüler kültürle yeni anlam ilişkileri kurmaya başlamıştır (Demir, 2016, s. 120).

Din, kültürel yapının hem üreticisi hem de aktarım kanallarından biridir. Bireyin varoluşsal sorularına yanıt arayışında rehberlik eden din, insanla olan etkileşimini doğumdan itibaren sürdürmektedir (Çapcıoğlu ve Demir, 2020, s. 122). Toplumsal değerlerin ve gerçekliğin insan davranışları yoluyla dışavurumu kaçınılmazdır. Bu bağlamda, popüler kültürün etkisiyle dini alan da dönüşüme uğramış, bireylerin geleneksel inanç sistemleri dışına çıkarak yeni dini tanımlar, kavramlar ve davranış biçimleri geliştirmesiyle sonuçlanmıştır.

Popüler kültürün etkisiyle dinin daha geniş kitlelere ulaşması sürecinde öne çıkan en önemli kavramlardan biri popüler dindarlıktır. Geleneksel ve kitabi bilgiler kadar halk arasında kuşaktan kuşağa aktarılan bazı dini ritüel ve uygulamalar da bu yeni dindarlık biçimini şekillendirmektedir. İslam dini bağlamında bakıldığında, bu anlayış kutsal ya da kutsal kitabı doğrudan reddetmemekte aksine kendi varlık alanını oluşturmakta ve bu alan içinde yaşamını sürdürmektedir (Demir, 2016, s. 120).

Özellikle halk dindarlığı, kitabi dinin normatif yapısından farklı olarak popüler kültürle çok daha iç içe geçmiştir. Örneğin, İslam dininde zorunlu bir ibadet olarak tanımlanmayan türbe ziyaretleri, halk inancı çevresinde anlam kazanmakta ve süreklilik göstermektedir (Köse ve Ayten, 2017, s. 26; Ak, 2018, s. 50-51). Bu anlamda popüler dindarlık, bireylerin ruhsal, psikolojik ve

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

toplumsal beklentilerine cevap veren, sembolik düzeyde etkili olan bir inanca dönüşümü ifade eder.

Günümüzde dijital medyanın din üzerindeki etkisini açıklamak için kullanılan en önemli kuramsal yaklaşımlardan biri medyatikleşme teorisidir. Hjarvard (2008), medyanın artık yalnızca dini aktaran bir araç olmadığını, aksine dini pratiklerin biçimlenmesinde ve anlam dünyasında aktif bir rol üstlendiğini belirtmektedir. Bu bağlamda medya, dini geleneksel bağlamından kopararak popüler kültürün bir parçası haline getirmektedir. Campbell (2013) ise dijital din kavramı üzerinden, bireylerin inanç pratiklerini dijital platformlarda nasıl kişiselleştirdiğini ve estetikleştirdiğini ortaya koyar. Her iki yaklaşım da popüler kültür ve dijital medya aracılığıyla dinin dönüşen doğasını anlamlandırmak için önemli bir zemin sunmaktadır.

Popüler kültür ile dindarlık arasındaki bu etkileşimi anlamlandırmak, günümüzde inancın yeni sunum biçimlerini çözümleyebilmek açısından önemlidir. Bu yeni sunum biçimleri, sosyal medya platformlarında daha da belirgin hale gelmektedir.

1.3. Sosyal Medyada Kutsalın Yeniden Sunumu: Dijital Kutsallık

Din, bir inanç sistemi olarak varlığa dair bir anlam haritası sunar. Bu anlam haritası, dine bağlı bireyler arasında ortak bir dünya görüşünün oluşmasına katkı sağlar (Hülür, 2014, s. 174). Ancak medya ile temas ettiğinde din, geleneksel yapısından uzaklaşarak farklı bir biçim kazanmaktadır. Medyatikleşme süreci içerisinde dini mesaj hem biçimsel olarak dönüşmekte hem de medyanın sıradan içerikleri arasında yer almaya başlamaktadır (Çamdereli, 2018, s. 128). Bu nedenle dijital ortamlarda paylaşılan dini içerikler, çoğu zaman inanç sisteminin özüne değil, popüler kültürün yeniden üretilen bir boyutuna işaret etmektedir. Bu bağlamda, Hülür ve Akçay Bekiroğlu (2016, s. 147-148), çevrimiçi din kavramı üzerinden sosyal medya platformlarının yalnızca dini içeriklerin aktarımıyla sınırlı kalmadığını aynı zamanda bu içeriklerin popüler kültür dinamikleriyle yeniden anlamlandırıldığını ortaya koymaktadır.

Dijital mecranın en önemli araçlarından biri olan sosyal medya platformları, bireylerin gündelik yaşam deneyimlerini sunabildikleri dijital sahnelerdir. Bu sahnelerde birey, kendisine dair değerleri, düşünceleri ve inanç pratiklerini takipçileriyle paylaşmakta ve bu paylaşımlar aracılığıyla dijital bir kimlik inşa etmektedirler. Dinin popüler kültür unsurlarına entegre olması, popüler dindarlık ya da sosyal medya dindarlığı olarak adlandırılan

yeni bir dini görünürlüğü beraberinde getirmiştir. Sosyal medya araçları, geleneksel dini kurumların toplumsallaştırma işlevini dönüştürerek bireysel anlatımların önünü açmaktadır. Bu mecralarda din, daha bireysel, çoğulcu ve serbest bir yapıya bürünmekte, kutsalın her gün yeniden üretilip hızla tüketildiği bir yapıya dönüşmektedir. Böylece, sosyalleştirici bir unsur olmaktan uzaklaşan din, bireyin kendini sunma biçimi haline gelmekte ve çoğu zaman gösterişe indirgenmiş bir dindarlık formuna evrilmektedir (Oyman, 2016, s. 140).

Bu görünürlük sayesinde kutsal, sadece inançsal değil aynı zamanda estetik bir deneyim haline gelir. Başka bir deyişle din, kişinin evren ya da eşyayla olan ilişkisinde her açıdan karşısına çıkar. Bu açıdan din kutsalın kendisi olur. Kullanıcının türbe önünde verdiği poz, seçtiği filtre ya da yazdığı başlık, manevi bir deneyimin dış dünyaya sunumu, beğenilme ve görülme arzusuyla iç içe geçer. Bu durum, dijital kutsallık olarak tanımlanabilecek yeni bir dindarlık formunun görünür hale geldiğini işaret etmektedir (Sezen, 2015, s. 22). Bu bağlamda Çuhadar (2021), dijital dindarlığın bireylerin inançlarını estetikleştirilmiş içerikler üzerinden ifade ettikleri yeni bir görünürlük alanı oluşturduğunu belirtir. Dindarlığın bu yeni formu, geleneksel kalıplardan farklı olarak dijital platformların sembolik ve biçimsel olanaklarıyla yeniden şekillenmektedir.

Dijital platformlarda kutsalın temsili, Hjarvard'ın (2008) medyatikleşme kuramı çerçevesinde dinin geleneksel bağlamından kopararak medya dinamikleri içinde yeniden şekillendiğini ortaya koymaktadır. Medyatikleşme, sadece dinin görünürlüğünü artırmakla kalmaz aynı zamanda dini, seküler medya mantığına göre yeniden şekillendirir ve bu sürecin dinin otonomisini kaybetmesine ve medya içinde yeni anlamlar kazanmasına yol açtığını belirtir. Bu dönüşüm, Baudrillard'ın ortaya koyduğu simülakr kavramıyla da desteklenmektedir. Baudrillard'a göre (2011) modern toplumlarda gerçeklik, yerini temsillerin ve kopyaların dünyasına bırakmıştır. Sosyal medyada paylaşılan türbe ziyaretleri de kutsal deneyimin birebir yansıması olmaktan ziyade, estetikleştirilmiş ve sosyal onay arzusuyla şekillenen simülasyonlara dönüşmektedir.

Campbell (2013) bu durumu dijital kutsallık olarak tanımlarken, dijital kutsallığın bireysel boyutunun yanı sıra çevrimiçi topluluklar aracılığıyla kolektif bir dini deneyim formuna da dönüştüğünü vurgular. Goffman'ın (1959) benlik sunumu yaklaşımı, bireylerin bu temsilleri dijital sahnede belirli izleyicilere yönelik sergilediğini ortaya koyar ve onun ön sahne-arka sahne

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

kavramsallaştırması, bireylerin dijital ortamda mahrem dini deneyimlerini neden kamuya taşıdıklarını anlamada önemli bir çerçeve sunar. Böylece kutsal, dijital kültür içerisinde hem kişisel kimlik inşasının hem de sosyal görünürlüğün aracı haline gelmektedir. Sonuç olarak, dijital dünyada bireylerin kutsal mekânlarla kurduğu ilişki, klasik anlamda ibadet deneyiminden ziyade görünürlük, kimlik sunumu ve sosyal etkileşim boyutlarında şekillenmektedir. Bu da sosyal medya aracılığıyla kutsalın anlam düzeninde bir kayma olduğunu ve yeni bir temsil biçiminin oluştuğunu göstermektedir.

2. Yöntem

Bu çalışma, türbe ziyaretlerinin sosyal medyadaki temsiline yönelik olarak, nitel araştırma yöntemlerinden dijital etnografi ve tematik analiz tekniklerini bir arada kullanmaktadır. Dijital etnografi, geleneksel etnografik yaklaşımın internet temelli ortamlarda yeniden kurgulanmış biçimi olarak tanımlanır. Bu yöntem yalnızca çevrimiçi verilerin toplanmasını değil, aynı zamanda dijital kültürün dinamikleri ile sembolik etkileşimlerin derinlemesine analizini amaçlar (Pink, 2016, s. 2–5). Araştırmacının dijital ortamlarda aktif gözlem yaparak kullanıcıların anlam dünyasını kendi bağlamı içinde yorumlaması, dijital etnografinin temel özelliklerinden biridir.

Bu doğrultuda, çalışmada kullanılan dijital etnografi yöntemi, Instagram paylaşımlarının yalnızca betimsel düzeyde incelenmesiyle sınırlı kalmamış, bu paylaşımların kültürel, sembolik ve temsili boyutlarını açığa çıkarmayı hedeflemiştir. İncelenen içerikler, yalnızca herkese açık Instagram hesaplarından erişilebilen paylaşımlarla sınırlı tutulmuş, kullanıcı gizliliğine ve etik ilkelere titizlikle riayet edilmiştir. Görseller, çalışmada doğrudan yer almadıkça, içerikleri ayrıntılı biçimde betimlenmiş ve analiz sürecinde anonimleştirilmiştir.

Araştırmanın temel evrenini, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden seçilen yedi türbe oluşturmaktadır. Türbeler, amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş olup seçimde dini önem, sosyal medya görünürlüğü, halk inançlarındaki popülerite ve kültürel temsil gücü gibi kriterler esas alınmıştır. Ayrıca, Köse ve Ayten'in (2010) Türkiye genelinde gerçekleştirdikleri psiko-sosyolojik saha araştırmasından da yararlanılmıştır.

Instagram platformu hem geniş kullanıcı kitlesine sahip olması hem de konum, etiket ve görsel gibi çoklu veri sunma kapasitesi nedeniyle tercih edilmiştir. Her bir türbe için Instagram'da konum etiketi kullanılarak yapılan

paylaşımlar incelenmiş, bu içerikler yorumlayıcı bir çerçevede analiz edilmiştir. Paylaşımlar, 15 Nisan 2025 ile 15 Mayıs 2025 tarihleri arasında toplanmıştır.

Araştırmada toplam dokuz Instagram paylaşımı analiz edilmiştir. Bu paylaşımlar, üç ana tematik kategori altında; (1) ziyaret ritüelleri, (2) özçekim içerikleri ve (3) kutsal mekânda kendini konumlandırma olarak sınıflandırılmıştır. Her bir kategori için farklı türbelere ait üçer paylaşım değerlendirilmiştir. Paylaşımların içeriksel ve biçimsel özellikleri, tematik analiz yöntemiyle ele alınmış, görsel unsurlar ile açıklama metinleri ilgili kuramsal yaklaşımlar doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Bu yaklaşım, türbe ziyaretlerinin hem bireysel inanç sunumları hem de sosyal medya aracılığıyla görselleştirilen kültürel temsilleri bakımından çok katmanlı bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın amacı, yalnızca dijital verilerin toplanması değil, bu veriler aracılığıyla dijital dindarlığın sosyal medya estetiğiyle nasıl yeniden şekillendiğini ortaya koymaktır.

Tablo 1. Araştırma Kapsamındaki Türbeler ve Coğrafi Dağılımı

Türbe Adı	Bölge	Şehir
Elif Ana Türbesi	Akdeniz Bölgesi	Kahramanmaraş
Arap Baba Türbesi	Doğu Anadolu Bölgesi	Elazığ
Servegazi Türbesi	Ege Bölgesi	Denizli
Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi	Karadeniz Bölgesi	Kastamonu
Aziz Mahmud Hüdayi Türbesi	Marmara Bölgesi	İstanbul
Mevlana Türbesi	İç Anadolu Bölgesi	Konya
Hayat Bin Kays El-Harrani Türbesi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Şanlıurfa

İncelenen Instagram içerikleri görsel tabanlı olup özellikle fotoğraf formatındaki paylaşımlar değerlendirme kapsamına alınmıştır. Paylaşımlar, 10.05.2025 ile 15.05.2025 tarihleri arasında toplanmış, bu süreçte konum etiketi kullanılarak ilgili türbeler aratılmıştır. Yalnızca herkese açık hesaplar dikkate alınmış, içerikler araştırma amacıyla kayıt altına alınmış ve analiz sürecinde anonimleştirilmiştir. Bu süreçte her türbe için belirlenen zaman aralığında yapılan paylaşımlar taranmış ve özellikle görsel içerikler odak noktasına alınmıştır. Üç ana kategori altında sınıflandırılan içeriklerde hem bireysel kimlik sunumlarına hem de toplumsal inanç kalıplarına dair ipuçlarına ulaşılması hedeflenmiştir.

Veri analizi yöntemi olarak tercih edilen dijital etnografi, geleneksel

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

etnografiden farklı olarak araştırmacının çevrimiçi platformlarda gözlem yaparak içerikleri doğal akışı içinde yorumlamasına imkân tanır. Özellikle Instagram gibi görsel ağırlıklı sosyal medya platformlarında, kullanıcıların inanç pratiklerini nasıl estetikleştirdiğini, konumlandığını ve kamuya açtığını anlamak için bu yöntem oldukça işlevseldir. Dijital etnografi yöntemiyle toplanan veriler, tematik içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Görseller, kültürel ve sembolik anlamlar taşıyan tematik yapılara ayrılarak yorumlayıcı bir çerçevede analiz edilmiştir.

Araştırmada incelenen görseller, yalnızca birer medya nesnesi olarak değil aynı zamanda sembolik bir dindarlık performansı olarak ele alınmıştır. Çalışmanın sınırlılığı, Instagram paylaşımlarına dayanması ve verilerin belirli bir döneme ait olmasıdır. Ancak bu sınırlılıklar, çalışmanın odaklandığı temsil biçimlerine derinlemesine bir bakış sağlamasına engel teşkil etmemektedir.

Veri analizi sürecinde Instagram paylaşımları üç ana tematik kategoriye ayrılmıştır. Aşağıda bu kategoriler tablo şeklinde sunulmaktadır.

3. Bulgular ve Tartışma

Tablo 2. Türbe Ziyaretlerine Ait Instagram Paylaşımlarının Tematik Sınıflandırması

Tematik Kategoriler	Açıklama	Paylaşım Örnekleri
Ziyaret Ritüelleri	Dua ânı, ziyaret selamı, türbe önünde niyet bildirme.	Eller açık dua pozları, “dua ettik” açıklamaları, sosyal çevreye selam içerikli paylaşım metinleri.
Özçekim (Selfie) İçerikleri	Manevi dönüşüm anlatısı, içsel yolculuk temsili, dini ve ulusal aidiyetin temsili	Başörtülü özçekim, çocuklarla birlikte selfie, Türk bayrağı ve türbe yapısının birlikte yer aldığı kadraj.
Kutsal Mekânda Kendini Konumlandırma	Sembolik nesnelerle ilişki, mekânla fiziksel temas, geçmişe dönüş anlatısı.	Türbe tabelası önünde duruş, dilek ağacına çaput bağlama, “16 yıl sonra” gibi nostaljik anlatımlar.

Bu bölümde, Instagram üzerinden toplanan görsel veriler çerçevesinde üç ana tematik kategoriye ayrılan türbe ziyaretlerine ilişkin dijital temsiller detaylı şekilde analiz edilmiştir. Her bir kategori altında yer alan paylaşımlar

hem biçimsel hem de içeriksel özellikleri açısından çözümlenmiş, ortaya çıkan eğilimler Hjarvard'ın medyatikleşme kuramı, Campbell'ın "dijital kutsallık" kavramı, Goffman'ın "benlik sunumu", Baudrillard'ın "simülakr" kavramları ile ilişkilendirilerek açıklanmıştır.

3.1. Ziyaret Ritüelleri: İnancın Dijital Sahnedeki İzdüşümü

Bu tematik başlık altında analiz edilen üç görsel, türbe ziyaretinin sosyal medya ortamında nasıl yeniden sunulduğuna dair farklı biçimsel ve içeriksel stratejiler ortaya koymaktadır. Her biri, dijital dindarlığın görsel temsilleri bağlamında hem bireysel hem de toplumsal düzlemde anlamlar üretmektedir.

3.1.1. Ziyaret Pozu – Aziz Mahmud Hüdayi Türbesi

Ziyaretçinin türbe önünde yüzü izleyiciye dönük şekilde konumlandığı ve paylaşım metninde "Tüm dost ve sevenlerimizi dualarımıza dahil ettik" ifadesine yer verdiği bu paylaşım (Instagram paylaşımı, 25.12.2018) ², dua anını doğrudan içermese de niyet bildirme ve kutsal mekânda bulunma eylemi üzerinden dolayı bir ibadet performansı sunmaktadır. Mekânın kutsallığı, ziyaretin anlamına içkin bir şekilde dijital ortamda vurgulanırken izleyiciye dönük duruş, bireyin yalnızca dini aidiyetini değil, aynı zamanda sosyal çevresine yönelik manevi aracılık rolünü de üstlendiğini ima etmektedir.

Bu durum, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* çerçevesinde değerlendirildiğinde, kutsalın birey eliyle sosyal medya sahnesinde yeniden üretildiğini ve estetik bir temsil aracılığıyla dolaşıma sokulduğunu göstermektedir. Din, geleneksel bağlamından çıkarak medya mantığı içinde kişiselleştirilmiş, görselleştirilmiş ve yaygınlaştırılmış bir kültürel forma dönüşmektedir. Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı doğrultusunda ise, bireyin türbe önünde doğrudan kameraya dönük duruşu ve dua içerikli paylaşımı, sosyal medya izleyicilerine yönelik sahnelenmiş bir manevi persona sunumuna karşılık gelir. Bu görselde birey, dijital platformu sadece kutsalın temsili için değil aynı zamanda inanç temelli sosyal kimliğini kurmak ve sürdürmek amacıyla da kullanmaktadır. Diğer yandan bu kare, Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kuramı perspektifinden bakıldığında, dua ve

² Bu çalışmada kullanılan görseller ve bağlantılar, kişisel verilerin korunması amacıyla anonimleştirilerek makaleden çıkarılmıştır. Orijinal (anonimleştirilmemiş) veri seti yazarın arşivinde güvenli şekilde saklanmaktadır. Gerekğinde hakem veya yetkili kurum talebi üzerine erişim imkânı sağlanabilir.

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

ibadet gibi geleneksel dini pratiklerin yerini görselleştirilmiş temsil biçimlerine bıraktığını gösterir. Görselde kutsal deneyimin kendisi değil, onun sembolik bir izdüşümü sunulmakta böylece gerçeklikten kopuk ama anlam yüklü bir dijital simülasyon ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu paylaşım, Campbell'ın (2013) *kişiselleştirilmiş kutsallık* anlayışıyla da örtüşmektedir. Kullanıcı, dua ve maneviyatı hem kendine özgü bir dil ve duruşla ifade etmekte hem de bu deneyimi sosyal çevresiyle paylaşarak, kutsallığı bireysel ama sosyal yönü ağır basan bir şekilde yeniden inşa etmektedir

3.1.2. Ziyaret Selamı – Arap Baba Türbesi

Ziyaretçinin türbe önünde tebessümle poz verdiği ve paylaşım açıklamasında “Arap Baba Hazretlerinin hepinize selamı var” ifadesine yer verdiği bu paylaşım (Instagram paylaşımı, 17.07.2023), türbe ziyaretinin dijital ortamda nasıl tiyatralleştirildiğine dair güçlü bir örnek sunmaktadır. Selam verme biçimindeki bu ifade, kutsal mekânı yalnızca bireysel bir ibadet alanı olmaktan çıkararak, sosyal etkileşimin kamusal zemini olarak yeniden konumlandırmaktadır.

Kullanıcının hem poz vererek türbenin mekânsal bağlamına kendini yerleştirmesi hem de takipçileriyle doğrudan iletişim kurması, Goffman'ın (1959) benlik sunumu kuramı çerçevesinde okunabilir. Birey burada yalnızca kutsalı temsil etmekle kalmamakta aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla kendine özgü bir dini persona inşa etmektedir. Poz, mimik ve mesaj diliyle birey, dijital ön sahnede kendini izleyiciye yönelik olarak yapılandırmakta böylece dini mekânda bulunma hâli, toplumsal onay arayışıyla iç içe geçmiş bir gösterim halini almaktadır. Bu paylaşım aynı zamanda, Baudrillard'ın (2011) simülakr kavramı bağlamında, kutsal deneyimin fiziksel yaşantıdan çok, dijital bir temsile ve simgeye indirgenmiş hali olarak değerlendirilebilir. Gerçek dua, ibadet ya da içsel deneyim yerine, türbe ziyareti burada “selam iletimi” gibi temsili bir jest üzerinden dijitalleştirilmektedir. Böylece kutsal olan, içsel bir yaşantıdan çok, görselleştirilmiş bir ileti biçimi olarak yeniden üretilmekte ve tüketilmektedir.

Bu paylaşım Hjarvard'ın (2008) medyatikleşme kuramı açısından da dikkate değerdir. Türbe ziyareti, geleneksel bir dini pratiğin değil medya ortamında dolaşıma giren, anlamı sosyal medya etkileşimleri içinde biçimlenen kültürel bir temsil haline gelmiştir. Ziyaretçi, kutsal bir mekânda bulunma hâlini yalnızca kişisel bir ibadet deneyimi olarak değil aynı zamanda takipçileriyle kurduğu kültürel, sosyal ve dijital bağlamda paylaşılabılır bir

içerik olarak sunmuştur. Bu durum, medyatikleşmenin etkisiyle kutsalın gündelikleştiği ve izleyiciye uygun biçimde şekillendiği bir anlatı formunu yansıtır.

3.1.3. Ziyarete Duygusal Dua – Servergazi Türbesi

Bir annenin, kızıyla birlikte Servergazi Türbesi'ni ziyaretine dair “Önce sağlık, sonra huzur, mutluluk, yüksek dozda başarı ve şans için dua ettik” ifadesini paylaştığı bu içerik (Instagram paylaşımı, 26.11.2018), yalnızca bir dua ânının aktarımı değil annelik, sevgi ve korunma arzusu gibi değerlerin kutsal mekân bağlamında dijital ortamda temsili olarak da değerlendirilebilir. Paylaşımında kullanılan #dua, #canımkızım, #türbeler gibi etiketler, bireysel inanç pratiğinin ailevi kimlik ile harmanlandığı bir dijital kutsallık formunun oluşmasına katkı sağlamaktadır. Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kavramı, bu bağlamda özel bir açıklama gücü sunar. Ziyaret, içsel bir deneyimden kolektif bir duaya dönüşmekte, kutsal mekân ise hem manevi bir fon hem de estetik bir anlatı zemini olarak işlev görmektedir. Paylaşımında hem anne-kız ilişkisi hem de dini niyet, sosyal medya aracılığıyla bir kamusal maneviyat hikâyesine dönüşmüştür. Bu paylaşım ayrıca, Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı doğrultusunda değerlendirildiğinde, bireyin inancını ve annelik kimliğini dijital platformda belirli bir izleyici kitlesine yönelik olarak sahnelediği bir temsil biçimi olarak okunabilir. Pozun sıcaklığı, duygusal dili ve görsel düzeni, bireyin dijital sahnede şefkatli, inançlı anne persona'sını kurguladığını göstermektedir. Bu durum, bireysel dindarlığın yalnızca Allah'a yönelik bir eylem değil, aynı zamanda sosyal medya üzerinden izleyiciyle kurulan bir ilişki biçimi olduğunu ortaya koyar.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kavramı bağlamında ise burada kutsallık, fiziksel deneyimin ötesinde dijital platformda duygusal imgeler ve metinsel temenniler yoluyla yeniden üretilmektedir. Gerçek ibadet ya da içsel tefekkür yerine, anne ve kızın birlikte olduğu bu estetik kare ve altındaki dilek dolu sözler, kutsalın duygusal bir simülasyonuna dönüşmektedir. Paylaşım, hem kutsal mekânı hem de dua eylemini dijital bir temsile indirgerken, maneviyatın duygusal estetikle birleşmiş bir görsel içeriğe evrilmesini sağlar.

Son olarak bu paylaşım, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* bağlamında da anlam kazanmaktadır. Dinî pratik burada doğrudan ibadet alanında değil, medya mantığıyla yapılandırılmış bir kültürel anlatı biçiminde sunulmaktadır. Dua eylemi, hem bireysel hem annelik kimliğiyle harmanlanarak sosyal medya kullanıcıları için görselleştirilmiş ve paylaşılabılır bir inanç temsiline dönüşmektedir. Böylece kutsal olan, medya

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

aracılığıyla gündelik yaşamın dijital estetiğine entegre edilir.

3.2. Özçekim (Selfie) Kültürü ve Kutsalla Bireysel Temas

Dijital çağda bireylerin kutsal mekânlarla kurduğu ilişki, yalnızca inanç temelli ritüellerle sınırlı kalmamakta aynı zamanda kişisel kimlik sunumunun bir parçası haline gelmektedir. Özellikle sosyal medyanın görselliği teşvik eden yapısı, bireylerin ibadet ve ziyaret pratiklerini estetik ve performatif biçimlerde paylaşımlarına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, türbe ziyaretlerinde çekilen özçekimler (selfie), bireyin kutsalla kurduğu temasın dijital sahnedeki yansıması olarak dikkat çekmektedir. Kutsal mekân, bu paylaşımlarda hem manevi bir durak hem de bireysel kimlik inşasında kullanılan sembolik bir arka plan işlevi görmektedir.

3.2.1. Kutsal Mekânda Temsili Özçekim – Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi

Kastamonu'daki Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi'ne yapılan bir ziyarette paylaşılan özçekimde, açıklama metninde "Hz. Pir Şeyh Şabanı Veli makamında Rabbim yaptığımız duaları kabul eylesin" ifadesi yer almaktadır (Instagram paylaşımı, 19.08.2018). Doğrudan bir ibadet ânı sunmamakla birlikte, ziyaretçinin kendisini türbe mekânında konumlandırması ve arka planda görülen mekânsal unsurların (türbe yapısı ve Türk bayrağı gibi) yer alması, mekânın yalnızca dini değil aynı zamanda kültürel ve ulusal kimlik alanı olarak da temsil edildiğini göstermektedir. Kullanılan #kastamonu, #hzpir, #dua etiketleri ise paylaşımın dijital ortamda dini bağlam içinde konumlandırılmasına katkı sağlamaktadır.

Bu görsel, bireyin kutsal mekânda bulunma hâlini dijital olarak görselleştirmesi açısından dikkat çekicidir. Özçekim formatı, bireyin hem kutsal mekânla bağ kurmasına hem de mekânın sembolik bileşenlerini – türbe ve bayrak gibi – dijital temsilin parçası hâline getirmesine olanak tanımaktadır. Bayrak, bu bağlamda, kutsal olanla ulusal olanı bir araya getiren bir kültürel bütünleşme göstergesi olarak anlam kazanır.

Bu çerçevede, Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı doğrultusunda, birey bu görsel aracılığıyla yalnızca dini değil aynı zamanda kültürel ve milli aidiyetini de izleyiciye sunar. Kadraj seçimi, görsel düzenleme ve açıklama metni, bireyin dijital sahnede kendisini inançlı ve millete bağlı bir figür olarak temsil ettiğini gösterir. Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kuramı ışığında bu paylaşım, dua pratiğinin yerini niyet bildirimi ve estetik temsilin aldığı, kişiselleştirilmiş kutsal deneyimin dijital anlatı formuna dönüştüğü bir örnek olarak okunabilir. Türbe mekânı, burada hem içsel bir bağın hem de dışsal bir

toplumsal aidiyetin anlatı sahnesi hâline gelmiştir.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kuramı açısından, bu görsel doğrudan bir ibadet deneyimini temsil etmese de kutsala dair estetik bir izlenim üretir. Dua ya da dini ritüel görünmese de bu izlenim görsel unsurlar (mekân, bayrak, yüz ifadesi) ve metinsel dil yoluyla bir kutsallık simülasyonu oluşturur. Son olarak, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* bağlamında, bu paylaşım, bireysel bir dini yönelimi medya ortamında kültürel ve ulusal simgelerle harmanlayarak dolaşıma sokmaktadır. Kutsal olan, medya estetiği içerisinde kamusal, milli ve kültürel bir içerik biçimine dönüşür.

3.2.2. Manevi Yolculuk ve Özçekim: Mevlâna Türbesi

Mevlâna Türbesi'nde gerçekleştirilen bir özçekim, uzun ve duygusal bir metin eşliğinde paylaşılmıştır. Açıklamada, Mevlâna'yı uzun süredir ziyaret etme arzusu, 10 Ağustos'ta ani bir kararla yapılan yolculuk ve bu seyahatin "ruhsal bir çekiliş" gibi hissedildiği belirtilmektedir. "Beni benden aldın Mevlanam" cümlesiyle başlayan metin, türbe ziyaretinin yalnızca fiziksel bir etkinlik değil, aynı zamanda mistik ve varoluşsal bir dönüşüm deneyimi olarak yaşandığını göstermektedir (Instagram paylaşımı, 15.08.2022). Kadrajda yer alan mekân unsurları, sade ifade ve yazının duygusal tonu, bu deneyimin hem duygu yüklü hem de gösterisel bir dijital anlatıya dönüştüğünü ortaya koymaktadır.

Bu paylaşım, Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı çerçevesinde dijital ortamda bireyin hem annelik rolünü hem dini kimliğini hem de içsel yolculuğunu izleyiciye yönelik bilinçli bir performansla sahnelediğini göstermektedir. Özçekim, sadece mekânsal bir iz değil aynı zamanda manevi bir dönüşüm hikâyesinin yüzü olarak sunulmaktadır. Birey, burada ön sahnede içsel değişimini ve inanç temelli dönüşümünü izleyicisiyle paylaşmaktadır. Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kavramı bağlamında bu paylaşım, kişisel inanç pratiğinin sosyal medya üzerinden öznel, estetikleştirilmiş ve duygusal bir anlatıya dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Paylaşım, geleneksel dua ya da ritüel formundan çok, içsel bir manevi seyahatin dijitalleştirilmiş anlatımı niteliğindedir. Bu bağlamda kutsal, bireyin ruhsal dönüşümüne eşlik eden estetik bir fon olarak temsil edilir.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kavramı açısından bakıldığında ise bu paylaşım, kutsal deneyimin kendisinden ziyade, bu deneyime dair semboller ve temsiller aracılığıyla yeniden üretildiği bir örnektir. Fotoğrafın duygusal kurgusu, metnin içten dili ve görsel kompozisyon, gerçek maneviyatın temsilleştirilmiş ve estetikleştirilmiş bir versiyonunu sunar. Böylece inanç,

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

içselleştirilmiş bir ritüelden çok, tüketilebilir bir anlatı biçimi kazanır. Son olarak, bu içerik Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* çerçevesinde, bireysel inanç deneyiminin dijital platformda medya mantığına göre yeniden yapılandırıldığını ortaya koyar. Mevlâna Türbesi burada yalnızca bir ibadet mekânı değil kişisel anlam, içsel dönüşüm ve sosyal onay arayışının birleştiği medyatik bir anlatı mekânı olarak sunulmaktadır.

3.2.3. Şifa ve Manevi Yolculuk Özçekimi – Hayat El-Harrani Türbesi

Şanlıurfa'ya bağlı Harrani Türbesi'ne yönelik bir ziyaret, “şifa yolculuğu” ifadesiyle paylaşılmıştır (Instagram paylaşımı, 07.06.2022). “Uykusuz geceler şifa, çektiğin yollar huzur...” gibi şiirsel bir dille başlayan açıklama, bireyin yalnızca fiziksel değil aynı zamanda ruhsal ve sembolik düzeyde kutsalla temas kurduğunu göstermektedir. Türbenin görsel olarak doğrudan yer almadığı bu paylaşımda, konumun manevi niteliği açıklama metni ve kullanılan etiketler (#hayatelharrani, #kadimbilgiler, #kadimşifa, #şuayipşehri) aracılığıyla belirginleşmektedir.

Selfie'nin araç içinde çekilmiş olması, türbeye fiziksel olarak yaklaşma hâlini yansıtırken, aynı zamanda zihinsel ve içsel bir yaklaşımın ifadesidir. Bu, kutsal mekâna sadece fiziksel bir varlıkla değil, niyet, beklenti ve sembol üzerinden de temas kurulabileceğini göstermektedir. Bu tür bir dijital sunum, Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı bağlamında değerlendirildiğinde, bireyin sosyal medya aracılığıyla kendini hem “şifa arayan” hem de “mistik bilgiğe yönelmiş” bir persona ile sahnelediğini gösterir. Kullanıcının duruşu, ifade tarzı ve açıklama dili, izleyiciye yönelik bilinçli bir kimlik performansı olarak şekillenmektedir. Burada birey, sosyal medyada “dijital bir yolcu” kimliğiyle kutsal mekâna ve inanca yönelimini temsilleştirmektedir.

Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kavramı çerçevesinde, bu paylaşım ibadet ritüellerinden çok duygusal ve spiritüel bir anlatı biçimiyle kurulmuş bir kutsallık deneyimini temsil eder. Selfie, ilahi olanla kurulan ilişkinin estetikleştirilmiş bir dışavurumudur. Bu yönüyle dijital maneviyatın kişiselleştirilmiş ve anlatıya dayalı bir formunu ortaya koyar. Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kuramı doğrultusunda, bu tür dijital temsiller, kutsallığın doğrudan yaşanan bir deneyim olmaktan çok, görsel, metinsel ve sembolik biçimlerde yeniden üretilmiş bir temsile dönüştüğünü gösterir. Türbe görünmese bile, hashtag'ler ve anlatım, o mekânın dijital uzamda imgeler yoluyla kurulmuş bir kutsal simülasyonu olarak işlev görmesini sağlar.

Böylece dini deneyim, bireysel maneviyatı temsil eden tüketilebilir bir içerik nesnesine evrilir.

Son olarak, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* çerçevesinde bu paylaşım, kutsalın medya aracılığıyla bireysel anlatıya dönüştüğü, içerik üreticisinin kişisel deneyimini medya estetiğiyle harmanladığı bir örnektir. Dinî mekân, burada doğrudan gösterilmese bile, kullanıcı tarafından medya mantığına uygun biçimde kültürel anlam taşıyan bir sembole dönüştürülmüştür. Böylece şifa arayışı, hem bireysel hem de sosyal medyada dolaşıma uygun kamusal bir inanç anlatısı hâlini almıştır.

3.3. Kutsal Mekânda Kendini Konumlandırma: Mekânın Anlamı Üzerine Yeni Bir Okuma

Sosyal medya paylaşımlarında kullanıcılar, kutsal mekânla ilişkilerini yalnızca dini ritüeller veya özçekimlerle değil, aynı zamanda mekânın fiziksel ve kültürel özelliklerini vurgulayarak da ifade etmektedir. Bu bağlamda, türbeler birer ibadet alanı olmanın ötesine geçerek, bireylerin kimlik sunumu, kültürel aidiyet ve estetik beğeni anlayışı doğrultusunda dijital hafızada yer bulmaktadır.

3.3.1. Çaput Bağlama Ritüeli/Dilek Ağacı Yanında Konumlandırma - Elif Ana Türbesi

Elif Ana Türbesi'nde yer alan dilek ağacının karşısında gerçekleştirilen bu paylaşımda (Instagram paylaşımı, 04.01.2025), çaputlarla bezeli ağacın önünde duran ziyaretçi, hem kutsal mekânla fiziksel teması hem de bu temasın dijital ortamda temsili arasındaki bağı yansıtmaktadır. Ziyaretçinin konumlanması, geleneksel bir ritüelin sosyal medyada görünür hâle gelmesini sağlarken, kullanılan #alevi, #kurd, #elifanaturbesi gibi etiketler, yalnızca ziyaretin değil, aynı zamanda bireyin mezhepsel ve kültürel kimliğinin de dijital alanda ifadesine işaret etmektedir.

Bu görsel, kutsal mekânın birey tarafından yalnızca dua edilen bir yer değil aynı zamanda kimlik ifadesinin sahnesi olarak kullanıldığını ortaya koyar. Birey, burada ritüel olanla gündelik olanı, geleneksel olanla dijital olanı aynı anda temsil etmektedir. Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı bağlamında, birey burada kendisini hem “inançlı” hem de “kültürel olarak aidiyetli” bir persona ile sahnelemekte, ziyaretini izleyicilere yönelik bilinçli bir sunum hâline getirmektedir. Duruşu ve kameraya açıklığı, bu sahnelenmiş kimliğin görsel anlatımıdır. Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kavramı açısından bu paylaşım, geleneksel bir ritüelin sosyal medyada kişiselleştirilmiş ve kolektifleştirilmiş bir manevi anlatıya dönüştüğü bir

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

örnektir. Ritüel bireysel niyetin ötesinde, paylaşım yoluyla sosyal bir anlama bürünür.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kuramı uyarınca, çaput bağlama gibi halk dindarlığına ait pratikler, burada fiziksel deneyimle değil imgeler, semboller ve dijital performans aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Kadrajda yer alan semboller (ağaç, çaputlar, beden) gerçek ritüelin yerini alarak, inancın temsili ve estetize edilmiş bir versiyonunu sunar. Son olarak, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* çerçevesinde bu paylaşım, kutsal mekânın medya ortamında yeniden kodlandığını gösterir. Dinî mekân, burada hem inanç pratiğinin dijital versiyonu hem de bireyin etnik-mezhepsel kimliğini kamusalılaştırdığı bir medyatik alan hâline gelmektedir.

3.3.2. Mekânsal Sadelik ve Duru Sunum Konumlandırması: Mevlâna Türbesi

Konya'daki Mevlâna Türbesi'nin geniş avlusunda gerçekleştirilen bu paylaşımda (Instagram paylaşımı, 06.08.2024), ziyaretçi yapının mimari bütünlüğünü arka plana alacak şekilde konumlanmıştır. Herhangi bir dua ya da ritüel anı içermeyen bu karede, kutsal mekânın önünde durmak başlı başına bir manevi temsile dönüşmektedir. Paylaşımına eklenen "Cömertlik ve yardım etmede akarsu gibi ol" ifadesi ise türbe ile kurulan ilişkinin yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda düşünsel ve sembolik düzeyde de anlam kazandığını ortaya koymaktadır.

Bu paylaşım, bireyin kutsal mekânda kendisini dijital sahnede konumlandırma biçimlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Görselde birey herhangi bir ritüel sunmaz ancak mekânla birlikte kadraja girerek, kutsalla fiziksel, zihinsel ve estetik düzlemde bir temas kurar. Bu bağlamda Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı çerçevesinde birey burada, sosyal medya izleyicilerine yönelik olarak dini-kültürel bir kimliği sade ama bilinçli bir duruşla performe etmektedir. Poz vermek ve bunu sosyal medya aracılığıyla paylaşmak, inanca içkin bir davranıştan çok kamusal kimlik beyanı ve dijital hafızaya bırakılan bir aidiyet işaretidir.

Aynı zamanda, Campbell'ın (2013) *dijital kutsallık* kavramı açısından bakıldığında bu paylaşım, bireysel inanç deneyiminin bir ritüel değil, kişiselleştirilmiş bir dijital anlatı üzerinden inşa edildiği bir formu yansıtır. Kutsal mekân, burada ibadet edilen değil düşünsel bağ kurulan ve anlam yüklenen bir fon işlevi görür. Birey, duygusal ya da spiritüel içeriği açıklama metni aracılığıyla aktararak, dijital platformda öznel bir maneviyat biçimi

üretir. Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kavramı doğrultusunda bu görsel, kutsallığın doğrudan yaşanan bir deneyim olmaktan çıkarak, görselleştirilmiş ve estetize edilmiş bir temsile dönüştüğünü gösterir. Ritüel veya dua olmaksızın kutsal mekânda durmak ve bu duruşu sosyal medyada paylaşmak, inanç deneyimini simülasyona dönüşen bir gösterim biçimiyle yeniden üretmektedir.

Son olarak, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* bağlamında bu paylaşım, dinî mekânın medya aracılığıyla kişisel anlatı ve estetik içerik nesnesine dönüştürüldüğünü ortaya koyar. Kutsal olan, burada medya mantığıyla biçimlenen kamusal görünürlük kazanmış kültürel bir temsil halini alır. Ziyaretçi, türbe ile kurduğu kişisel teması sosyal medya aracılığıyla paylaşarak, hem kendini hem de bu mekânın anlamını yeniden üretmekte ve çoğullatmaktadır.

3.3.3. Kutsal Mekânda Buluşma Konumlandırması – Arap Baba Türbesi

Elazığ Harput'taki Arap Baba Türbesi'nin önünde, mekânın adının yer aldığı tabelanın yanında gerçekleştirilen bu paylaşımda (Instagram paylaşımı, 09.12.2019), açıklama metninde yalnızca "16 yıl sonra Elazığ" ifadesi yer almaktadır. Bu kısa ifade, türbe ziyaretinin sadece mekâna yönelik bir deneyim değil aynı zamanda bireysel zaman algısı, hafıza ve yeniden bağ kurma arzusu ile iç içe geçmiş bir anlam taşıdığını göstermektedir.

Pozun türbenin fiziki yapısından çok tabelayla birlikte verilmiş olması, mekânın sembolik anlamını ön plana çıkarır. Burada kutsallık, doğrudan bir ibadetle değil, mekânın adı ve bireyin geçmişle kurduğu bağ üzerinden temsilştirilir. Bu bağlamda, Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramına göre birey, türbe ziyaretini sadece içsel bir deneyim olarak yaşamamakta aynı zamanda bu deneyimi sosyal medya aracılığıyla görünür kılarak, aidiyet ve süreklilik hissini izleyiciyle paylaşmaktadır. "16 yıl sonra" vurgusu, kişinin geçmişleriyle yeniden temas kurduğu sahnelenmiş bir geri dönüş anlatısıdır. Campbell'in (2013) *dijital kutsallık* kuramı doğrultusunda bu paylaşım, kutsal deneyimin klasik dua ya da ibadet formunda değil, kişisel bir zaman yolculuğu ve ruhsal yeniden bağlantı biçiminde ifade edildiğini gösterir. Birey, kutsal mekâna dönerek yaşadığı manevi duyguyu sosyal medya aracılığıyla anlatıya dönüştürmekte, bu da kişiselleştirilmiş bir dijital inanç pratiği yaratmaktadır.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kavramı çerçevesinde, görselde doğrudan bir kutsal ritüel olmamasına rağmen, tabelanın görsel kullanımı ve açıklamadaki nostaljik ifade, kutsallığı görsel semboller ve metin aracılığıyla

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

yeniden üretmektedir. Burada deneyim değil, deneyimin temsili ön plandadır. Türbe adıyla özdeşleşmiş tabela, kutsallığın imgelerle dolaşıma girdiği bir simülasyon nesnesine dönüşür. Son olarak, Hjarvard'ın (2008) *medyatikleşme kuramı* açısından bu paylaşım, bireysel bir türbe ziyaretinin medya aracılığıyla kamusal bir anlatıya dönüştüğünü göstermektedir. Kutsal olan, bu çerçevede yalnızca ibadet edilen değil aynı zamanda dijital hafızada yer alan, kişisel geçmişin ve manevi kimliğin görsel temsili hâline gelmiştir.

Tüm bu paylaşımların bütünsel okuması yapıldığında, kullanıcıların kutsal mekânları yalnızca dini vecibelerin yerine getirildiği ibadet alanları olarak değil aynı zamanda kültürel, estetik ve dijital kimlik inşasının sahnesi olarak konumlandıkları görülmektedir. Türbeler, sosyal medya paylaşımlarında birer manevi durak olmanın yanı sıra, görsel hafıza nesnesi, kişisel anlatı aracı ve kültürel mirasın dijital temsili haline gelmektedir. Bazı kullanıcıların türbe ziyaretlerini takiben yedikleri yemeği, gittikleri kafeyi ya da alışveriş deneyimlerini de paylaşımları, kutsalla kurulan ilişkinin sadece spiritüel değil, aynı zamanda gündelik, turistik ve sosyo-kültürel bir boyut kazandığını göstermektedir.

Kutsal mekânın dijital temsili, yalnızca fiziksel bir yerin görselleştirilmesinden öte, bireylerin dini, kültürel ve sosyal kimliklerini sahneledikleri sembolik bir medya alanına dönüşmektedir. Bu noktada Campbell'ın (2013, s. 15-17) *kişiselleştirilmiş kutsallık* kavramı, bireylerin dijital ortamlarda inançlarını öznel, anlatıya dayalı ve paylaşılabılır biçimlerde yeniden inşa ettiklerini göstermektedir. Özçekimler, mekân vurguları ve metinsel açıklamalar, bu kişisel kutsallık formunun yapıtaşlarını oluşturmaktadır. Benzer şekilde, Hjarvard'ın (2008, s. 18-19) *medyatikleşme* kuramı, dini pratiklerin medya mantığına uygun şekilde biçimlenerek kültürel ve estetik nesnelere dönüştüğünü ortaya koyar. Türbeler, bu bağlamda yalnızca inanç pratiğinin değil, aynı zamanda sosyal aidiyetin, geleneksel halk dindarlığının ve dijital estetik anlayışının birleştiği kültürel gösterenlere dönüşmektedir.

Baudrillard'ın (2011) *simülakr* kavramı doğrultusunda ise kutsal olan, dijital temsiller aracılığıyla sembolleştirilmiş, estetize edilmiş ve yeniden üretilmiş bir imgeye evrilmektedir. Dua ânı, ritüel ya da ziyaret deneyimi doğrudan yaşanandan çok, filtrelenmiş görseller, duygusal açıklamalar ve estetik kadrajlarla sunulan bir "kutsallık simülasyonu" haline gelmektedir. Son olarak, bu durum Goffman'ın (1959) *benlik sunumu* kuramı ile de

örtüşmektedir. Sosyal medya, birey için bir sahne işlevi görmekte, türbe ziyaretleri ise bu sahnede hem inanç hem kimlik performansının görünür olduğu dijital vitrini oluşturmaktadır. Birey, sosyal medya aracılığıyla inancını yalnızca Allah ile değil, aynı zamanda takipçileriyle kurduğu sosyal ilişki düzleminde yeniden üretmektedir. Kısaca türbe ziyaretlerinin sosyal medyadaki temsili, kutsalın bireysel, estetik ve kültürel boyutlarla iç içe geçtiği yeni bir dijital dindarlık formuna işaret etmektedir. Bu form, geleneksel halk dindarlığının dijital kültürle kesiştiği bir noktada konumlanmakta, inanç pratiklerinin görünürlüğünü artırmakta ve kutsal mekânın anlamını dönüştürmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma, kutsal mekânların dijital temsiline odaklanarak türbe ziyaretlerinin sosyal medya aracılığıyla nasıl yeniden inşa edildiğini incelemiştir. Türkiye'nin yedi farklı bölgesinden seçilen türbeler üzerinden yürütülen dijital etnografi ve tematik analiz süreci, kutsal olana ilişkin bireysel, kültürel ve temsili boyutların sosyal medya mecralarında nasıl iç içe geçtiğini çok katmanlı bir yapı içerisinde ortaya koymaya çalışmaktadır. Çalışma, iletişim, din sosyolojisi, halk inançları, kültürel antropoloji ve görsel kültür gibi disiplinlerin kesişiminde konumlanarak dijital mecralarda kutsalın yeniden üretimini anlamaya yönelik disiplinlerarası bir analiz zemini sunmaktadır.

Araştırmada yalnızca herkese açık Instagram paylaşımları incelenmiş, içerikler anonimleştirilerek analiz edilmiştir. Linkler ve kullanıcı kimliklerine yönlendirebilecek bilgiler çalışmada yer almamaktadır. Bu yaklaşım, araştırmanın hem etik ilkelere uygunluğunu hem de görsel temsillerin bağlamsal analizini koruyarak veri bütünlüğünü sağlamıştır. Elde edilen bulgular, sosyal medyanın yalnızca dini deneyimlerin paylaşım alanı değil aynı zamanda bu deneyimlerin yeniden biçimlendirildiği, estetikleştirildiği ve izleyiciye sunulmak üzere yapılandırıldığı bir temsili uzam olduğunu ortaya koymaktadır. Instagram gibi görsel merkezli platformlar, dua anlarını, özçekimleri, mekânsal referansları ve sembolik nesneleri dijital sahneye taşıyarak bireylerin inanç pratiklerini hem kişiselleştirmelerine hem de kültürel aidiyetleriyle harmanlamalarına olanak tanımaktadır.

Araştırmada öne çıkan üç ana tematik yapı – ziyaret ritüellerinin dijital sahnede yeniden sunumu, özçekim yoluyla kutsalla bireysel temas kurulması ve kutsal mekânlarda fiziksel-konumlanma üzerinden kimlik ifadesi – dijital dindarlığın çeşitlenen formlarına işaret etmektedir. Bu temalar çerçevesinde

Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation of Shrine Visits

analiz edilen içerikler, ibadet ve ritüelin doğrudan sunumundan ziyade bu deneyimlerin görsel-metin birlikteliği içinde yeniden üretildiği estetikleştirilmiş temsiller olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, kutsalın geleneksel anlamından uzaklaşarak sosyal medya mantığına uygun şekilde yeniden inşa edildiğini ve simülasyon karakteri kazandığını göstermektedir.

Kuramsal düzeyde, Campbell'ın kişiselleştirilmiş kutsallık yaklaşımı çerçevesinde bireylerin dijital mecralarda inanç pratiklerini öznel anlatılar ve estetik formlar üzerinden yeniden kurguladıkları görülmektedir. Hjarvard'ın medyatikleşme kuramı, dini pratiklerin medya mantığı içerisinde biçimlenerek kültürel ve görsel içerik nesnelere dönüştüğünü açıklamaktadır. Goffman'ın benlik sunumu kuramı, bireylerin sosyal medyada kutsal mekânlar aracılığıyla dini ve kültürel kimliklerini sahneleme pratiklerini anlamlandırmakta etkili bir analiz aracı sunarken, Baudrillard'ın simülakr kavramı ise bu temsillerin kutsal deneyimden kopmuş ancak gerçekliğe dair yoğun izlenimler sunan sembolik simülasyonlar olarak okunmasını mümkün kılmaktadır.

Sonuç olarak, türbe ziyaretlerinin dijital temsili bireysel inançsal deneyimlerin sosyal medyada görünür kılınmasını sağlamanın yanında kimlik sunumu, kültürel aidiyet ve dijital estetik anlayışının kesişiminde şekillenen yeni bir dijital dindarlık formunu temsil etmektedir. Kutsal mekânlar, bu çerçevede ibadet edilen alanlar olmanın ötesinde, anlatıya dönüştürülen, görselleştirilen ve dijital topluluklarla paylaşılan çok işlevli sembolik sahnelere evrilmektedir.

Bu araştırma, dijital din çalışmaları ve iletişim araştırmaları literatüründe, kutsalın dijitalleşmesi, bireysel dindarlığın medyatik formlar aracılığıyla görünürlük kazanması ve sosyal medyada inanç temsillerinin dönüşümü gibi konulara yönelik yeni tartışmalara zemin hazırlayabilecek niteliktedir. Gelecek çalışmalarda, farklı dini geleneklerin, kültürel bağlamların ve sosyal medya platformlarının analiz edilmesi, dijital dindarlığın çeşitlenen biçimlerinin daha derinlemesine anlaşılmasına olanak sağlayacaktır.

Kaynakça

- Ak, M. (2018). Halk inançları açısından türbe ziyaretleri: Elazığ örneği. *Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 47–68.
- Bahçacı, B. (2019). Bir kamu diplomasi aracı olarak kültür: Türkiye'nin kültürel diplomasi potansiyelinin incelenmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları. (Orijinal eser 1982'de yayımlandı)
- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. New York: Routledge.
- Çamdereli, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur? Medyada dinin popüler temsilleri*. İstanbul:Ketebe Yayınları.
- Çapcıoğlu, İ., ve Demir, Z. (2020). Durgun sulardan bulanık denizlere: Din, kültür ve kimlik ilişkisi, (Ed). H. Beşirli ve Z. S. Tekten , *Kültür ve Kimlik:Disiplinlerarası Yaklaşımlar* içinde (s. 121–152). Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Çuhadar, M. (2021). Postmodernizm, dijitalleşme ve hibrit dindarlık. *Tevilat*, 2(1), 67–88. <https://doi.org/10.53352/tevilat.994404>
- Demir, T. (2016). Postmodern perspektiften popüler kültür ve dindarlığın yeni formları. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(15), 117–133.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.
- Güvenç, B. (1984). *Kültürün ABC'si*. Ankara: Remzi Kitabevi.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9–26.
- Hülür, A. B. (2014). İnançlara yönelik söylemin ideolojik inşası: Cuma hutbeleri. (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü:Ankara.
- Hülür, A. B., ve Akçay Bekiroğlu, H. (2016). Çevrimiçi din: Dini içerikli bir Facebook sayfasının göstergebilimsel analizi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 14(27), 145–164.
- Köse, A., ve Ayten, A. (2010). *Türebeler: Popüler dindarlığın durakları*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Medin, B. (2017). Değişen sinema seyir kültürünü sözlü, yazılı ve elektronik bağlamında anlamak. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 357–386.
- Oyman, N. (2016). Sosyal medya dindarlığı, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 28, 125–167.
- Ozankaya, Ö. (1992). Ulusal toplumun ve ulusal kültürün kurucu öğeleri. *Atatürk Yolu Dergisi*, 3(10), 213–225.
- Pink, S. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. London: SAGE Publications.
- Sezen, Y. (2013). *Sosyoloji açısından din*. İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Yıldırım, M. (2015). Kültürün sosyolojik bağlamı. *Sosyoloji Dergisi*, 30, 301–315.
- İnternette Erişilen Instagram Paylaşımları**

**Barış, Çetin, Sacredness on the Instagram Stage: The Digital Representation
of Shrine Visits**

Instagram. (Anonim). (2018, 25 Aralık). Ziyaret pozunda dua niyeti – Aziz Mahmud Hüdayi Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2023, 17 Temmuz). Ziyaret selamı – Arap Baba Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2018, 26 Kasım). Dua ânı – Servergazi Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2018, 19 Ağustos). Özçekim – Şeyh Şaban-ı Veli Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2022, 15 Ağustos). Manevi dönüşüm – Mevlâna Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2022, 7 Haziran). Dijital şifa – Harrani Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2025, 4 Ocak). Çaput bağlama – Elif Ana Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2024, 6 Ağustos). Mekânsal sadelik – Mevlâna Türbesi.

Instagram. (Anonim). (2019, 9 Aralık). 16 yıl sonra – Arap Baba Türbesi.