



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(3): 2055-2070.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.466](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.466)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **İnanç Turizmi Kapsamında Aksaray Somuncu Baba Külliyesi'nin YouTube Video Analizi**

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet TUNCER, Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aksaray, e-posta: [mehmettuncer@aksaray.edu.tr](mailto:mehmettuncer@aksaray.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5929-4902>

Arş. Gör. Grant Altay TAŞKIN, Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aksaray, e-posta: [grantaltaytaskin@hotmail.com](mailto:grantaltaytaskin@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6689-7728>

## **Öz**

Seyahat edenler, destinasyon tercihlerinde sosyal medya sitelerindeki fotoğraf, video veya yazılı paylaşımlardan etkilenmektedirler. Dünyada ve Türkiye'de İnanç turizmi kapsamında ziyaret edilen birçok nokta bulunmaktadır. Sosyal medyanın pazarlama gücünden yararlanarak daha az bilinen inanç turizm merkezleri daha bilinir hale gelmektedir. Yapılan bu çalışmada yaşamının önemli bir bölümünü Aksaray'da olmak üzere Kayseri, Bursa ve Malatya'da sürdürmüş olan Şeyh Hamid-i Veli (Somuncu Baba) adına Aksaray'da yaptırılmış külliye'nin bilinirliğinde YouTube'da paylaşılmış olan videoların etkisi araştırılmıştır. Bu çalışmada YouTube video paylaşım sitesinde "Somuncu Baba Külliyesi" anahtar kelimesi ile tarama yapılmış, en çok görüntülenmeye sahip olan 5 video üzerinde söylem analizi metoduyla inceleme gerçekleştirilmiştir. Somuncu Baba'ya ithaf edilen birçok mekân olmasına rağmen çalışma Aksaray Somuncu Baba külliyesi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, daha uygun video içerikleri oluşturulduğunda mekâna ilişkin videoların daha fazla izlenebileceği ve mekânın tanınırlık ve bilinirliğinin artacağı anlaşılmaktadır. Böylece Aksaray'ın inanç ve kültür turizmi bağlamında Somuncu Baba Külliyesinden daha fazla yararlanabileceği söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Somuncu Baba, İnanç, YouTube, Söylem Analizi.

**Makale Gönderme Tarihi:** 06.03.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 02.07.2020

## **Önerilen Atıf:**

Tuncer, M. ve Taşkın, G. A. (2020). İnanç Turizmi Kapsamında Aksaray Somuncu Baba Külliyesi'nin YouTube Video Analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 2055-2070.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



**RESEARCH PAPER**

**YouTube Video Analysis of the Islamic Social Complex of Somuncu Baba in Context with Religious Tourism**

Assistant Prof. Dr. Mehmet TUNCER, Aksaray University, Faculty of Tourism, Aksaray, e-mail: [mehmettuncer@aksaray.edu.tr](mailto:mehmettuncer@aksaray.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5929-4902>

Research Assistant Grant Altay TAŞKIN, Aksaray University, Faculty of Tourism, Aksaray, e-mail: [grantaltaytaskin@hotmail.com](mailto:grantaltaytaskin@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6689-7728>

**Abstract**

Travelers are impressed by pictures, videos and writings in social media when they are choosing their holiday destination. There are a lot of religious destinations around the world and in Turkey. Thanks to the marketing power of social media, recondite religious destinations can become better known now. In this study, the aim is to find out the impact of social media on the awareness of the Islamic Complex of Şeyh Hamid-i Veli (Somuncu Baba) who spent his life mostly in Aksaray but also in Kayseri, Bursa and Malatya. In this study, "Somuncu Baba Külliyesi" is used as a keyword and the keyword is searched via YouTube. The outcome is limited by the first five video which have got viewed the most and the videos are examined using discourse analysis. Although there are many complexes dedicated to Somuncu Baba, this study only focuses on the one in Aksaray. According to the results of the research, when better video contents are created the videos will be watched more and consequently the knowledge and recognition level will increase. Thus, Aksaray will benefit from the complex much more in the context of religious tourism and cultural tourism.

**Keywords:** Somuncu Baba, Religion, YouTube, Discourse Analysis.

**Received:** 06.03.2020

**Accepted:** 02.07.2020

**Suggested Citation:**

Tuncer, M. and Taşkın, G. A. (2020). YouTube Video Analysis of the Islamic Social Complex of Somuncu Baba in Context with Religious Tourism, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(3): 2055-2070.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.