



KUTSALDAN EKRANA: SELFİE PRATIĞI ÜZERİNDEN MANEVİ MEKÂNIN DİJİTAL TEMSİLİ

From Sacred to Screen: Selfie and the Digital Representation of Spiritual Places

Orhan ÖZDEMİR*

ÖZ

Kutsal mekânlarda selfie çekmek modern dijital kültür ile geleneksel halk inanışları ve dinî uygulamalar arasındaki etkileşimi açıkça ortaya koymaktadır. Bireysel ve toplumsal kimliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynayan bu mekânlar, kolektif hafızanın da diri tutulduğu yerlerdir. Günümüzde kutsal mekânlara yapılan ziyaretler, manevi deneyimlerin bir parçası olmanın yanında dijital dünyada paylaşılabılır anılar oluşturma amacını da taşımaktadır. Bu durum, kutsal mekânların bireysel tecrübeler kadar toplumsal ve kültürel hafızayı da güçlendiren alanlar hâline gelmesine katkı sunmaktadır. Selfie çekme pratiğini bireysel kimlik inşası, toplumsal aidiyet ve kültürel mirasın dijital ortamda yeniden üretilmesi bağlamında ele alan bu makalede, söz konusu pratiğin kutsal mekânların ticarileşip turistik bir alana dönüşmesine ve bireylerin manevi deneyimlerini sosyal medya aracılığıyla paylaşmalarına olan katkısı incelenecektir. Bu bağlamda, çalışmada 2019-2025 yılları arasında sosyal medya platformlarında paylaşılmış kamuya açık içerikler nitel veri analizi yöntemiyle incelenmiştir. Tematik içerik çözümlemesi yoluyla estetik gösteri, dijital dua, ritüel temsili, dijital aidiyet ve ticarileşmiş temsil olmak üzere beş ana tema belirlenmiş; her bir tema altında kutsal mekânların dijital temsil biçimleri sistematik olarak sınıflandırılmıştır.

Anahtar Sözcükler: dijital gösteriş, dijital kimlik inşası, selfie ve dinî temsil, selfie etiği, manevi mekânlar.

ABSTRACT

Taking selfies in sacred places clearly reveals the interaction between modern digital culture and traditional folk beliefs and religious practices. These spaces, which play a significant role in the construction of both individual and collective identity, are also places where collective memory is actively preserved. In contemporary times, visits to sacred sites serve not only as part of a spiritual experience but also

* Yüksek Lisans Öğrencisi. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Kocaeli/Türkiye. E-posta: orhan-ozdemir441@outlook.com. ORCID: 0009-0002-0417-9979.

as opportunities to create shareable moments within the digital world. This contributes to the transformation of sacred places into spaces that reinforce both personal experience and cultural memory. This article examines the practice of taking selfies in the context of digital identity construction, social belonging, and the digital reproduction of cultural heritage, focusing on how this practice contributes to the commercialization and touristic framing of sacred sites, as well as to the public sharing of spiritual experiences through social media. In this regard, publicly available content shared on social media platforms between 2019 and 2025 was analyzed using qualitative data analysis methods. Through thematic content analysis, five main themes were identified: aesthetic display, digital prayer, ritual representation, digital belonging, and commodified representation. Each theme was systematically classified based on the digital representations of sacred spaces.

Keywords: digital display, digital identity construction, selfie and religious representation, selfie ethics, spiritual places.

Giriş

Günümüzde teknolojinin yaşamın her alanına nüfuz edişi, halk bilimi ve kültürel analizlerin yeni bir perspektifle incelenmesini beraberinde getirmiştir. Dijital çağın başlaması, dijital kültür kavramının doğmasına sebep olmuştur. Ercansungur ve Çetin'e (2023: 571) göre dijital kültür; dijital ağlar üzerinden iletişim kuran insanların bilgi birikimlerini, inançlarını ve kültürel uygulamalarını içermenin yanında, söz konusu etkileşim neticesinde yine dijital ağlar üzerinden yeni kültürel düşüncelerin ve uygulamaların doğmasına sebep olmuştur. Özellikle sosyal medyanın ve akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla daha belirgin hale gelen bu süreç, mekân ve hafıza ilişkisini farklı bir boyuta taşımıştır. Söz konusu ilişkinin farklılaşmasında etkin rol oynayan unsurlardan biri de "selfie" kavramının ortaya çıkmasıdır. Sosyal medya kullanıcılarının fotoğraf paylaşma yöntemlerinden biri olan ve oldukça rağbet gören yeni kavramın Türkçe karşılığı, 2014 yılında Türk Dil Kurumu tarafından "özçekim" olarak belirlenmiştir (Özdemir, 2015: 124). Özçekim terimi, İngilizcede kişinin cep telefonu ya da fotoğraf makinesi kullanarak kendi fotoğrafını çekip bunu sosyal medya platformlarında paylaşması anlamına gelmektedir.

Selfie çekme, dijital dünyada bireylerin kendilerini ifade etme, ânı yakalamaya ve toplumsal aidiyet duygusunu pekiştirme araçlarından biri haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarında varlık göstermek, bireyin kimliğini o platformdaki arkadaşlarına sunarak dijital dünyada kendini var kılması anlamına gelir. Dolayısıyla bir görüntünün fotoğraf makinesiyle kaydedilmesi,

onun doğrulayıcı ve haklı çıkarıcı bir anlam taşıdığına işaret eder. Kimliğini ifade etmek; uygun bir profil oluşturmak, temsil edici bir fotoğraf seçmek, beğeniler ve tanımlayıcı özellikler eklemek ve bir arkadaş listesi oluşturmakla başlar (Ökten, 2024: 7). Kutsal mekânlarda selfie çekme ise bireylerin hem manevi deneyimlerini hem de toplumsal kimliklerini dijital ortamda sergilemeleri anlamına gelir. Dolayısıyla çekilen selfie, sadece bireysel bir hatıra değil; aynı zamanda o mekânın kültürel ve dinî anlamlarının dijital ortamdaki temsidir. Kutsal mekânlarda fotoğraf çekme, “görsel bir anlatı” biçimi olmakla birlikte; toplumsal hafızanın, kültürel değerlerin ve inanç sistemlerinin dijitalleşmesinin de önemli araçlarından birisidir. Zira bireyler, sosyal medya platformları aracılığıyla kutsal mekânlarda çekilen selfie’lerini paylaşarak mekânların sosyal ve kültürel anlamlarını yeniden üretir. Sosyal medya sayesinde farklı manevi yaklaşımlar keşfedilebilir ve bu, kişilerin kendi manevi pratiklerini çeşitlendirmelerinde rol oynar. Kültürel ve manevi gelişim ise bireylerin daha geniş bir bakış açısı kazanmalarını ve manevi yolculuklarında daha esnek ve açık fikirli olmalarını sağlar (Kuş, 2024: 20-21). Paylaşılan fotoğraflar dijital bir hatıra oluşturur. Bireysel kimliklerin toplumsal kimliklerle harmanlanmasına olanak tanıyan ilgili süreç, dijital ortamda kendini ifade etme biçimlerini yeniden şekillendirir. Benlik sunumunun toplumsal kimliklerle harmanlanması ise dijital ortamda kendini ifade etme biçimlerini yeniden şekillendirir. Söz gelimi bir kişi belirli bir kutsal alanda çektiği selfie ile manevi bir deneyimini paylaşmakla kalmaz; aynı zamanda ait olduğu topluluğun kültürel ve dinî kimliğini de yansıtmış olur. Fotoğraflar bireylerin toplumsal hafıza ile olan bağlarını güçlendirirken bir yandan da sosyal medya aracılığıyla bu hafızayı daha geniş kitlelere yayar. Fotoğrafın sınırlarını aşan anılan yayılımın genişliği, sosyal medya kullanıcısı olan öznelerin, “bakan” değil, “bakılan” olma çabasından kaynaklanır (Şendeniz, 2015: 25).

Kutsal mekânların dijital ortamda popülerleşmesi, bireylerin dinî ve kültürel kimliklerini daha geniş kitlelere ulaştırmalarını sağlasa da sanallaşan mekânların manevi derinliğinin zayıflaması endişesini de beraberinde getirir. Küresel iletişim dinamikleri, kutsal mekânların küresel ölçekte tanınmasına ve kültürel mirasın korunmasına katkı sunmanın yanında farklı manevi yaklaşımların keşfedilmesini de sağlar. Dijital dünyanın sunduğu olanaklar sayesinde mekânlar, daha geniş bir izleyici kitlesine ulaşır. Mekânların dijital dolaşıma açılması da farklı kültürel perspektiflerin paylaşılmasını mümkün kılar. Dolayısıyla kutsal mekânlarda selfie çekme pratiği,

halk bilimi perspektifinden değerlendirildiğinde modern kültürel değişimlerin dinî ve manevi deneyimler üzerindeki rolünü net bir şekilde ortaya koyar.

Kutsal Mekânlarda Selfie: Saygı, Estetik ve Dijital Gösterişin Birleşimi

Halk inanışları ve dinî ritüeller, nesilden nesile aktarılan ve toplumsal bellekte önemli bir yere sahip olan değerlerdir. Kutsal mekân ziyaretleri geçmişte dua etmek, dilekte bulunmak ya da manevi huzur arayışı gibi ritüellerle şekillenirken günümüzde dijital kültürün etkisiyle bu geleneksel pratiklere ek olarak yeni deneyim ve etkinliklerle farklı bir boyut kazanmıştır. Ziyaretçiler, kutsal mekânlarda geçirdikleri anları selfie ya da fotoğraf çekerek ölümsüzleştirmekte ve sosyal medya platformlarında paylaşmaktadır. Gerçekleşen dönüşüm süreci kutsal mekânların bireysel ve kolektif hafızada yeni bir anlam kazanmasına yol açmıştır. Kişisel dinî deneyimlerin, geleneksel anlatılar yerine sosyal medyada anlık paylaşılan içerikler aracılığıyla aktarımı, anlık deneyimlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Dolayısıyla selfie çekmek ve bunu sosyal medyada paylaşmak, bireyin kutsal mekânla kurduğu manevi bağın bir tür dijital temsili olarak görülebilir. Ele alınan konuda benzer tespitlerde bulunan Haberli'ye göre (2019: 310) dijital teknolojiye ilerlemeler; yeni medya ortamlarının çeşitlenmesine, işlevlerinin genişlemesine, dinle olan etkileşimin güçlenmesine ve dönemin dinamiklerine uygun yeni tanım ve kavramların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bireylerin kutsal mekân etiketiyle birlikte kendilerini türbenin içinde veya çevresinde fotoğraflamaları, kutsal mekân ve insan ilişkisinin sosyal medyada edildiği yerin niteliğini göstermektedir. Özellikle selfie çekme pratiği, kutsal mekânlarda geçirilen anların sadece bireysel hafızada değil, dijital ortamda da görünür kılınmasını sağlamaktadır. Kâbe, Eyüp Sultan Türbesi, Ayasofya Camisi, İstanbul Eyüp Sultan Camisi vb. gibi mekânlarda çekilen selfie'ler, bireylerin manevi deneyimlerini sadece kişisel hafızada değil, dijital hafızada da ölümsüzleştirmesine olanak tanımaktadır. Ancak söz konusu değişim, dijital kültürün etkisiyle kutsal mekânların yalnızca ibadet alanı olmanın ötesine geçerek sosyal medya içeriklerinin üretildiği turistik noktalara dönüşmesi, geleneksel dindarlık pratiklerinde bir dönüşüm yaşanabileceğine işaret etmektedir. Bu olgunun, bireysel dinî deneyimlerin doğası üzerindeki etkileri ise ileride yapılacak saha araştırmalarıyla daha net bir şekilde ortaya konulabilir. Sosyal medya hesaplarından yaptıkları ibadetleri paylaşan insanlar, kutsal mekânları tanıtmakla kalmayıp diğer insanların bu mekânlara nasıl gelecekleri hakkında da bilgilendir-

me yapmaktadırlar.¹ Bununla birlikte, yapılan paylaşımlar bireylerin manevi deneyimlerini görünür kılmalarını ve dijital ortamda bir topluluk oluşturmalarını sağlar. Kurulan topluluğu sanat cemaat kavramıyla ilişkilendirmek mümkündür. Haberli'ye göre (2012: 124) dijital ortamda oluşturulan topluluklar belli bir zamana ya da fiziksel mekâna bağlı kalmadan iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlarla kurulan soyut ortamlarda varlık bulmuşlardır.² Kutsal mekânlarla ilgili yapılan paylaşımlar, hem ibadetlerin dijitalleşmesine hem de dinî mekânların birer sosyal etkileşim alanına dönüşmesine aracılık eder. Böylece kutsal mekânlarla ilgili yeni bir sembolik anlatının oluşmasına ve ziyaretlerin sosyal bir statü göstergesi hâline gelmesine neden olur. Söz konusu sürecin halk bilimi perspektifinden değerlendirilmesi ise kutsal mekân ziyaretleriyle ilgili dijital paylaşımların, modern zamanlarda dinî pratikleri dönüştürdüğünü ve geleneksel halk inanışlarının dijital kültürün etkisiyle yeniden şekillendiğini ortaya koyar.



Görsel 1. Kutsal Mekânda Selfie Gündemi (URL-1).

İnsanların kutsal mekânlarda çektikleri selfie'ler, bireysel anı biriktirme amacıyla sınırlı kalmayıp, sosyal medya aracılığıyla sergilenen dijital gösterişin bir parçasına dönüşür. Söz konusu durum kutsal mekânların, manevi mekân olmaktan çok "görsel temsil sahnesi" ne dönüştüğünü gösterir. Halk inanışlarında ve kolektif hafızada kutsal mekânlar ciddiyet ve manevi derinlik taşıyan mekânlardır; yapılan her hareketin, ortamın kutsiyetine uygun olması beklenir. Alanı fotoğraflamak bazen saygının zedelenmesi olarak

¹ Özellikle Instagram gibi görselliğin ön planda olduğu platformlarda bazı influencerlar, kutsal mekân ziyaretlerini detaylı biçimde belgeleyerek hem dinî pratiklerini görünür kılmakta hem de takipçilerine bu mekânlara nasıl ulaşacakları, ne zaman gitmeleri gerektiği ve hangi ritüelleri gerçekleştirebilecekleri gibi pratik bilgiler sunmaktadır. @gezginaktivistcemile adlı bir Instagram fenomeni, 2024 yılında yaptığı umre paylaşımında Mekke'deki otel seçimi, ibadet saatleri ve dikkat edilmesi gereken hususlara dair bilgilendirme yapmıştır. Bu tür içerikler, kutsal mekânların kişisel deneyimden çok yönlendirilmiş bir tüketim biçimine dönüşmesine zemin hazırlayabilir.

² "Tur Hac Umre" adlı Facebook sayfasında bir araya gelen kullanıcılar sanal cemaat oluşturarak gittikleri kutsal mekânlara dair fotoğraflar paylaşmakta, bu paylaşımlara yorumlar yapılmakta ve etkileşimde bulunmaktadır.

algılanabilir. Özellikle ibadet hâlindeki bir topluluğun arasında yapılan gösterişli ve abartılı selfie denemeleri olumsuz bir iz bırakabilir ve geleneksel dinî anlayışa aykırı düşebilir.

Diğer yandan, estetik boyut da bu sürecin önemli bir parçasıdır. Selfie çeken bireyler, yalnızca o ânı kaydetmekle kalmaz aynı zamanda arka planın, kadrajın, ışığın ve hatta kendi kıyafetlerinin dahi görseelliğe hizmet etmesini ister. Anılan durum, estetik deneyimin gerçekleşmesinde kilit rol oynayan özne[nin] (suje), diğer bir unsur olan nesne (obje) karşısında etkilenen, değerlendiren ve yorum yapan konumunu imler (Temizer, 2024: 537). Kutsal mekânların, manevi mekân olmaktan çok birer “gösteri sahnesine” dönüşmesi, kültürel belleğin aktarımında yeni bir araç olarak selfie’yi ön plana çıkarır. Selfie çeken bireylerin estetik kaygılarla oluşturduğu içerikler ise geleneksel anlatılar yerine bireysel dijital hikâyelere hizmet etmeye başlar. Dijital dönüşümün sosyal ve psikolojik boyutları, bireylerin kutsal mekânlardaki manevi deneyimlerini dijital ortamda paylaşma yoluyla ya da toplumsal kimliğini ifade etme arzusuyla şekillenir. Zira sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, bireylerin toplulukla bağ kurma ve aidiyet duygularını pekiştirme ihtiyacının yanında, psikolojik olarak onay ve görünürlük arayışını da yansıtır. Medyatikleşme süreci, bireylerin dijital platformlarda kendilerini yeniden yapılandırma biçimlerini etkileyerek, kutsal mekânların manevi anlamlarını dijital bir gösteriş alanına dönüştürmelerine neden olur.



Görsel 2. Hac Ritüelinde Dijital Görünürlük Sorunu (URL-2).

Geleneksel Kutsal Hatıralardan Dijital Anılara: Tılsımdan Selfie'ye Kültürel Dönüşüm

Kültürel pratikler, zaman içinde değişim göstererek farklı biçimlere bürünebilir. Kutsal mekânları ziyaret edenlerin geçmişte hatıra olarak yanlarında getirdikleri nesneler ve günümüzde kutsal mekânlardan anı toplama

biçimleri, kültürel sürekliliğin ve dönüşümün somut örneklerinden biridir. Eskiden hac ve umreye gidenler, yanlarında zemzem suyu, hurma ve kutsal topraklardan getirdikleri taş veya tespih gibi nesneleri hatıra olarak saklardı. Günümüz ziyaretçileri ise, Kâbe ve Mescid-i Nebevi'nin fotoğraflarını çeke- rek ya da selfie oluşturup sosyal medyada paylaşarak anılarını dijital or- tamda saklamayı tercih etmektedir. “İnanç ile turizm arasındaki güçlü bağı” (Çam ve Avcı, 2023: 29) ortaya koyan teknolojik dönüşüm, geleneksel hatı- ra nesnelerinin yerini dijital kayıtların aldığını ve bireylerin kutsal mekânlarla kurduğu anlam dünyasının modern iletişim teknolojilerinin etkisiyle yeniden şekillenip değiştiğini göstermektedir.

Tarihin farklı dönemlerinde kutsal mekânları ziyaret eden kişiler, bu yerlerden kendileriyle birlikte çeşitli nesneler getirmişlerdir. Geleneksel ni- telikli kutsal ziyaretlerin ardından hatıra ve bereket paylaşımına dayanan uygulamanın en yaygın örneği, Hac'dan dönen kişinin evine yapılan ziyaret- lerde gelen konuklara zemzem, hurma ve lokma gibi çeşitli yiyecek ve içe- cekleri ikram etmesi ya da sürme, kına, yüzük, tespih gibi süs eşyalarını he- diye etmesidir (Yolcu, 2014: 97). Günümüzde ise Kâbe veya Mescid-i Nebevi önünde çekilen fotoğraflar ve selfie'ler, kutsal deneyimin dijital bir hatırası olarak paylaşılmaktadır. Yeni uygulamanın kazandığı yeni boyut ise hacı adaylarının kutsal topraklarda çektikleri selfie'ler ve fotoğraflardır. Bunların sosyal medyada geniş bir kitleyle paylaşılması, manevi yolculukları dijital hatıralara dönüştürmektedir. Hacı adayları, kutsal topraklarda çektikleri selfie'leri ve fotoğrafları sosyal medya platformlarında paylaşarak dene- yimlerini daha geniş bir çevreyle paylaşmakta ve manevi yolculuklarını diji- tal hatıralara dönüştürmektedir. Kâbe önünde çekilen bir selfie ya da Medi- ne'de Ravza-i Mutahhara'nın önünde yapılan bir video kaydı (URL-6, 7), geleneksel hatıra nesnelerinin yerini alarak kutsal yolculuğun yeni nesil bir anlatımı hâline gelmiştir. Söz edilen durum, geçmişten günümüze kutsal mekânlarla kurulan bağın, teknolojinin sunduğu imkânlarla nasıl yeniden şekillendiğini göstermektedir. Geçmişte somut nesnelerle ifade edilen ma- nevi bağ, günümüzde dijital içerikler aracılığıyla yaşatılmaktadır. Fotoğraf ve selfie'ler, kutsal mekân ziyaretlerinin kişisel ve kolektif hafızadaki yerini korumaya yardımcı olurken sosyal medya platformları da deneyimleri daha geniş kitlelerle paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Böylece geçmişten günümüze kutsal mekânlarla kurulan ilişki, teknolojinin etkisiyle şekil de- ğiş- tirerek varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Böylelikle kültürel pratiklerin sürekliliği korunurken aynı zamanda modernleşme ve dijitalleşme ile nasıl yeniden yorumlandığını da göstermektedir.

Kutsalın Görselleşmesi: Manevi Mekânların Sosyal Medyada Yeniden İnşası

Kutsal mekânlarda geçirilen anların fotoğraflanarak paylaşılması, bu deneyimin sadece bireysel hafızada değil, dijital kolektif bellekte de yer almasını sağlamaktadır. Geleneksel olarak dua etmek, dilekte bulunmak veya manevi huzur aramak amacıyla gerçekleştirilen ziyaretler, bugün estetik bir kompozisyonla kurgulanan dijital içeriklerin üretildiği alanlara dönüşmektedir. Ziyaretçilerin kutsal mekânlarda çektiği selfie'ler, bir yandan bireyin kimlik sunumuna hizmet ederken, diğer yandan kutsalın görsel bir temsil olarak yeniden üretildiği dijital bir vitrin oluşturur. Goffman'ın benlik sunumu teorisinde, performans ve vitrin kavramları merkezi bir role sahiptir. Goffman'a göre, performans, bir kişinin belirli bir gözlemci kitlesi karşısında, belirli bir zaman dilimi içinde yaptığı ve izleyiciler üzerinde bir etki yaratan tüm eylemler olarak tanımlanır (Kavut, 2018: 3). Bir toplumun dinî, kültürel ve toplumsal kimliğinin şekillenmesine ve korunmasına katkı sağlayan kutsal mekânlar; din bilimleri, sosyoloji, psikoloji gibi disiplinlerin yanı sıra halk biliminin de inceleme kapsamındadır. Kutsal mekânların en önemli özelliği, burada nasıl davranılması gerektiğinin keskin sınırlarla belirlenmiş olmasıdır. Ancak dijital çağla birlikte sosyal yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelen telefonlar ve fotoğraf makineleri, kutsal mekânlardaki davranış biçimlerinde köklü bir değişimin yaşanmasına yol açmıştır. Dijitalleşme temelli kültürel dönüşüm, kutsal mekân ve selfie çekme kültürü arasındaki ilişkiyi incelmeyi gerekli kılmıştır. Zira insanlar, kutsal kabul edilen mekânlarda sadece manevi bir deneyim yaşamakla kalmayıp aynı zamanda bu deneyimi dijital ortamda da görünür kılma ihtiyacı duymuştur. Konuya ilişkin önemli çalışmalarıyla bilinen Özdemir'in de belirttiği gibi (2015: 119) akıllı telefonların sosyal medyaya bağlanabilmesi ve fotoğraf çekme özelliklerinin birleşmesi, fotoğraf etkinliğinin tamamen sanal ortama kaymasına sebep olmuştur.



Görsel 3. Kâbe'de Başkası Adına Yapılan Duanın Dijital Temsili (URL-3).

Kutsal mekânlarda selfie çekmek, kutsal mekânların ticarileşmesine de yol açar. Mirzaoğlu'na göre (2023: 89) mekânın değer taşıması, ona yeni anlamlar kazandırırken aynı zamanda tüketimin de merkezi haline gelir ve bu durum, mekân tüketimi ile ticaret alanlarının ortaya çıkmasına yol açar. Turistik nitelik kazanan alanlarda selfie çekme kültürü, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde ticari bir boyut kazanır. Bu bağlamda, sosyal medyada görünürlüğü artan kutsal mekânların, yalnızca manevi nedenlerle değil, aynı zamanda kültürel merak, estetik arayış ve deneyim paylaşma isteğiyle ziyaret edilmeye başlandığı gözlemlenmektedir. Bu durum, söz konusu mekânları inanç turizmi kapsamında cazibe merkezlerine dönüştürmekte, geleneksel ziyaret anlayışına turistik bir boyut eklemektedir. Günümüzde turizm faaliyetleri yalnızca fiziksel hareketlilikle sınırlı kalmayıp, dijital mecralarda görünürlük kazanmış mekânlara yönelik ilgiyle şekillenmektedir. Bu nedenle, kutsal mekânların sosyal medya üzerinden dolaşıma girmesi, bu alanların ziyaret edilme nedenlerini çeşitlendirmekte ve dinsel motivasyonların yanına kültürel ve deneyimsel motivasyonları da eklemektedir. Bu dönüşüm, kutsal mekânları sadece ibadet edilen alanlar olmaktan çıkararak, estetik olarak temsil edilen, ziyaret edilmesi teşvik edilen ve dolayısıyla ekonomik anlamda yatırım yapılabilir alanlar haline getirmektedir. Özellikle ziyaretçi beklentilerinin dönüşmesi, mekânsal düzenlemelerde fonksiyonel ve görsel değişiklikleri kaçınılmaz kılmaktadır. Söz gelimi selfie çeken insanlar daha iyi aydınlatma, daha ilginç arka planlar, fotoğraf çekecekleri alanlar gibi özelliklere sahip mekânlar arar. Yaşanan değişim de mekân sahiplerini veya yerel yönetimleri, ziyaretçilere daha iyi hizmet sunmaya yönlendirir. Ziyaretçi odaklı bu dönüşüm, mekânın kutsallık içeriğini korumakla birlikte, çevresel ve yapısal biçimde yeniden işlev kazanmasında etkili olur.

Böylece hem ziyaret sayıları artmakta hem de mekâna atfedilen anlam çeşitlenmektedir. Kutsal mekânların manevi bir sığınak olmaktan çıkarak turistik ve ticarileşmiş alanlara dönüşmesi, geleneksel dinî deneyimlerin içtenliğini, özgünlüğünü ve samimiyetini zedeleyebilir. Bu, bireylerin bu mekânlarda yaşadığı ruhsal derinliği azaltabilir, kutsallığın metalaştırılması anlamına gelebilir. Dolayısıyla bu dönüşüm, geleneksel dindarlığın ve kutsala dair algının dönüşümü açısından bir yabancılaşma yaratabilir. Bununla birlikte selfie içeriklerinin sadece gösterme ya da izletme niyetiyle paylaşılmasının ötesinde, bu tür paylaşımlar kimi zaman kutsal mekâna yönelik bir ziyaret planı olmayan bireylerde bu yönde bir niyet oluşturabilir. Söz gelimi, Ayasofya Camisi önünde çekilen ve “Mutlaka gelmelisiniz, çok etkileyici bir

atmosfer” gibi ifadeler içeren paylaşımlar, mekânın dijital görünürlüğüne artırmakta ve potansiyel ziyaretçileri harekete geçirebilmektedir. Bununla birlikte, bireyin yaptığı paylaşımlar yalnızca kendi manevi tatminini değil, bu içerikleri gören takipçilerinin de belli düzeyde manevi bir bağ kurmasını mümkün kılmaktadır. Özellikle “Kâbe’den sizler için dua ettim” ya da “Dua-larınız kabul olsun” gibi yazılı görseller, dijital dua biçiminde karşılıklı bir manevi etkileşimi tetiklemektedir. Paylaşılan içeriğin aldığı beğeni, yorum veya paylaşım gibi dijital etkileşimler ise bireyde motivasyon yaratmakta; bu da kişinin benzer manevi deneyimleri tekrar yaşamak ya da başkalarıyla paylaşmak yönünde bir eğilim geliştirmesine katkı sağlamaktadır. Bu tür içerikler, hem örnek davranışları görünür kılmakta hem de dijital ortamda manevi bir topluluk hissi oluşturarak bireysel deneyimin ötesinde kolektif bir anlam üretimine katkı sunmaktadır.

Kutsal kabul edilen mekânlar, halkın dinî inançlarının somut bir yansıması olarak toplumsal ve kültürel pratiğin önemli bir parçasını oluştururlar. Kutsal kabul edilen belirli mekânları ziyaret etme edimi, Türk halk dindarlığının en karakteristik yönlerinden birini oluşturur. Bunun Anadolu’daki en yaygın örnekleri; yatır, türbe, ocak, evliya, dede, baba vb. isimlerle anılan yerleri ziyaret etme edimidir (Ak, 2018: 17). Kutsal mekânlar, halk bilimi perspektifinden bakıldığında kültürel kimliğin ve manevi bağların somutlaştığı yerler olarak kabul edilir. Temur’a göre kültür; bireyin aidiyet duygusunu güçlendiren, dolayısıyla onu ait olduğu toplumun değerlerine ve diğer üyelerine bağlayarak ortak bir belleğin oluşmasını sağlayan en önemli unsurdur (2017: 174). Bir toplumun varlığını koruması ve sürdürebilmesi, bireysel kimliğin yanı sıra, onun dayandığı kolektif hafızayı korumaktan geçer. Hatta kültürel mirasın kutsal göstergeleri olan tekke ve türbe gibi mekânları ziyaret etmenin ne denli önemli olduğunu ortaya koyar (Ak, 2018: 17). Dijital kültürün kutsal mekân algısını nasıl dönüştürdüğünü somut örneklerle gözlemleyebilmek amacıyla hazırlanan aşağıdaki tablo, farklı sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımlar üzerinden bu dönüşümün pratik yansımalarını ortaya koymaktadır.

Sosyal medyanın dönüştürücü gücü, kutsal mekânlara yönelik ziyaret pratiklerini de önemli ölçüde etkilemektedir. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformlarda en fazla etiketlenen kutsal alanlardan biri Ayasofya Camisi’dir. Bu caminin dijital ortamdaki görsel temsili ile fiziksel ziyaretçi sayıları arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel inceleme konusu olan kutsal mekânlarda selfie çekme kültürü, dijital çağın bireylerin manevi

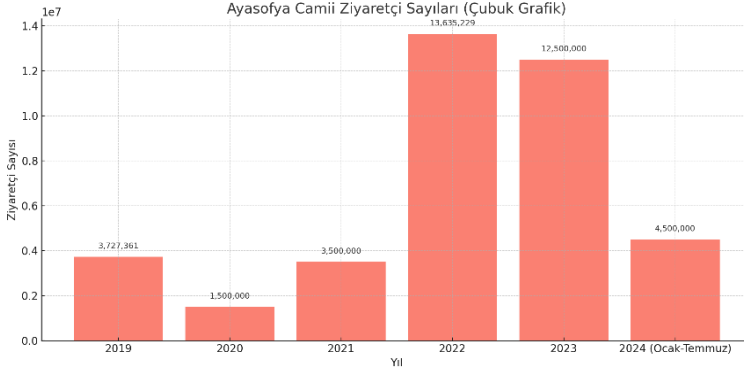
deneyimlerini ve toplumsal aidiyetlerini ifade etme biçimlerini nasıl dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Özellikle 2020 yılında Ayasofya'nın yeniden cami statüsüne kavuşması, hem sosyal medya platformlarında artan görsel yoğunluk hem de fiziksel ziyaretçi sayılarındaki kayda değer yükselişle birlikte ele alınmalıdır. Sosyal medya paylaşımları kullanıcıların kutsal mekânları hem bireysel maneviyatlarını ifade ettikleri hem de bu mekânları dijital belleğe taşıdıkları alanlar olarak konumlandırdıklarını göstermektedir. Dijital mecralarda kutsal mekân ile ilgili yorumların büyük çoğunluğunda “huzur”, “şükür”, “gitmek istiyorum” gibi ifadeler öne çıkmaktadır. Bu dil kalıpları, kutsal mekânların bireylerin içsel yolculuğunda sembolik bir rol üstlendiğini ve sosyal medya aracılığıyla bu deneyimin başkalarıyla da paylaşılma istendiğini göstermektedir. Öte yandan, kullanıcıların selfie çekme ve paylaşma pratikleri yalnızca manevi deneyimin dışı vurumu değil; aynı zamanda bir “sosyal medya performansı” olarak da okunabilir. Ayrıca, kullanıcıların çoğunun alt metinlerde kendilerini merkeze alan anlatılar kurdukları dikkat çekmektedir: “İçimde huzur bulduğum yer”, “Her anı çok değerli” gibi ifadeler bireysel deneyimin öznelleştirilmiş biçimini ortaya koyar. Bu da kutsal mekânların geleneksel, kolektif işlevinden çok bireysel dijital hafıza üretimi açısından değerlendirildiğini gösterir.

Platform	Görsel Unsur	Alt Metin Teması	Yorum Teması
Instagram	Ayasofya Camisi Önünde Kalabalık	Şükür	Gitme Arzusu
Instagram	Mevlana Türbesi Önünde Selfie	Huzur	İçsel Sakinlik
Facebook	Dua Eden Kişi	Maneviyat	Kutsallık
Twitter	Kutsal Kitapla Fotoğraf	Teslimiyet	Derinlik
Instagram	Ayasofya Camisi Gölgesinde Turist	Estetik Hayranlık	Ulusal Değer

Tablo 1. Kutsal Mekân Paylaşımlarında Dijital Temsil: Sosyal Medyada Selfie Pratiklerine Dair Tematik Dağılım

Aşağıdaki tabloda Ayasofya Camisi'ne ilişkin ziyaretçi sayılarındaki değişim kutsal mekânların dijital çağda nasıl bir dönüşüm geçirdiğini gözler önüne sermektedir. Özellikle sosyal medyada “#ayasofya” etiketiyle yapılan gönderilerdeki artış, mekânın dijital vitrinlerdeki görünürlüğünün fiziksel ilgiyi doğrudan etkilediğini göstermektedir. 2020 yılından itibaren artan sosyal medya ilgisi pandemiye rağmen 2021 yılında ziyaretçi sayısının yeniden 3.5 milyona yaklaşmasına zemin hazırlamıştır. Bu durum, kutsal mekânların yalnızca dinî bir deneyim alanı değil; aynı zamanda sosyal medya içerikle-riyle desteklenen kültürel bir tüketim nesnesine dönüştüğünü göstermekte-

dir. 2022 yılı, hem dijital gönderilerde hem de fiziksel ziyaretçi sayısında zirve noktası olarak dikkat çekmektedir. Bu yıl boyunca yaklaşık 13.6 milyon kişinin Ayasofya Camisi'ni ziyaret etmesi, sosyal medya içerikleri aracılığıyla yapılan “manevi pazarlamanın” etkili bir sonucu olarak değerlendirilebilir.



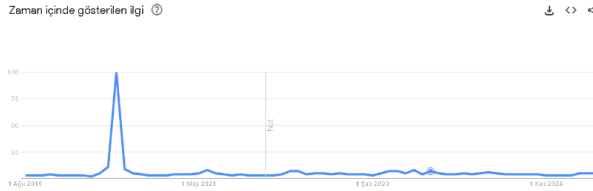
Tablo 2. 2019–2024 Arası Ayasofya Camisi Ziyaretçi Sayılarındaki Değişim, 2019–2024. (Tablonun oluşturulmasında çeşitli internet siteleri baz alınmıştır. Bk. URL–8, 9, 10, 11).

Tablodan çıkarılan veriler ışığında, kutsal mekânların bireyler nezdindeki geleneksel anlamlarının yerini giderek daha fazla sosyal medyada görünür olma, estetik içerik üretme ve dijital aidiyet oluşturma pratiklerine bıraktığı görülmektedir. Bu süreçte ziyaretçiler, ibadetin yanı sıra sosyal medya paylaşımı yapabilecekleri kareleri yakalama çabası içerisine girmekte; mekânın “manevi alan” kimliği, dijital çağın estetik ve gösteri odaklı kültürüyle yeniden şekillenmektedir. Instagram’da yapılan paylaşımlar sonucunda hem ulusal hem de uluslararası turistlerin dikkatini çekmekte, bu da mekânların kültür turizmi açısından stratejik birer simgeye dönüşmesine neden olmaktadır.³

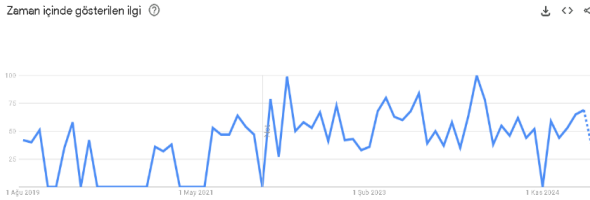
Aşağıda sunulan şekiller ve nicel içerikler, kutsal mekânların dijital çağda geçirdiği yapısal dönüşümün görsel ve istatistiksel düzeyde izlenilmesini mümkün kılan kavramsal bir çerçeve sunmaktadır. Sosyal medyada üretilen içerikler ile fiziksel ziyaret pratikleri arasındaki eşzamanlılık, kut-

³ Kutsal mekânlara ilişkin görsel ve içerik üretiminin yaygın biçimde gözlemlendiği dijital mecralardan biri olan Instagram platformunda; @gezinkafalar, @gezilecek yerler, @kesfetsek, @kulturportali, @cokgezenadam ve @doyasiyagaz gibi popüler kullanıcı hesapları, söz konusu mekânlara yönelik düzenli paylaşımlar gerçekleştirmektedir. Bu hesaplar, dijital kültürün kutsal alan algısını nasıl şekillendirdiğine dair daha kapsamlı veriler sunmakta olup, konuya dair ayrıntılı inceleme yapmak isteyen araştırmacılar için başvurulabilecek nitelikli örnekler arasında yer almaktadır.

sal mekânların yalnızca manevi tecrübenin yaşandığı alanlar olmaktan çıkarak dijital temsiller üzerinden yeniden tanımlandığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kullanılan veri setleri, bireysel dinî deneyimlerin kamusal alanda görselleştirilmesiyle birlikte, kutsalın dijital mecralarda nasıl yeniden inşa edildiğini ve bu sürecin toplumsal hafızayı nasıl dönüştürdüğünü kültürel bir fenomen olarak ele alır. Nitekim mekânın dijital görünürlüğüyle fiziksel çekim gücü arasında kurulan bağ, sosyal medyanın bir vitrin işlevi üstlenerek kutsalı estetik, turistik ve ekonomik kodlarla yeniden yorumlama potansiyelini göstermektedir. Tablolarda yer alan örnekler, dijital içeriğin semantik katmanlarını analiz etme imkânı sunarken sayısal veriler ise bu dönüşümün ölçülebilir yönlerini açığa çıkararak dijital kültür ile halk inançları arasındaki etkileşim alanını disiplinler arası bir yaklaşımla görünür kılmaktadır.



Şekil 1. Ayasofya Camisi'nin Ziyaretçi Sayılarının Yıllara Göre Değişimi (URL-13).

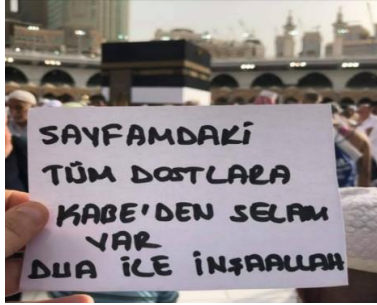


Şekil 2. İstanbul Eyüp Sultan Camisi'nin Ziyaretçi Sayılarının Yıllara Göre Değişimi, 2019-2024 (URL-14).

Selfie ve Maneviyat Arasında: Kutsal Mekânlarda Dijital Görünürlüğün Temsili

Geleneksel olarak dua, niyaz, adak ve tevekkül gibi ritüellerle anlam bulan kutsal mekân ziyaretleri, dijital çağın dinamikleriyle birlikte yeni bir ifade biçimi kazanmıştır. Artık bu ziyaretler yalnızca manevi bir deneyim değil; aynı zamanda dijital mecralarda paylaşılan bir görselleştirme ve temsil pratiğine dönüşmektedir. Özellikle selfie çekme eylemi, bireylerin kutsal bir mekânla kurduğu bağın hem bireysel hem de kamusal düzeyde

görünür kılınmasını sağlar. Bu bağlamda selfie, yalnızca bir hatıra değil; aynı zamanda bir kimlik ifadesi, bir toplumsal aidiyet beyanı ve bir dijital performans aracıdır. Bu çalışmada, kutsal mekânlarda çekilen selfie'ler ve bu görsellerin sosyal medya platformlarındaki temsili, maneviyat ve dijital görünürlük ekseninde değerlendirilmiştir. Instagram, Twitter ve Facebook gibi platformlarda “#kabe”, “#dualiselfie”, “#huzur” gibi etiketlerle paylaşılan gönderilerde, kutsal mekânın genellikle görsel bir arka plan olarak konumlandırıldığı; bireyin ise fotoğrafın merkezinde yer alarak özneleştiği görülmektedir. Bununla birlikte, yalnızca görsel değil, metinsel içerikler de manevi deneyimin dijital alandaki sunumunu derinleştirmektedir. Kâbe önünden paylaşılan birçok gönderide, “Sizler için dua ettim”, “Kâbe’den selamlar”, “Dualarınız kabul olsun” gibi ifadelerle bezenmiş yazılı görseller, dijital halk anlatısının birer parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.



Görsel 4. Kâbe’den Gönülden Gelen Selamlar (URL-4).

Bu tür içerikler, hem bireyin ibadet deneyimini paylaşma isteğini hem de topluluğa aidiyet gösterme çabasını yansıtır. Kullanıcılar yalnızca kendi manevi yolculuklarını belgelemekle kalmamakta; aynı zamanda takipçilerine, arkadaş çevresine veya dijital cemaatlerine dua etme, onları hatırlama, selam gönderme gibi kültürel kodlarla seslenmektedir. Bu pratikler, dijital folklor bağlamında “dijital dua” ve “görsel selam iletimi” biçiminde tanımlanabilir. Bu durum, geçmişte mektupla ya da hediyelik eşyalarla kurulan sembolik bağların yerini, bugün sosyal medya aracılığıyla kurulan hızlı ve kolektif dijital temsil biçimlerine bıraktığını göstermektedir. Görsel dua gönderileri, yalnızca paylaşan bireyin değil, o içeriği gören takipçilerin de manevi hafızasında bir etki bırakır. Bu sayede kutsal olan, bireyin ekranında yalnızca görülmez; aynı zamanda hissedilir, yorumlanır ve dijital cemaatin ortak belleğine dâhil edilir.



Görsel 5. Diyanet Perspektifinden Manevi Alanın Görsel İhlâli: Selfie Uyarısının Sembolik Anlamı (URL-5).

Kutsal mekânlarda selfie çekiminin toplumda yarattığı yankılar yalnızca bireysel ve kültürel dönüşümle sınırlı kalmamakta; dinî otoritelerin bu eyleme dair yaklaşımı da dijital pratiklerin meşruiyetini belirlemede etkili olmaktadır. Aşağıda yer alan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın uyarısı, manevi mekânlarda fotoğraf çekiminin özellikle ibadet sırasında saygı sınırlarını ihlal ettiği yönündeki bir kurumsal söylemi temsil etmektedir. Bu söylem, selfie pratiğinin sıradan bir dijital davranış değil; mekânın kutsiyetine dair algıyı zedeleyebilecek bir eylem olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Dolayısıyla selfie pratiği, yalnızca bireyin dijital kimlik sunumu değil; aynı zamanda kamusal düzeyde dinî ahlâkın sınırlarını tartışmaya açan bir fenomen hâline gelmiştir.

Kutsal topraklarda kendileri için dua etmelerini isteyenlerin isim listeleriyle Kabe önünde selfie çekiyor. Kişi de bunu sosyal medya hesaplarından paylaşıyor. Sakıncası var mıdır? Dinen uygun mudur?

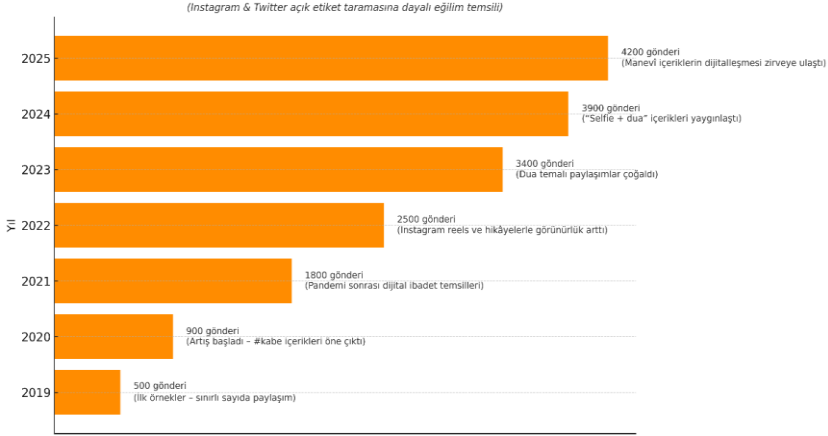
[Cevabı Göster](#)

İslam dinine göre dua için mutlaka uyulması gereken özel bir zaman ve mekan tahsis edilmiş değildir. Her yerde ve her zaman dua edilebilir. Bununla birlikte yeryüzünde ilk mabet olarak kurulmuş olan (Ali İmran 3/96), Allah tarafından "evim" diye nitelenen (Bakara 2/125) ve Hac-Umre ibadetlerinin yerine getirilme mekânı olan Kabe'de dua etmek önemlidir. Bu kutsal mekanlara giden kişilerden dua temennisinde bulunulması mümkündür. Fakat isimlerin kağıda yazılarak Kabe önünde fotoğraf çekilmesi şeklinde dua için gerekli olan dini bir uygulama bulunmamaktadır. Riyaya düşme ve ibadetten engelleme durumu olmaksızın hatıra niyetiyle böyle bir şey yapılması durumunda kişinin günaha girdiği de söylenemez. Ama bir kimsenin, gösterişe meyletmesine sebep olacağı bu gibi işlerden uzak durulması uygun olur.

Görsel 6. Dijital Cemaat Etkileşiminde Dinî Rehberliğin Yeni Biçimi: Online Soru-Cevap Kültürü (URL-5).

Yukarıdaki görselde yer alan bir kullanıcının kutsal mekânda selfie çekmenin dinî uygunluğuna dair yönelttiği soruya verilen cevap, dijitalleşen toplumda dinî danışma pratiklerinin biçimsel olarak dönüşüm geçirdiğini göstermektedir. Geleneksel olarak yüz yüze alınan dinî rehberlik, günümüzde sosyal medya ve internet platformları aracılığıyla anlık, görsel içerik temelli ve herkesin erişebileceği bir forma bürünmüştür. Bu durum, halk dindarlığı açısından dijital alanların "kamusal fetva mekânı" işlevi görmeye başladığını ve bireysel eylemlerin dinî boyutuna ilişkin toplu bilinç üretiminin çevrim içi ortamlarda şekillendiğini ortaya koymaktadır. URL-4 bağlamında kullanıcı ile verilen yanıt arasındaki etkileşim, dijital cemaatin hem bilgi talebi

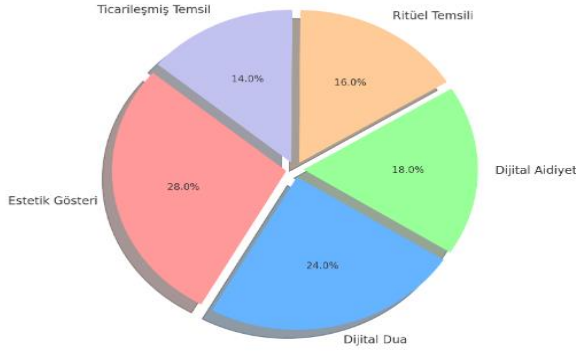
hem de kolektif değer üretimi bakımından aktif bir rol oynadığını göstermektedir. Bu durum, kutsal mekânlardaki eylemlerin yalnızca fiziksel değil; dijital-toplumsal kabul üzerinden de değerlendirildiğini kanıtlar niteliktedir.



Tablo 3. Dua + Selfie İçerikli Paylaşımların Yıllara Göre Artışı

Tablo 3'te sunulan grafik, 2019–2025 yılları arasında sosyal medya platformlarında gözlemlenen “dua + selfie” temalı paylaşımlardaki artışı göstermektedir. Veriler, Instagram ve Twitter gibi kamusal erişime açık dijital platformlarda yapılan etiket taramaları doğrultusunda, #dualiselfie, #kabe, #huzur, #şükür, #kutsalmekân gibi öne çıkan etiketler temel alınarak derlenmiştir. İlk olarak 2019 yılında sınırlı örneklerle temsil edilen bu dijital pratik, 2020 itibarıyla özellikle kutsal mekânları ziyaret eden bireylerin dinî deneyimlerini belgeleme ve görünür kılma motivasyonu ile ciddi bir artış göstermiştir. 2021 yılında ise küresel pandemi bağlamında ibadetlerin ve manevi pratiklerin fiziksel alandan dijital ortama kayması, bu artışa ivme kazandırmıştır. 2022 ve 2023 yılları arasında, görsel içerik üretimini kolaylaştıran teknolojik güncellemeler (Instagram Reels, Hikâyeler vb.) ve mobil erişimin yaygınlığı ile birlikte dijital görünürlüğe yönelik eğilim daha da güçlenmiştir. 2024–2025 döneminde ise bu tür içerikler sadece bireysel deneyimi belgeleyen araçlar olmaktan çıkarak aynı zamanda toplumsal aidiyet beyanı, manevi performans ve dijital kimlik sunumu bağlamlarında yeniden anlam kazanmıştır. Bu bağlamda grafik, dijital halk anlatılarının dönüşümüne dair hem sayısal hem de tematik bir okuma sunmaktadır. Bireyin kutsal mekânla kurduğu ilişki artık sadece fiziksel mekânda değil, dijital ortamda da ifade edilmekte; dini pratikler, bireysel maneviyattan kolektif dijital belleğe taşınmaktadır. Bu durum, halk bilimi ve dijital kültür etkileşimi açı-

sından kutsalın estetikleşmesi, bireyselleşmesi ve kamusallaşması süreçlerinin analizine katkı sunmaktadır.



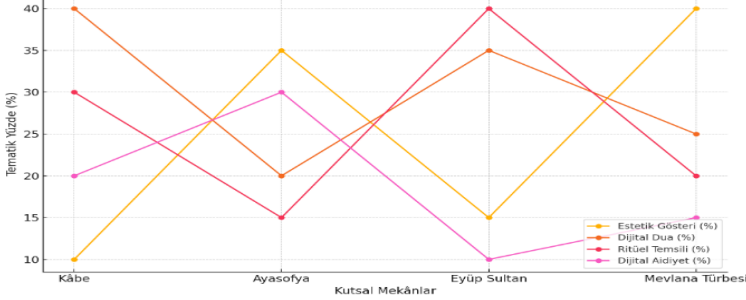
Grafik 1. Kutsal Mekân Paylaşımlarında Tematik Dağılım (2019-2025).

Grafik 1, 2019-2025 yılları arasında analiz edilen 50 kutsal mekân selfie paylaşımının tematik dağılımını göstermektedir. Oranlar, içeriklerin baskın anlamlarına göre yapılan sınıflandırma sonucunda belirlenmiştir: Estetik Gösteri: %28, Dijital Dua: %24, Dijital Aidiyet: %18, Ritüel Temsili: %16, Ticarileşmiş Temsil: %14.

Bu çalışma kapsamında, 2019-2025 yılları arasında Instagram ve Twitter platformlarında, kamuya açık şekilde paylaşılmış, kutsal mekânlarda çekilmiş selfie içeriklerinden oluşan 50 sosyal medya gönderisi incelenmiştir. Gönderiler, içeriklerine ve erişilebilirlik durumlarına göre rastgele seçilmiş; kullanıcı isimleri, profil bilgileri ve diğer kişisel veriler anonimleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemiyle, görsel, metinsel ve bağlamsal unsurlar tematik olarak kodlanmış; beş ana tema altında sınıflandırılmıştır: Estetik Gösteri, Dijital Dua, Dijital Aidiyet, Ritüel Temsili ve Ticarileşmiş Temsil. Çalışmanın sınırlılıkları arasında, 50 gönderilik örneklemin nispeten küçük ve sosyal medya platformlarıyla sınırlı olması bulunmaktadır. Ayrıca, içeriklerin sadece kamuya açık paylaşımlardan seçilmesi, daha özel ve kapalı gruplardaki dijital ritüel pratiklerini kapsamamaktadır. Gelecek araştırmalar, farklı sosyal medya platformları ve daha geniş örneklemelerle dijital kutsallık temsillerini daha derinlemesine inceleyebilir. İncelenen gönderiler, görsel (selfie, mimari fon, portre biçimi), metinsel (caption, tweet içeriği) ve bağlamsal (konum, zaman, kullanılan etiketler) yönleriyle değerlendirilmiş; içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Her gönderi, taşıdığı baskın anlama göre tematik olarak kodlanmış ve beş ana tema altında sınıflandırılmıştır: Dijital Dua, Estetik Gösteri, Ritüel Temsili, Dijital Aidiyet ve Ticarileşmiş Temsil.

Analiz edilen gönderilere göre en baskın tema “Estetik Gösteri” olarak öne çıkmaktadır. Kutsal mekânlarda çekilen selfie’lerin büyük çoğunluğu, kişisel maneviyatın ifadesinden çok, görselliğe dayalı bir sahneleme biçimi olarak kullanılmaktadır. Özellikle Instagram içeriklerinde ışık, kadraj, arka plan düzeni ve mimari detaylar dikkatle kurgulanmış; selfie, bir ibadet anı olmaktan ziyade estetik performans unsuru haline gelmiştir. Bu durum, bireylerin sosyal medya beğenisi için kutsal olanla kurdukları ilişkinin anlamını dönüştürdüğünü göstermektedir. Benzer şekilde, “Dijital Dua” teması da belirgin şekilde öne çıkmaktadır. Kullanıcılar, selfie eşliğinde dua ettiklerini ifade eden metinler paylaşmakta; hem bireysel ibadetlerini görünür kılmakta hem de sosyal çevrelerine manevi bir mesaj iletmektedir. “Dualarınız kabul olsun”, “Sizler için dua ettim”, “Selam ve dua ile” gibi ifadeler, bu tür içeriklerde sıkça rastlanan metinsel yapılar olarak görülmüştür. Bu içerikler, klasik dua ritüelinin dijital bir formda evrildiğini, görsel ve metinsel birlikteliğin yeni bir dijital halk anlatısı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. “Dijital Aidiyet” teması altında yer alan gönderilerde ise, bireylerin kutsal mekânla ilişkisi yalnızca bireysel maneviyat üzerinden değil; millî, tarihsel veya mezhepsel kimlik inşası bağlamında şekillenmektedir. Özellikle Ayasofya Camisi örneğinde, “fetih”, “hilafet” ve “ümme” gibi sembolik kavramlarla yapılan paylaşımlar, mekânın kişisel deneyimin ötesinde kolektif ve ideolojik anlamlar taşıdığını göstermektedir. Bu da dijital platformlarda kutsalın, sadece ruhsal bir anlatı değil; aynı zamanda politik ve kültürel aidiyetin aracı olarak işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Ziyaretlerin özel zamanlara denk getirildiği paylaşımlar (Hac mevsimi, kandil ve bayram günleri vb.) “Ritüel Temsili” kategorisi altında değerlendirilmiştir. Bu içeriklerde selfie, ibadet anının sadece bir hatırası değil, aynı zamanda bir belge ve tanıklık işlevi taşımaktadır. Kullanıcılar, bu kareleri hem kendileri hem de dijital toplulukları için kayıt altına almakta; fotoğraflara genellikle dua içerikli metinler eşlik etmektedir. Bu tür içerikler, halk inançları ve dini ritüellerin dijital ortama taşınma biçimleri açısından önemlidir. Son olarak “Ticarileşmiş Temsil” kategorisi, kutsal mekânların giderek daha estetik, turistik ve pazarlanabilir alanlara dönüştüğünü göstermektedir. “Mutlaka gelmelisiniz”, “Manzara harika”, “Şehirdeki en etkileyici yer” gibi ifadeler, ziyaretin ibadet veya içsel arınmadan ziyade kültürel tüketim nesnesi haline geldiğini işaret etmektedir. Konum bilgisi, öneri ve beğeni talebiyle desteklenen bu paylaşımlar, kutsal mekânın anlamını dijital pazarlama stratejilerine yaklaştırmaktadır. Bu temaların oransal dağılımını gösteren grafik hazırlanmış, içerikler önce bireysel olarak incelenip temalara göre ayrılmış, ardından her

tema altında toplanan gönderi sayısı oransallaştırılmıştır. Elde edilen oranlar görsel bir grafikte ifade edilerek hem içerik çözümlemesi hem de nicel veri kullanımı birlikte sunulmuştur. Grafik, kutsal olanın dijital kültürde nasıl estetikleştirildiğini, bireyselleştirildiğini ve kamuya açıldığını ölçülebilir biçimde göstermektedir.



Tablo 4. Mekânlara Göre Dijital Temsil Temaları.⁴

Tablo 4'te yer alan farklı kutsal mekânlar, dijital temsillerinde yalnızca mekânsal değil; aynı zamanda kültürel, sembolik ve duygusal anlam katmanlarını yansıtmaktadır. Tabloda, Instagram ve TikTok gibi platformlarda 2019–2025 yılları arasında paylaşılan ve kamuya açık olarak erişilebilen 40 dijital içerik örneği tematik içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Her biri Kâbe, Ayasofya Camisi, Eyüp Sultan Camisi ve Mevlana Türbesi olmak üzere dört farklı kutsal mekândan seçilen içerikler, anonimleştirilmiş ve yalnızca görsel ve metinsel analiz kriterlerine göre değerlendirilmiştir. Yapılan içerik analizinde, Kâbe'nin dijital temsili en baskın temanın “Dijital Dua” (%40) olduğu görülmektedir. Bu durum, hac ve umre ziyaretlerinin bireyler için güçlü bir dua motivasyonu taşıdığını ve bu manevi deneyimin dijital platformlarda da görünür kılınma ihtiyacı doğurduğunu göstermektedir. Ritüel temsili de yine %30'luk oranla Kâbe için öne çıkan bir başka tema olarak dikkat çekmektedir. Buna karşın, Ayasofya Camisi, dijital temsilde en çok “Estetik Gösteri” (%35) ve “Dijital Aidiyet” (%30) temalarıyla öne çıkmaktadır. Özellikle 2020 yılında yeniden cami olarak açılmasının ardından, Ayasofya Camisi dijital mecralarda sadece manevi değil; aynı zamanda tarihsel, ulusal ve politik aidiyetleri temsilen yoğun şekilde paylaşılmıştır. Mimari ihtişamının da etkisiyle estetik kaygılarla yapılan görsel sunumlar, bu mekânda çekilen içeriklerde ön plana çıkmaktadır. Eyüp Sultan Camisi,

⁴ Bu çalışmada kullanılan tüm veriler, Instagram ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında kamuya açık olarak paylaşılmış içeriklerden seçilmiştir. Kişisel verilerin korunması ilkesi gereği, kullanıcı isimleri, konum bilgileri ve benzeri tanımlayıcı unsurlar anonimleştirilmiş, görseller doğrudan alıntılanmadan tematik analiz kapsamında özetleyici biçimde değerlendirilmiştir.

özellikle “Ritüel Temsili” (%40) ve “Dijital Dua” (%35) oranlarıyla daha geleneksel, halk dindarlığına dayalı dijital temsillere sahiptir. Burada paylaşılan içeriklerde ailece yapılan ziyaretler, türbe başında dua etme gibi yerel ritüel pratiklerin dijitalleşmiş biçimleri izlenmektedir. Son olarak Mevlana Türbesi örneğinde en belirgin tema “Estetik Gösteri” (%40) olarak öne çıkmaktadır. Bu mekânda paylaşılan videolarda gül efektleri, yavaş çekim, pastel filtreler gibi sanatsal müdahaleler sıklıkla gözlenmiştir. Bu bağlamda dijital dua, estetik gösteri, ritüel temsili ve dijital aidiyet gibi temalar, kutsal mekânların dijital platformlardaki dönüşümüne ışık tutan başlıca kültürel kodları yansıtmaktadır.

Sonuç

Kutsal mekânlarda selfie çekmek, geleneksel halk inanışları ile modern dijital kültür arasındaki etkileşimi ve dönüşümü ortaya koymaktadır. Teknolojinin sunduğu olanaklar bir yandan dinî ve kültürel geleneklerin dijital dünyada yeniden şekillenmesiyle ilgiliyken diğer yandan bireylerin manevi deneyimlerini dijital platformlarda paylaşarak toplumsal kimliklerini ve aidiyetlerini pekiştirme arayışını yansıtmaktadır. Bu bağlamda geleneksel manevi pratikler, dijitalleşmenin etkisiyle toplumsal ve kültürel anlamlar kazanırken bireylerin dinî mekânlara yükledikleri manevi anlamlar da daha geniş kitlelere ulaşma fırsatı bulmaktadır. Geçmişte manevi deneyimlerin paylaşımı, sözlü anlatılar, hatıra nesneleri ve ritüeller üzerinden aktarılırken günümüzdeyse dijital platformlar aracılığıyla belgelenmekte ve yayılmaktadır. Dijital çağın sunduğu imkânlarla birlikte kutsal mekân ziyaretleri bireysel hafızadan çıkıp kolektif dijital belleğe taşınmış ve mekânların anlamı, sosyal medya bağlamında yeniden yorumlanmıştır. Kutsal mekânlarda selfie çekmenin bireysel ve toplumsal anlamlarını farklı açılardan ele alan bu makale, selfie çekme alışkanlığının, bireylerin yalnızca kendilerini ifade etme yöntemi değil, aynı zamanda dinî ve kültürel aidiyetlerini görünür kılma aracı olarak da değerlendirilebileceğini göstermiştir. Dolayısıyla kutsal mekân ziyaretleri, günümüzde bir ibadet ritüelinden çok sosyal medyada paylaşılabılır bir deneyime dönüşmüştür. Bireylerin kutsal mekânlarla kurduğu bağı somutlaştırması ve deneyimleri belgeleyerek toplumsal hafızaya eklemesi, selfie çekimiyle mümkün hâle gelmişken; dijital platformlarda yapılan paylaşımlar kutsal mekânların geleneksel anlamlarının yeniden şekillenmesine, kutsal mekânların ticarileşmesine ve turistikleşmesine zemin hazırlamıştır. Böylece kutsal mekânlar, selfie çekimleriyle birlikte salt dinî ve ruhanî deneyimin yaşandığı bir alan olmaktan çıkmış, bireysel ve toplumsal gösterişin sahnesine dönüşmüştür.

Bu çalışma kapsamında yapılan tematik analizler, kutsal mekânlarda çekilen selfie içeriklerinin büyük ölçüde “estetik gösteri” (%28) ve “dijital dua” (%24) temalarında yoğunlaştığını ortaya koymuştur. Bu durum, bireylerin kutsal mekânlarla kurdukları ilişkiyi yalnızca manevi bir bağ üzerinden değil; aynı zamanda estetik, performatif ve dijital aidiyet bağlamlarında kurguladıklarını göstermektedir. 2019–2025 yılları arasında yapılan içerik taramalarında, “#dualiselfie”, “#huzur”, “#kabe” gibi etiketlerle paylaşılan gönderi sayısında anlamlı bir artış saptanmıştır. Grafiksel veriler, sosyal medya görünürlüğü ile fiziksel ziyaret oranları arasında paralel bir ilişki olduğunu göstermektedir. Örneğin, Ayasofya Camisi ile ilgili görsel paylaşımların artışı, 2022 yılında fiziksel ziyaretçi sayısında zirveye ulaşılmasıyla örtüşmektedir. Bu, dijital görünürlüğün kutsal mekânlara olan ilgiyi fiziksel düzeyde de artırabileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca, yapılan analizlerde selfie içeriklerinin sadece bireysel anı kaydı değil, aynı zamanda bir “toplumsal performans” biçimi olduğu anlaşılmıştır. Goffman’ın benlik sunumu kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, bireylerin bu paylaşımlar aracılığıyla dijital cemaat önünde bir kimlik ve aidiyet sunumu gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Kâbe, Eyüp Sultan, Mevlana Türbesi ve Ayasofya Camisi gibi dört farklı kutsal mekânda yapılan dijital içerik analizleri, bu mekânların dijital platformlarda farklı temalar üzerinden temsil edildiğini göstermiştir. Örneğin, Kâbe’de “dijital dua” teması (%40) öne çıkarken, Ayasofya Camisi’nde “estetik gösteri” ve “dijital aidiyet” temaları baskındır. Bu bulgu, kutsal mekânların dijital temsilde mekâna özgü kültürel ve sembolik anlamların belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda kutsal mekânların dijital çağda yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda kültürel, estetik ve dijital kimlik performanslarının üretildiği çok katmanlı alanlara dönüştüğünü ortaya konulmuştur.

Manevi ve kültürel değerlerin dijital platformlarda nasıl temsil edildiği ve kutsal mekânların zaman içinde nasıl bir dönüşüm geçirdiği üzerine yapılan bu tür çalışmalar, halk bilimi, sosyoloji ve iletişim bilimleri açısından önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Gelecekte bu mekânların manevi değerlerini koruyarak nasıl dijitalleştirileceği, bireylerin bu mekânlarla kurdukları bağın nasıl bir boyuta evrileceği ve bu dönüşümün toplumsal hafıza üzerindeki etkileri üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Selfie pratiği bağlamında kutsalın estetikleşmesi, gösteriye dönüşmesi ve bireyselleşmesi, bu çalışmayla kavramsal düzeyde sistematik biçimde tartışılmıştır. Çalışma yalnızca Türkiye örneğine dayanmaktadır; bu yönüyle bulgular, özgün bir toplumsal ve kültürel bağlamda şekillenmiştir.

Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda, farklı ülke ve kültürlerde kutsal mekânlara ilişkin dijital ifade biçimlerini karşılaştırmalı olarak ele alınabilir. Ayrıca farklı yaş grupları ve dinî aidiyetler arasında selfie pratiğine yönelik algı farklılıklarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi, dönüşümün sosyokültürel bağlamlarını daha derinlikli kavramak açısından önemli olacaktır.

Kaynakça

- Ak, Muammer (2018). “Kültürel Kimlik ve Toplumsal Hafız Mekânları Olarak Ziyaret Yerleri”. *Turkish Studies*, 13(3): 13-25.
- Çam, Oğuz ve Avcı, Muharrem (2023). “Kutsal Alanlar, Coğrafi İşaretler, Kültür ve İnanç Rotalarının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(13): 26-43.
- Ercansungur, D. Ozan ve Çetin, Ebru (2023). “Popüler Kültür ve Dijitalleşme: Yeni Medya Ekonomisinde Yakınsama ve Kitle Üzerine Sosyolojik Bir Analiz”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 12(2): 565-584.
- Haberli, Mehmet (2012). “Yeni Bir Örgütlenme Biçimi Olarak Sanal Cemaatler”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(3): 118-134.
- Haberli, Mehmet (2019). “Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü”. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 307-315.
- Kavut, Sevgi (2018). “Goffman’ın Benlik Sunumu Kuramı Bağlamında Sosyal Medyada Kimlik İnşası: Instagram Üzerine Bir Araştırma”. *Nosyon Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1(1): 6.
- Kuş, Hanım Nur (2024). *Sosyal Medyanın Manevi Destek ve Rehberlikteki Önemi*. Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi. Pamukkale Üniversitesi İslami İlimler Enstitüsü.
- Mirzaoğlu, Mehmet Ata (2023). “Kutsal Mekân-Ticaret İlişkisi”. *Din Sosyolojisi Araştırmaları*, 3(4): 73-94.
- Ökten, Mehmet Salih (2024). “Dijital Çağda Kimlik İnşası: Üniversite Öğrencilerinin Online Kimlikleri Üzerine Bir Araştırma”. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 27(2): 1-30.
- Özdemir, Zafer (2015). “Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı”. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 112-131.

- Şendeniz, Özlem (2015). “Bakmak, Biriktirmek, Paylaşmak: Fotoğraf, Bellek ve Sosyal Medya İlişkisi”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 21-31.
- Temizer, Merve (2024). “Bir Güzellik Bilimi Olarak Estetiğin Toplumsal Koşullar Karşısındaki Evrimi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27(52): 525-547.
- Temur, Nezir (2017). Bir Kültürel Bellek Mekânı Olarak Mahtumkulu Divanı. *Türkbilig Dergisi*, 34: 173-178.
- Yolcu, Mehmet Ali (2014). “Kutsalın Yeniden Üretimi: Kutsal Su İnançları ve Hacıbektaş Zemzem Çeşmesi”. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 3(8): 93-102.

Elektronik Kaynaklar

- URL-1: <https://www.ensonhaber.com/dunya/din-adamlarindan-hacda-selfieye-tepki-2014-10-04>. (Erişim: 11.06.2025).
- URL-2: <https://haber7.com/neler-oluyor-hayatta/haber/1208073-hacda-selfie-cilginligina-alimlerden-isyan>. (Erişim: 11.05.2025).
- URL-3: <https://www.habersitesi.com/kabede-duali-selfie-cekme-dinen-uygun-mudur-diyamet-acikladi-417430h.htm>. (Erişim: 11.05.2025).
- URL-4: <https://muftulukhaber.com/diyamet-kabe-de-duali-selfie-uyari/3925/> (Erişim: 11.06.2025).
- URL-5: <https://haber.mynet.com/ozel-diyamet-kabede-duali-selfie-uyari-110104976033> (Erişim: 11.06.2025).
- URL-6: <https://youtube.com/watch?v=O0q7eceTK5A> (Erişim: 08.05.2025).
- URL-7: <https://youtube.com/watch?v=io5KTECixUU&t=3s> (Erişim: 08.05.2025).
- URL-9: <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/ayasofya-2019da-en-cok-ziyaret-edilen-muze-oldu/1722436> (Erişim: 08.05.2025).
- URL-10: <http://trthaber.com/haber/turkiye/ayasofya-camini-2022de-13-milyon-kisi-ziyaret-etti-735202.html> (Erişim: 08.05.2025).
- URL-11: <https://aa.com.tr/tr/kultur/ayasofya-i-kebir-cami-i-serifi-ibade-te-acildigindan-beri-yaklasik-25-milyon-ziyaretci-agirladi/3282845> (Erişim: 08.05.2025).
- URL-12: https://best-hashtags.com/hashtag/ayasofya/#google_vignette (Erişim: 08.05.2025).

URL-13: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-08-04%202025-05-08&geo=TR&q=%2Fm%2F0br5q&hl=tr> (Erişim: 08.05.2025).

URL-14: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-08-04%202025-05-08&geo=TR&q=%C4%B0stanbul%20Ey%C3%BCp%20Sultan%20Cami&hl=tr> (Erişim: 08.05.2025).

“COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri” çerçevesinde aşağıdaki beyanlara yer verilmiştir:

Etik Kurul Belgesi: Bu çalışma için etik kurul belgesi gerekmemektedir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu makalenin araştırması, yazarlığı veya yayınlanmasıyla ilgili olarak yazarın potansiyel bir çıkar çatışması yoktur.

The following statements are made in the framework of “COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors”:

Ethics Committee Approval: *Ethics committee approval is not required for this study.*

Declaration of Conflicting Interests: *The author has no potential conflict of interest regarding research, authorship or publication of this article.*