

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

DİJİTALLEŞEN DİN

Editörler: Mete Çamdereli
Betül Önay Doğan, Nihal Kocabay Şener

DİJİTALLEŞEN DİN

[Medya ve Din 2]

Editörler:
Mete Çamdereli
Betül Önay Doğan, Nihal Kocabay Şener



Dijitalleşen Din

[Medya ve Din 2]

Editörler:

Mete Çamdereli

Betül Önay Doğan, Nihal Kocabay Şener

KÖPRÜ KİTAPLARI 21
Araştırma İnceleme

Kıtabın Adı:
Dijitalleşen Din

Yazarı:
Kolektif

Yayın Yönetmeni:
Mustafa Ganioglu

Yayına Hazırlayan:
Erdinç Kiliç

Kapak Tasarımı:
Yılmaz Avşın

Mizanpaj:
Rengin Medya

ISBN: 978-605-64981-5-2
1. Basım Nisan 2015, İstanbul

Baskı ve Cilt:
Step Ajans
Göztepe Mah. Bosna Cad. No:11
Bağcılar / İstanbul
Tel: 0 212 446 88 46



KÖPRÜ KİTAPLARI
Alayköşkü Cad. Küçük Sok. No: 4/3 Cağaloğlu / İstanbul
Tel-Faks: 0212 526 23 99
www.koprुकitaplari.com | bilgi@koprुकitaplari.com

GENEL DAĞITIM
Cağaloğlu Dağıtım
Alayköşkü Cad. Küçük Sok. No: 2 Cağaloğlu - İstanbul
Tel: 0212 512 77 38 - 528 90 54 Faks: 0212 526 23 99
e-posta: cagalogludagitim@yahoo.com

Dijitalleşen Din

[Medya ve Din 2]

Editörler:

Mete Çamdereli

Betül Önay Doğan, Nihal Kocabay Şener



İçindekiler

Post Seküler Din Halleri ve Dinin Dijitalleşmesi.....	13
Faruk Karaarslan	
İslam ve İnternet.....	45
Mehmet Haberli	
Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet.....	69
Haldun Narmanlıoğlu	
Dini Organizasyonların Dijitalleşmesi.....	109
Recep Vardi	
Dinin dijitalleşmesi ve Mobil uygulamalar.....	151
Ömer Menekşe	
Dijital Din ve Diyanet.....	175
Mustafa Çuhadar	
Dini Kimlik Biçimlenme Sürecinde İnternet.....	223
Betül Önay Doğan	
Tıklama Kültürü ve Din: Cinsiyet Bağlamında Bir Değerlendirme (Instagram Örneği).....	247
Banu Okutan	
Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkan ve Meydan Okuma Olarak Medya.....	289
Hediyetullah Aydeniz	

Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından Yeni Bir İmkan	
Alanı mı Tehdit mi?.....	325
Ayşe Zişan Furat	
Dijital Oyunlardaki Din ve Din Eğitiminde	
Dijital Oyunların Kullanılma İmkânı.....	365
Bilal Yorulmaz	
Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu.....	411
Metin Eken	

Birkaç Söz

Geçen yıl bu vakitlerde *Medya ve Din*'i derliyor ve yayına hazırlıyorduk. Değınilmesi gereken bir çok konu vardı önümüzde. Bir kısmıyla yetinmiş ve değınemediklerimizi bir ikinci derlemeye, belki bir üçüncüsüne bırakmaya karar vermiştik. Şimdi kararımızı gerçekleştiriyor, en azından bir kısmını daha *Medya ve Din 2* ile ele alıyoruz.

Medya ve Din bize, kuşkusuz, çalışılması ve farklı bakış açılarıyla irdelenmesi gereken bir çok konu olduğunu göstermiş oldu. Mecera bazında din temsilinden dinin medyada siyasi, ekonomik, sosyokültürel ve tematik tezahürlerine dek bir dizi konuyu incelemeli, onları da masaya yatırmalıydık. Bunları yapabilmek içinse bir sempozyumun yapılmasını, ardından bir araştırma merkezinin kurulmasını öncelikli gördük. Sempozyumun gerçekleştirilmesi zor değil, merkezin kurulması da, ama mütevazı çabalarla başlayan medya ve din çalışmaları girişimi mutlaka kurumsallaşmalıydı... Farkedişlerimizi böyle terennüm ederken *Medya ve Din*, Nisan 2014'de okurlarıyla buluşmuştu.

Hiç vakit kaybetmeden, farkedişlerimizin ardına düşmeliydik. *Medya ve Din* kendi yolculuğuna çıkmıştı nasılsa. Zihnimizin kıvrımlarında saklı duran ikincisinin hemen hazırlıklarını yapmalı, saptadığımız eksiklikleri terimiz soğumadan gidermenin bir yolunu bul-

malıydık. Bu arada, medya'nın ilgisine de mazhar olmuş, röportaj tekliflerini geri çevirmemeye çalışmıştık. Medyaya serdettiğimiz görüşler bizi iyiden iyiye sorumluluk altına itmişti. Yaptığımız beyanlarda, tıpkı derlememizde zikrettiğimiz gibi, bir ikinci derlemeden söz etmeye başlamıştık. Okura zımnen söz vermiş, dönülmez bir yola girmiştik. Gücümüz yetmezse bile güç yetirenlerle birlikte olabilirdik. Öyle de oldu. Bu yükün altına bu kez sadece iletişimciler değil, ilahiyatçılar da girdi, sosyologlar da. Meşakkati paylaşıncı, yükümüz hafifledi, ama hiç eksilmedi. Çünkü yine konuları bitiremedik, bitecek gibi de değil... Sırada, sempozyum sözümüz var.

*Medya ve Din 2'*nin okurla buluşuyor olması ve sempozyumun da önümüzdeki günlerde yapılacak olması en azından okura verdiğimiz sözü tutabildiğimizi gösteriyor ve vaadini yerine getirebilmiş editörler olarak içimizi serinletiyor kuşkusuz. Ancak işimizi bitirememenin sıkıntısı da yüreğimizi daraltmaya devam ediyor. Üzerinde çalışılacak konular azalacağına çoğalıyor. Kurumsallaşmanın vaktinin geldiğini bir kez daha idrak ediyoruz. Çalışmaların, akademik bir merkez çatısı altında yürütülmesinin günden güne önem kazandığını bir kez daha farkediyoruz... Böylesi bir çatı altında medya ile karşı karşıya, medya ile hemhal, medya ile sorunlu, medya ile barışık her dinin ayrı ayrı incelenebilmesinin mümkün hale geleceğini öngörebiliyoruz. Medya ile ilişkili her dinsel sorun belirli izleksel paradigmalarda ve programcılık/yayıncılık kulvarlarında böylesi bir çatı altında ele alınabilecek; tüm dinleri ve dinsel örgütlenmeleri ele alan geniş ya da dar katılımlı ulusal/uluslar arası bilimsel toplantılar yine böylesi bir çatı altında düzenlenebilecektir. Yapılabilirliği için gerekli coşku ve heyecanı taşımakla birlikte, salt coşku ve heyecanın yetmediğinin de bilinciyle kurumsallaşma ihtiyacının altını, burada ha-

zır zikretmişken, bir kez daha altını çizmek istedik.

Medya ve Din, az önce zikrettiğimiz gibi, alanında ilk derlemeydi ve okura sadece genel bir çerçeve çizmeyi amaçlıyordu, ancak salt iletişim alanında çalışan akademisyenlerin yaklaşımlarıyla sınırlıydı. Bir çok disiplini yüklenmiş bir akademik oluşumun bakışını yansıtan iletişimciler, kuşkusuz konunun tek muhatabı değillerdi. Durum bu olunca, ikinci derlemede ele alınan konularda da yazarlarda da farklı disiplinlerin akademik tutumlarını görebilme, onları tanıma, onlarla tanışma imkanı ortaya çıktı. Bu ikinci derleme, birinciden daha katılımlı ve çok disiplinli bir akademya profili çizdi, ama aynı zamanda konuyla ilgilenenleri de bir araya getirmiş oldu; üstelik, onları, daraltılmış bir alanda buluşturarak özgün görüşlerin ortaya çıkmasına imkan verdi. Disiplinlerarası bir güçle dijitalleşme olgusuna hep birlikte odaklanıldı böylece. Editoryal kurulumuzun belirlediği 'dinin dijitalleşmesi' ya da 'dijitalleşen din' olgusu odak izlek olarak incelendi; dijitalleşme çağında medya ve din ilişkileri bu çerçevede irdelendi. *Medya ve Din 2* tamamlandığında dijitalleşme ve din çerçevesinde gelişen bir çok yaklaşımın tartışmaya açıldığı görüldü.

Derlemede, bir yanda dijitalleşmenin din hizmetlerinin yürütülmesinde bir imkan olup olmadığı sorgulanırken, tehdit oluşturup oluşturmadığı mercek altına alındı. Diğer yanda çevrimiçi ibadet olgusu sanal cemaat üzerinden okunmaya çalışılırken, öbür yanda dini organizasyonların dijitalleşen yapısı üzerinde duruldu. Derlemenin zengin çerçevesi, tıklama kültürü olarak din olgusuna cinsiyet bağlamında nüfuz ederken, oradan dijital oyunların din eğitiminde kullanılıp kullanılamayacağı sorunsalına geçti. Din, internet, İslam, diyanet, dini kimlik olguları dijitalleşme bağlamında açıldı. Der-

leme, kabaca, dijitalleşme ve din olgusunu sarıp sarmalayan bir çok konuyu ele aldı; onları okudu, incelendi, araştırdı ve sorguladı.

Bununla birlikte, kolaylıkla denilebilir ki, dijitalleşme ve din olgusu bizden çok da uzak değil, çok da uzağımızda değil. Dine ilişkin dijitalleşme, kimi pratiklerimizin yanında kimi okumalarımızda da karşımıza çıkmıştır¹, çıkmaya da devam etmektedir ancak bir dizi soru ve sorunu da beraberinde getirmektedir: Din dijitalleşir mi yoksa dijital olan bizzat din olabilir mi, dijital olan din bildik dinin yerine geçebilir mi, dinin dijitalleşmesi ya da dijitalin dinleşmesi diye bir şey var mı, her şey dijitalleşirken dinin dijitalleşmemesi mümkün mü, dijital dinden ya da dijital müminlerden söz etmek mümkün mü, dijitalleşmenin büyüğü dini olguları olumlu/olumsuz etkiler, dönüştürür mü, sosyal medyada, sosyal ağlarda, sosyal paylaşımlarda din de sosyalleşir mi, din ve dinsellik mobil araçlarla mobilize olur mu?... gibi zihin raflarımızda tuttuğumuz kimi soru ve sorunlar biteviye yanıt bekler durur. *Medya ve Din 2* onları raflardan alıyor ve derlemede karınca kararınca onlara yanıtlar bulmaya çabılıyor, dinin gerçekliğini değil, dini olanın dijital gerçekliğini sorguluyor, akla gelen ve gelmeyen sorulara yöneliyor. Sonunda, yerel düzeyde de olsa konuyu etraflıca betimleyen ve çözüm önerileri sunan bir derleme olarak karşımıza çıkıyor.

Medya ve Din'in amacı konuyu mütevazı ölçülerde gündeme getirmek ve bir platform kurgulamaktı. Üzerine düşeni yaptığı kanı-

¹ Örneğin, Neil Postman'ın *Televizyon: Öldüren Eğlence* [Ayrıntı yay., 1994, s.126-137] kitabındaki 'Beytullahm'den kurtulmak' başlıklı bölümün bu noktada önemli olduğunu düşünüyorum. Postman, televizyon vaizleri, ekran vaizleri, popüler vaizler, elektronik vaizler, elektrokilise gibi bir dizi terim aracılığıyla dijitalleşme öncesi televizyon dönemine tanıklık etmemizi sağlıyor.

sındayız. *Medya ve Din 2*'nin amacını da konunun imar ve inşasına başlamak olarak belirliyoruz. Onun da işlevini yerine getirmesini, öngöremediğimiz bir yaraya merhem olmasını umuyoruz...

İki teşekkürümüz var 'Birkaç Söz'ü bitirmeden: Biri, *Medya ve Din 2*'yi kendine dert edinmiş akademisyen yazarlarımıza. Kendilerine hem katılımları, hem katkıları, hem de her türlü editoryal müdahalemize katlandıklarından dolayı teşekkür ediyoruz. Diğer teşekkür de yayıncımıza. Köprü Kitapları'nın yüreklendirici Yayın Yönetmeni Mustafa Ganioglu, gerçekten derlemenin başından sonuna dek, birincisinde olduğu gibi yanımızda, yanı başımızdaydı. Az bulunur bir yayıncı heyecanını bizden esirgemediği için kendisine son derece müteşekkirimiz.

Üçüncü derlemede buluşabilmek dileğiyle...

Mete Çamdereli
Üsküdar, Şubat 2015

“Post Seküler” Din Halleri: Dinin Dijitalleşmesi

Faruk Karaarslan

Giriş

İnsanoğlunun kutsal ile olan ilişkisi her daim üzerinde durulmaya değer bir konu olarak görülmüştür. En temelde felsefe olmak üzere sosyal bilimlerin tüm alanları, insanın kutsalla ilişkisini anlamaya çalışmıştır. Bu çabaların neticesinde her alanın kendi sınırları içinde belirli tartışma öbekleri oluşmuştur. Örneğin antropoloji kutsalın kültürde ve ritüellerdeki görünümüne odaklanırken, sosyoloji toplumsal etkileşim ve örgütlenmede kutsalın nasıl bir konuma sahip olduğunu tespit etmeye çalışmıştır. Kısacası insanoğlunun kutsalla ilişki biçimi her disiplinin kendi içinde bir tartışma öbeği oluşturmasının yanı sıra disiplinler arası bir konuma da sahip olagelmıştır.

Son yüzyıllarda insanın kutsalla, başka bir deyişle din ile ilişki biçimi en yoğun haliyle sekülerleşme tartışmaları ekseninde ele alınmaktadır. Esasında Avrupa merkezli olan bu tartışma, modernleşme ile birlikte Avrupa dışındaki toplumlarında ilgi alanına girmiştir. Böylelikle sekülerleşme tartışmaları Hristiyan dünyanın dışına sıçramış ve dolayısıyla yeni boyutlar kazanmıştır. Sekülerleşme her karşılaştığı yeni toplumsal koşullarda, yeniden konuşulmak duru-

munda kalmıştır. Çünkü sekülerleşmenin içinden türediği toplumsal koşullarla, başka toplumlardaki koşullar örtüşmemiştir. Dahası sekülerleşmenin ortaya çıkmasına imkân veren teolojik yapı, her toplum için aynı özellikleri arz etmemiştir. Yalın bir ifadeyle sekülerleşme her karşılaştığı yeni olguda sorgulanır hale gelmiştir, hatta bu süreç zaman zaman kendi anti tezlerini üretmiştir². Bu sorgulama Hristiyanlığın değişik veçhelerinin de hesaba katılmasıyla sekülerizmi yeniden tartışmayı zorunlu kılmıştır. Gelineen noktada kaba sekülerleşme tezlerinin olduğu gibi kabul edilmesinin imkânsız olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra dini alan ile seküler alan arasındaki ilişkinin zannedildiği kadar net ayrımları ihtiva etmediği ve modernleşmenin sekülerleşme ile her daim paralel süreçler olmadığı fikirleri yaygın bir şekilde savunulur hale gelmiştir. Bununla birlikte sekülerleşme tartışmalarına dair farklı konumlanmalarda ortaya çıkmıştır. Nihayetinde sekülerleşmenin çok boyutlu bir süreç olduğu ve her bir boyutunun farklı toplumsal koşullar eşliğinde tekrar tekrar tartışılması gerektiği zaruri görülmüştür.

Sekülerleşme sürecinin birçok kavram eşliğinde anlaşılması zorunludur. Bunlar devlet, sivil toplum, kamusal/özel alan, din, medya, birey, evrensellik, modernleşme vb. kavramlardır. Bu kavramların her birinin olgusal dönüşümü sekülerizm kavramına ve tartışmalarına yeni boyutlar açmayı zorunlu kılmaktadır. Sekülerizm ancak her bir boyut dikkate alındığında anlaşılabilir bir süreçtir.

² Fundementalizm tartışmalarını bu bağlamda ele almak mümkündür. Avrupa'da Müslümanların bir tehdit olarak algılanması ve irtica ile ilişkilendirilmesi basitçeterörizm ya da radikalizmle izah edilemez. Bobby Sayyid'e göre (2000) İslamcılığın doğuşu bir bakıma 'Avrupa ya da Batı en iyisidir' tavrının yanılmasıdır. Bu bağlamda Avrupa merkezli yaklaşımların eleştirisi niteliğindedir.

reç olarak karşımızda durmaktadır. Bu sebeple çalışmamızın ana eksenini sekülerleşmenin zannedildiği kadar anlaşılması kolay bir süreç olmadığı ve birçok iç içe geçişler eşliğinde analiz edilmesi gereken bir olgu olduğudur. Bunun yanı sıra çalışma boyunca sekülerizm tartışmalarının sadece bir boyutu temele alınacaktır. Dinin gün geçtikçe daha yoğun bir halde dijital ortama aktarılmasının, sekülerizm tartışmaları ekseninde nasıl değerlendirilmelidir? Sorusu bu boyutun temel belirleyenisidir. Bu bağlamda sekülerleşme sürecinde yeni bir dönemin yaşandığı, bu dönemin post sekülerizm kavramıyla ifade edilebileceği, fakat farklı toplumsal koşulları açıklamada bu kavramın yetersiz kaldığı savunulacaktır. Bunun yanı sıra sekülerizm tartışmalarına yeni bir boyut kazandırılmasını zorunlu kılan ve hatta sekülerizm tartışmalarını yeniden gözden geçirmeyi gerektiren dinin dijitalleşmesi olgusu bağlamında Post sekülerizm kavramsallaştırması tartışmaya açılacaktır.

Modernitenin İmtihan Alanı: Sekülerizm

Seküler kavramı ya da türevleri (sekülerleşme, sekülerizm) etimolojik olarak çağ, asır, devir anlamlarını taşıyan *saeculum* kelimesinden gelmektedir. Kavram kelime anlamı itibariyle bir zaman dilimini ifade etse de tarihsel süreç içinde farklı anlamlandırmalara konu olmuştur. Literatürde en yaygın haliyle kabul edilen ve bugün kullanılan anlamı, dine bağlı bir kişinin manastırı terk ederek dünyanın ayartmalarına kanmasına ve bu şekilde seküler hale gelmesine gönderme yapmaktadır. Yani dünyadan elini eteğini çekmemiş, kendisini tamamiyle kemale adamamış, ruhbanların içinde yer almayan rahipleri nitelendirmek için kullanılmıştır. Bu rahipler kaba bir ifadeyle 'seküler ruhbanlardan' oluşmaktadır (Aydın, 2011, s. 371-372).

Bu haliyle kavram ilk olarak rahiplerin manastırdan ayrılarak dünya işlerine koyulmasının hukuki süreçlerini ifade etmektedir.

Sekülerleşme kavramı sosyoloji literatürüne MaxWeber tarafından kazandırılmıştır³. “Weber kavramı 'rasyonelleleşme-gözün açılması' veya başka bir ifadeyle büyüden ya da gizemden uzaklaşma anlamında kullanmıştır⁴. Gizem içine girilip araştırılması gereken bir şey değil, akıl ve teknolojinin ürünleriyle fethedilmesi gereken bir şeydir. İşte Weber bu 'rasyonelleleşme-gözün açılması' sürecine sekülerleşme ismini vermiştir. Weber'e göre artık bu süreçte dini bakış açısı olsa olsa otorite için yarışan adaylardan birisi olacaktır. Bundan sonra dünyevi problemlerin çözümü için din adamlarına değil, ekonomistlere, fizikçilere, siyaset bilimcilere, psikologlara, sosyal dayanışmacılara ve doktorlara müracaat edilecektir (Swatos, Christiano 2000'den akt. Köse, 2014, s. 13). Yani kavram sosyoloji literatürüne geçtiği andan itibaren anlamını, bu dünyayı, gündelik hayatı, siyaseti, hukuku vb. kurgulamada dinin etkinliği ne olacak? Sorusu ekseninde kazanmaya başlamıştır. Dolayısıyla bu dünyada dinin etkinlik alanını nitelendirmede analitik bir rol üstlenmektedir.

Dinin batı Avrupa tarihinde böyle bir soruya muhatap olması, başka bir deyişle alanının daralıyor olması oldukça manidardır. Zira on dokuzuncu yüzyılın sonraları ve yirminci yüzyılın başları hızlı

³ Weber'in (2011)*Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu* adlı eseri kavramın sosyoloji literatürüne geçmesini sağlayan temel metnidir. Bu eserde Weber Protestanlık dini ile kapitalizm arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışır ve sekülerleşmenin temel motivasyonunun dinsel olduğunu iddia eder.

⁴ Kavramın ilk kullanımı 1851 George Jacob Holyoake tarafından olmuştur. Holyoakekendisinin teizm karşıtı konumunu ateizmden ayırmak için kavramı kullanıyordu (Waterhouse'dan aktaran Asad, 2007). Kavramın Avrupa zihin dünyasında şekillenişine ayrıntılarıyla vakıf olmak için bkz. (Chadwick, 1975).

toplumsal, iktisadi ve siyasal dönüşümlerin yaşandığı bir dönemdir. Bunun yanı sıra Aydınlanma felsefesinin düşünce dünyasındaki hâkimiyeti hat safhadadır. Tarihin gidişatını değiştirecek iktisadi sistemi olan *kapitalizm* olgunlaşma aşamasındadır. Dahası tüm bu süreçler modernizm ideolojisiyle batı dışı toplumlara yaygınlaştırılarak bir tarih felsefesi olarak dayatılmaya başlanmıştır. İnsanoğlunun dünyayı kurgulama da bu kadar etkin olduğu bir dönemde bu dünyanın kurgulanışında dinin/kutsalın rolü ne olacaktır sorusu düşünce tarihi açısından tabii olarak önemli bir yer tutmuştur

Bu dünyanın kurgulanmasında kutsalın rolünü sorguladığımız anda bir *kuram* olarak sekülerleşme ile *kavram* olarak sekülerleşmenin ayrımını yapma zarureti ortaya çıkmaktadır. Sekülerleşme tezleri en kaba haliyle, modernleşme ile birlikte dinin gerek toplumsal gerekse bireysel bilinç düzeyinde gerileyeceğini ön görmektedir. Hatta bu tezin daha radikal savunucuları dinin aşama aşama önce yönetimden, sonra kamusal alandan ve nihayetinde bilinç düzeyinden çekileceğini ve dinin ortadan kalkacağını düşünmüşlerdir. Bu katılıkla olmasa dahi ilk dönem sosyologlarının tamamına yakını sekülerleşme tezlerini kabul etmişler ve savunmuşlardır. Jose Casanova'ya göre sekülerleşme kuramları sosyal bilimler içinde paradigmatic bir statü kazanmayı başarmıştır⁵. Bir kavram olarak seküler-

⁵ Ona göre "Alexis Tocquevelli, Vifredo Pareto ve William James gibi muhtemel istisnaları dışarıda bırakırsak sekülerleşme tezi bir biçimiyle Karl Marx'tan John Stuart Mill'e, Auguste Comte'tan Herbert Spencer'a, E.B.Tylor'dan James Frazer'a, Ferdinand Tönnies'ten George Simmel'e, Emile Durkheim'dan Max Weber'e, Wilhelm Wundt'tan Sigmud Freud'a, Laster Ward'dan, William G. Sumner'a, Robert Park'tan George H. Mead'e kadar bütün kurucu babalar tarafından paylaşılır (Casanova, 2014, s.25).

leşme de dini olanın karşısına konumlanmaktadır fakat sekülerleşme kuramında olduğu gibi yek pare bir tasavvuru yoktur. Kavram olarak sekülerleşme sadece süreci analiz etmede analitik bir rol üstlenmektedir. Bir kuram olarak sekülerleşme ise bugün neredeyse geçerliliğini yitirmiştir⁶. TezİN önemli savunucularından olan Peter Berger (2014) dahi bu savunusundan vazgeçerek, dinin bu dünyadan çekilmediğini aksine gündelik hayatın inşasında halen aktif bir rol üstlendiğini ifade etmiştir.

Bir *kuram* ve *kavram* olarak sekülerleşme tamamıyla birbirinden ayrı anlamlara denk düşmemektedir elbette. Fakat sekülerleşme tezlerinin aynı zamanda bir paradigma olması ve belirli postulalardan hareket etmesi bu ayrımı zorunlu kılmaktadır⁷. Bunun yanı sıra hem metnimiz bağlamında hem de teorik tartışmalarda kavramların daha net anlaşılması ve bizim bu tartışmalardaki konumumuzu daha rahat ifade edebilmemiz için *seküler*, *sekülerizm* ve *sekü-*

⁶ Konuyla ilgili daha ayrıntılı bir okuma yapmak için Daniel Bell'in (2014) *Kutsalın Dönüşü* adlı makalesine bakmak mümkündür. Kanaatimizce bu makalede de tıpkı sekülerleşme tezlerinde olduğu gibi kutsalın dönüşüne dair eleştirile bir soruşturma yapmak gerekmektedir. Öncelik nasıl ki bu dünyanın kurgusu salt seküler değilse, salt kutsalla ilişkilide değildir. Bu iki olguyu iç içe geçişler ve etkileşimler eşliğince ele almak gereklidir. İkinci olarak ise Kutsal'ın Dönüşü için öncelikle Kutsal'ın 'gitmesi' gereklidir. Kutsal hiçbir zaman bu dünyadan çekilmediği için geri dönüşü de söz konusu değildir.

⁷ Bu durum aslında sekülerleşmenin din ve dünya arımı konusunda değer yüklü olduğunun açık bir göstergesidir. Dinle dünya ayrımı çok gerçekçi bir ayrım olmadığı etimolojik olarak dahi belirgindir. Zira dinin karşıtı din dışılıktır ve pek tabi dünyaya ilişkin bir şeyde dinleştirilebilir. Yani modern seküler alan kutsallıklardan arındırılmış bir alan derken din ile bağıntılı olmayan bir yığın kutsallıklar oluşmaktadır (Aydın, 2014, s. 238) bkz. (Tekin, 2011). Bu noktada Ali Şeriatî'nin (2000) kaleme aldığı *Dine Karşı Din* kitabı akıllara gelmektedir.

lerleşme kavramlarının arasındaki ayrımı da göz önünde tutmak gerekmektedir. Seküler, sekülerizm ve sekülerleşme kavramlarının birbirinden farklı olgulara denk düştüğünü peşinen ifade etmek gerekir. Zira birbirinin yerine sıklıkla kullanılan bu kavramlar çelişik ifadelerin ortaya çıkmasına ya da bağlamları çarpıtılmış tezlerin öne sürülmesine sebep olabilmektedir. Bu kavramların ayrımlarına dikkat çeken ve konuyla ilgili hususi bir makale kaleme alan Jose Casanova (2011) seküler olanı epistemik bir unsur olarak ele almakta ve modern dünyanın merkezi bir kategorisi olarak görmektedir. Sekülerleşmeyi modern dünyanın tarihsel ilerleyişini anlamada analitik bir kavramsallaştırma, sekülerizmi ise bir dünya görüşü ve batı Avrupa'ya has bir ideoloji, olarak değerlendirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu ayrımları kendi çalışmamız bağlamında daha da netleştirecek olursak seküler; batı Avrupa'nın kendi tarihsel süreci içinde ortaya çıkan ve Hristiyanlığın yaşadığı sancılı dönüşüme denk düşen bir tanımlamadır. Bu haliyle bir bilgi kategorisidir. Sekülerizm ise bu bilgi kategorisinin modernizmin temel varsayımlarıyla ilişkilendirilerek ideoloji formuna bürünmesidir. Yani siyasi bir öğretilerdir. Bu haliyle modern Avrupa ve Amerika'da ortaya çıkmıştır ve yeni din etik ve siyaset öğretileriyle şekillenen kurallar bütünlüğü öngörmektedir (Asad, 2007, s. 11). Sekülerleşme ise tarihselliği barındıran bir kavramdır. Bir sürece işaret eder. Bu kavramların her birisi tıpkı bir *kuram* ve *kavram* olarak sekülerizm ilişkisinde olduğu gibi birbirleriyle yakından ilişkilidir ve etkileşim halindedir.

Kavramın daha net anlaşılması için *dini* olan ile *seküler* olan arasındaki ayrımı *bu dünya* ile *öbür dünya* arasındaki ayırmadan farklı değerlendirmek gerekmektedir. Konuyla ilgili bir çok yanlış anlamaların bir diğer sebebi bu ayrımların karıştırılmasından kaynaklan-

maktadır “Tam olarak söyleyecek olursak iki değil üç dünyadan bahsedebiliriz. Mekânsal olarak öbür dünya (cennet) ve bu dünya (yeryüzü) vardır. Ancak bu dünya kendi içinde dini dünya (kilise) ve seküler dünya olarak (seaculum) olarak ikiye ayrılmıştır” (Casanova, 2014, s. 22). Yani bu dünya içinde seküler ve dini olan düalizmi vardır ve esas mesele bu dünyanın kurgulanmasında seküler olanın mı yoksa dini olanın mı etkin olacağıdır. Kavramsallaştırmaya bu ayrımlar üzerinden yaklaştığımızda öbür dünya tasavvuru olan birisinin seküler olması, ya da tem tersi bir durum pek tabi mümkündür. Bizim bu çalışmamızda sekülerizm daha ziyade bu dünyayı kurgulamada etkinliği bulunan süreç temelinde ele alınacaktır ve günümüzde bir süreç olarak sekülerizmin hangi veçheleri ile varlığını devam ettirdiği incelenecektir. Dolayısıyla sekülerleşme tezlerinde var olduğu gibi bir paradigmatik dönüşüm savunulmasa dahi, bir süreç olarak sekülerleşmenin başka süreçlere paralel ve etkileşimli halde devam ettiği kabulü, çalışmanın sekülerleşmeyi ele alış biçimini ortaya koymaktadır.

Bir süreç olarak sekülerleşme esasında Batı Avrupa'nın öyküsüne denk düşmektedir. Fakat sekülerleşme süreci Batı Avrupa'nın yayılmacı bir anlayışı⁸ benimsemesiyle birlikte diğer toplumlarla

⁸ Bu hususta konumuzla doğrudan ilintili olmayan fakat izaha muhtaç bir nokta belirlemektedir. Sekülerleşme en temelde modernitenin aracı kurumları ile diğer toplumlara ve Avrupa'nın tamamına yayılma imkanı bulmuştur. Bir süreç olarak sekülerleşmeyi bu noktada bir çok gelişme takip etmiş, desteklemiş ya da harekete geçirmiştir. En genel hatlarıyla endüstri devrimi, bilimsel devrimler, teknolojik gelişmeler ve siyasal devrimler bu gelişmeler içinde saymak mümkündür. Bu süreçlerden hangisinin önce ya da sonra olduğu bir muamma konusudur fakat geline nokta bu süreçlerin bir yığın iç içe geçişler, karşı çıkışlar ve etkileşimlerle birlikte yeni bir dünya görüşünün ortaya çıkmasına sebebiyet vermesi-

karşılaşma imkânı bulmuştur. Bu süreçte hem Batı Avrupa'da hem de başka toplumlarda değişik şekillere bürünmüştür. Dolayısıyla sekülerleşme Batı Avrupa'nın kendi tarihselliğinde dikey ve bu dikeyliğe paralel olarak başka toplumlarla her karşılaşmasında yatay düzlemde başkalaşmıştır. Tabi bu başkalaşma serüveninde konu olduğu toplumların dinsel iklimini de başkalaştırmıştır. Nilüfer Göle'nin (2012) ifadesiyle seküler ve dinsel olanın sınırlarının aşınması söz konusu olmuştur. Bu da sekülerleşmenin her toplumun -bazı temel postullarda-diğer toplumlarla benzerlik gösterse dahi kendine has deneyimler yaşamasına sebep olmuştur.

Şu halde sekülerleşmeden kastımızın ne olduğunu ifade ettikten sonra sekülerleşme sürecine dair konumumuzu daha net ortaya koymak mümkündür. Açık söylemek gerekirse bu konumlanma sürecinde Jose Casanova'nın sekülerleşme sürecine dair fikirleri yol gösterici olmuştur. İlk dönem sosyologların hem fikir olduğu üzere tarihin gidişatında dinden arınmış pür seküler bir dünyanın var olmadığı-

dir. Bu dünya görüşünü nitelendirmede şemsiye bir kavram olarak kullanılması mümkün olan modernite analitik bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla sekülerleşme modernitenin besleyici unsurlardan bir tanesini ifade etmektedir. Ve moderniteyle de etkileşim halindedir. Hatta bazı noktalarda bu etkileşim çatışma boyutunda olabilmektedir. Yani Taylor'un (2014) ifade ettiği gibi sekülerlik ile modernlik arasında düz çizgisel bir ilerleyiş söz konusu değildir. Avrupa'nın kendi hikayesinde ve başka toplumlarda sekülerleşme zaman zaman modernleşmeyle çatışan daha iyimser bir ifadeyle paralel gitmeyen tecrübelerle konu olmuştur. Taylor'un literatürün en temel metinlerinden olan *Seküler Çağ (Secular Age)* kitabı bu temel üzerine şekillenmektedir ve dünyanın başka yerlerinde farklı modernliklerin söz konusu olabildiğini, sekülerizmin farklı yollar izleyebildiğini savlıyor. Fakat yine kendi çalışmasının Batı deneyimiyle sınırlı olduğunu da not ediyor. Konuyla ilgili ayrıntılı ve özellikle Türkiye tecrübesine dair bir başka inceleme için bkz. (Göle, 2012).

ğı açıkça ortadadır. Bu yaklaşım ziyadesiyle Aydınlanmacı özne ve tarih tasavvuruna konu olmuş ve bir çok açıdan indirgemeci bir üslupla özdeşleşmiştir. Dolayısıyla bir kuram olarak sekülerleşmenin varlığından söz etmek mümkün değildir. Fakat bunun tam tersi bir durumda söz konusu olmamıştır. Yani dinsel olanın dünyayı kurgulamada baskın bir şekilde etkin olduğu ve bir süreç olarak doğrusal bir halde dindarlaşmanın arttığı, yaşadığımız çağın kutsalların geri döndüğü bir çağ olduğu da fazlasıyla sorgulanmaya muhtaçtır. Daha yalın ifade edecek olursak, soyutlama düzeyinde dahi olsa kutsal olanın ya da seküler olanın bu dünyada etkin olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Bunun bir dizi sebepleri vardır. En önemlilerini ifade edecek olursak i) Öncelikle dindar olanla seküler olan bizim kavramsal düzlemde ayırt ettiğimiz kadar kolay bir şekilde pratik hayatta ayrıştırılamaz. Birbirine içkin bir şekilde varlıklarını devam ettirirler. Dindarlıkla sekülerliğin pratik görünüşleri olan seküler ile dini eylem kategorik olarak ayırmış değillerdir. Seküler ile dini olanın gerilimi bu iç içe geçişleri göz önünde tutulduğunda isabetli bir analize konu olabilmektedir. Diğer bir nokta ii) evrensel bir dindarlaşmadan ya da sekülerleşmeden söz etmenin sosyolojik olarak imkansızlığıdır. Zira her toplumun kendine has bir tecrübesi vardır ve Batı Avrupa menşeli sekülerleşme olgusunu toplumlar kendi tecrübeleriyle birlikte yorumlamaktadır. Aynı şekilde her toplumda kutsalının etkinliği farklılaşmaktadır. Dahası iii) kutsal ve profan ayrımı tarihin her döneminde var olagelmıştır. Fakat Aydınlanma döneminde bir çok kavram anlam kayması yaşarken veya yeni kavram setleri ortaya çıkarken profan olanda siyasal bir içeriğe bürünmüştür. Bu sebeple aslında seküler olan yeni bir olgu değildir. Hatta birçok tek tanrılı dinler animistik dinlere nispeten daha *seküler* görü-

nümdedir. Dolayısıyla bu kavramları bir sabite olarak ele almak ve bir alanı tamamıyla kaplıyor ya da boşaltıyor olarak anlamlandırmak çokta mümkün değildir. Bu ve bunun gibi sebeplerden dolayı tamamıyla sekülerleştığımız ya da dindarlaştığımız söz konusu değildir. Fakat şu da bir gerçektir ki seküler olan kamusal ve siyasal hayatta etkinliğini devam ettirmektedir. Sekülerleşme kuramlarına yöneltilen eleştiriler makul temellere dayansa dahi, sekülerleşmenin tamamıyla bir mit olduğu ve hiç yaşanmamış bir süreç gibi algılanması da doğru değildir. Casanova'nın ifadeleriyle belirtecek olursak (2014, s. 12):

“Sekülerizasyon teorisinin çekirdeği, yani seküler alanların dini alanlardan ayrışması ve bağımsızlaşması geçerliliğini sürdürmektedir. Ancak 'gayri hususileşme'⁹ kavramı aynı zamanda daha önce uzun dönemli eğilimler olarak gözüken fenomenlerin en azından nitelik yönünden bir nevi tersine dönüşüne eş değer yeni tarihsel gelişmelerin doğuşuna işaret etmeye matuftur. Dünya genelinde dinler; kamusal alana ve siyasi mücadele arenasına geçmişte yaptıkları gibi sadece kendi geleneksel alanlarını savunmak için değil, daha ziyade özel ile kamusal alan arasındaki, sistem ile yaşam dünyası arasındaki, kanunilik ile ahlakilik arasındaki, birey ile toplum arasındaki, aile, sivil toplum ve devlet arasındaki uluslar, devletler, medeniyetler ve dünya sistemleri arasındaki modern sınırları belirleme ve çizme mücadelesine katılmak için de girmektedirler”.

⁹ Dinin hususileşmesi ilk defa Thomas Luckmann tarafından kullanılmış bir kavramdır. Luckmann (2003) *Görünmeyen Din* adlı eserinde modern dünyanın işleyişi açısından dinin tamamıyla işlevsiz hale geldiğini ve artık hususi bir süreç olduğunu ifade etmiştir. Casanova bu yaklaşımın geçerliliğini yitirdiğini ve artık savunulamayacağını gayri hususileşme kavramıyla ifade etmiştir.

Seküler olan da dini olanda bir şekilde gündelik hayatta kendisine alan açabilmektedir. Bu noktada bizim iddiamız şudur ki teknolojinin gelişmesiyle birlikte seküler olan ve dini olan arasında ki geçişler ve buna bağlı olarak gelişen fundamentalist akımlar son dönemlerde varlığını daha yoğun bir şekilde hissettirmektedir. Dinin dijitalleşmesi yani dinin seküler bir alan içinde var olan teknolojiye, medyaya, kitle iletişim araçlarına vb. içkinleşmesi ziyadesiyle artmıştır. Fakat bu süreci anlamlandırmak için öncelikle pratik hayatta seküler ve dini eylem arasındaki gerilimi ele almak gerekmektedir. Sonrasında bu iddiayı bazı somut örnekler üzerinden izah etmek kolaylaşacaktır.

Dinsel ve Seküler Dikotomisini Yeniden Düşünmek

Sosyoloji modern bir disiplin olarak ortaya çıktıktan sonra uzunca bir dönem gelişimini belirli dikotomiler üzerinden sağlamıştır. Öyle ki bu dikotomiler aynı zamanda sosyolojinin klasik dönem temel kavramları haline gelmiştir. Yapı-fail, birey-toplum, kent-kır, özne-nesne, olgu-değer bu dikotomilerin bazılarıdır. Sosyolojideki fikri akımların temelini, başka bir deyişle ekolleşmenin imkânını da bu dikotomilerden birinin tercihi üzerine yapılan tartışmalar sağlamıştır. Hal böyle olunca sosyoloji geleneğinde dikotomileri anlamak hayati önem arz etmektedir. Bu dikotomilerden en önemlilerden birisi de seküler-dini ayrımıdır. Belirli karşıtlıklar üzerinden kurgulanan ve hatta zıtlıklar muhteva eden bu dikotomiler gündelik hayatta, kavramsal düzlemde olduğu kadar ayrı durmamaktadır. Nitekim sosyolojinin gündelik hayatı keşfiyle dikotomik düşünme biçimine köklü eleştiriler geliştirilmiştir. P. Bourdieu'nun *habitus*, H. Mead'in *ben beni*, A.Giddens'in *yapılanma kuramı* ya da P.Berger ile T. Luch-

man'ın *gerçekliğin sosyal inşası* kavramsallaştırması bu köklü eleştirilerin teorik zeminlerini oluşturmaktadır.

Seküler ve dini olan diğer dikotomilerde olduğu gibi gündelik hayatın bir parçası olarak ele alınmalıdır ve o şekilde analiz edilmelidir. Çünkü seküler ve dini eylemler gündelik hayatta tamamıyla ayrılmış ya da başka şahıslara has eylem türleri olarak kurgulanmaktadır. Hatta çoğu zaman bir eylemin seküler mi yoksa dini bir eylem mi olduğunu ifade etmek güçtür. Ya da bu eylem türlerini ayırt etmeye kalktığımızda hangi parametreleri temele alacağımız tam bir muammadır. Zahire mi odaklanmak gerekir yoksa batına mı? Örneğin sosyal sermayesini güçlendirmek için namaz kılan bir kişinin namaz kılma eylemi dini midir, yoksa seküler midir? Ya da tam tersini düşündüğümüzde, oldukça seküler görünen bir eyleme besmele ile başlanıyorsa bunu seküler olarak nitelendirmek ne kadar mümkündür (Karaarslan, 2014, s. 58). Dolayısıyla gündelik hayatı merkeze aldığımızda seküler ve dini ayrımını yaparken totalci tavırdan kaçınmak, indirgemeci bir analiz yapma tehlikesinden kurtulmak manasına gelecektir.

Gündelik hayatta anlamsız duran seküler-dini ayrımı kamusal alanda, kurumsal yapılarda ve yönetim şekillerinde biraz daha anlam kazanmaktadır. Çünkü görünürlüğün ve temsilin daha merkezi olduğu alanlarda hakim söylemin kendisini ifade etmesi çok daha mümkündür. Bu bağlamda modern dünyada seküler görünümünün daha yoğunlukla işlenmesi oldukça tabidir. Fakat bu görünümünün bireysel bağlamda nasıl algılandığı, yorumlandığı ve toplumsal hafızada işlendiği öngörülmesi çok mümkün süreçler değildir. Bu sebeple sekülerleşme bir taraftan dinin hususileşmesini kapsarken, diğer taraftan aynı hususileşmenin verdiği anlamlandırma sebebiyle ka-

musal alanda ya da kurumsal yapıda dinsel görünümleri artırabilmektedir. Sekülerleşme hareketlerinin zirvede olduğu bir dönemde İran Devrimi bu durumugüzel bir şekilde örneklendirmektedir¹⁰.

Seküler ve dinsel olanın ilişkiselliğini ve etkileşimini zorunlu kılan bir diğer husus tarihsel ve toplumsal koşullardır. Bundan kasıt bir toplumda seküler olarak algılanan herhangi bir husus başka bir toplumda dinsel olarak algılanabilir. Ya da bir toplumda tarihin belirli bir döneminde seküler olarak kodlanan bir husus belirli bir zaman sonrasında aynı toplum için dinsel olarak kodlanabilir. Pek tabi bunun tam terside mümkündür. Burada bir toplumda seküler başka toplumda dinsel olarak algılananın hakikatinde ne olduğunu evrenselci bir refleksle tespit etmek çok mümkün değildir. Böyle bir durumda seküleya da dinsel olanı tartışırken her toplumsal koşula göre ve farklı tarihsel dönemlere göre tartışmak zaruri hale gelmektedir. Örneğin rızkın temini konusunda ticaretin meşru ve başvurulması gereken bir yol olduğuna, hatta rızk temin etmenin en başat yollardan birisinin ticaret olduğuna dair İslam dininde birçok öğreti vardır. Fakat batı Avrupa'nın tarihsel koşullarında ticaretin önemsenmesi ve gündelik hayatta merkezi hale gelmesi oldukça seküler bir olgudur. Aynı şekilde bilim ile uğraşma güdüsü Batı Avrupa'da kilisenin bilimi tekelinde tutmasına yönelik seküler bir isyan olarak ortaya çıkarken, bilme faaliyetinin önemine dair başka toplumlarda ya da bizim toplumumuzun teolojik yapısında övgüyle dolu, teşvikeyönelik ve hatta bir mecburiyetle ilişkilendirilen bir dizi motivasyon

¹⁰ Bkz. Göle, 2012

bulmak mümkündür¹¹. Burada temel sorun şudur batı Avrupa'da seküler olarak ortaya çıkan bir olgu bizim toplumsal koşullarımızda mevcut anlamı itibariyle dinsel ile ilişkili ise bizim Avrupa ile karşılaşmamız sonrasında bu olguya seküler mi yoksa dinsel bir olgu olarak mı bakacağımızdır. Bu sorunun cevabını ilk bakışta vermek pek mümkün görünmemektedir.

Bugün seküler ve dinsel ayrımı üzerinde dururken her daim bu iki olgunun karşıtlıklar üzerinden var olduğunu iddia etmek çok güçtür. Hem gündelik hayatı merkeze aldığımızda hem de tarihsel ve toplumsal şartları göz önünde tuttuğumuzda bu geçişleri yakalamak mümkündür. Hele ki teknolojik gelişmelerin gün geçtikçe artması ve dini grupların bu teknolojik gelişmelerden istifade ederek temsil imkanı bulması günümüzde seküler ve dinsel olanın geçişkenliğini arttırmıştır. Bunu Habermas'ın deyimiyle ifade edecek olursak bugün yaşadığımız dönem post seküler bir dönem olarak algılanmalıdır.

Post Seküler Din Halleri

Her ne kadar seküler olan ya da dinsel olanın tarihsel süreçte doğrusal olarak ilerlediğini iddia etmek pek mümkün görünmese de seküler olan ile dinsel olanın gün geçtikçe daha da çok iç içe geçtiğini ifade etmek mümkündür. Bu iç içe geçiş hem siyasal hem de sosyal

¹¹ Burada kastedilen İslami değerler ile seküler değerlerin örtüştüğü değildir. Seküler ile İslam'ın yada başka dinlerin birbirinin alanlarını kapsadığı anların olabilmesi farklı toplumsal ve tarihsel koşullarda pek tabii mümkündür. Böyle bir durumda iç içe geçişleri hesapt etmek ve seküler ile dinsel olanı bir karşıtlık üzerinden kurgulamamak önemli bir anlam ifade etmektedir.

hayatta tezahür etmektedir¹². Siyasal hayatta özellikle Afrika ve Ortadoğu toplumlarında dinsel söylemin hakim olması ve hatta fundamentalist akımların halkın desteğini de alarak yönetimde bulunması, sosyal hayatta ise teknolojik gelişmelerin artması ve dijital ortamların herkesin kullanımına açık olmasıyla dini unsurların görünürlüklerini fazlalaştırması bu iç içe geçişe imkan vermektedir. Onun için bugün Batı Avrupa için olmasa dahi dinin kamusal alanda görünürlüğü ve yönetimde etkin oluşu bir zorunluluk olarak karşımızda durmaktadır. Habermas bu ilişkiselliğin ve etkileşim artması gerektiği kanaatindedir ve artık bugün dinin özelleştirilerek din ve devlet işlerinin ayrıştırılmasını uygulanabilir bir strateji olarak görmektedir. Ona göre liberalizm yeniden düşünülmelidir. Böylelikle Habermas Avrupa'nun kontrolcü tavrına uygun bir şekilde- radikal çok kültürlülükle radikal sekülerizm arasındaki çatışmayı önlemeyi teklif etmektedir ve dinsel grupların ya da alt kültürlerin demokrasiyle ve yönetimle ilişkiselliğini devam ettirilmesi gerektiğini savunmaktadır¹³ (Turner, 2012, s. 2014).

Habermas (2008) dinin modern dünya ile uyumlu hale gelmesini *post-seküler toplum* kavramı ile tanımlar. Bu tanımlamayla birlikte dinin beklenmedik bir şekilde modern dünyada varlığını devam ettirmesinin yanı sıra seküler çevrenin halen nasıl süre gittiğini

¹² Turner siyasal ve sosyal hayatta yaşanan sekülerleşmeyi iki ayrı süreç olarak kodalar. Bu iki ayrı süreç birbirinden farklı sonuçlar vermiştir ve o şekilde değerlendirilmelidir. Sekülerizmin siyasi boyutunun büyük bir kısmı kurumsal ve resmi, sosyal kısmı ise gayri resmi ve gelenekseldir. Bir toplum siyasi açıdan sekülerleşebilir fakat sosyal hayat bakımından sekülerleşmeyebilir ya da tam tersi bir durumda söz konusudur (Turner, 2012, s. 204).

¹³ Habermas'ın bu teklifi yapma ihtiyacını anlamak için bkz (Sayyid, 2000).

ve hatta kurumsal boyutlarıyla var olmayı sürdürdüğünü başka bir deyişle seküler ile dini olanın aynı anda var olabilmesi çelişkisini anlamaya çalışır. (Habermas, 2009, s. 63). Ona göre dinin ticarileşmesi sekülerleşme tezlerine alternatif bir yaklaşım olarak görülebilir, bunun yanı sıra modern liberal sistemlerin dini demokratikleştirip modern dünya ile mükemmel uyumlu hale getirmesi mümkündür (Turner, 2012, s. 213). Bu noktada dinin ve seküler olanın radikal konumlanmaları bir arada nasıl yaşayabileceklerini öğrenmek durumundadır. Siyasal ve sosyal hayatta devam eden bu yeni sekülerleşme sürecini post seküler olarak tanımlayarak var olan yeni süreci anlamamız mümkündür¹⁴.

Habermas'a göre bugün dinin modern dünyada post seküler olarak tanımlanmasını zorunlu kılan üç temel süreç vardır. Bunlardan ilki kitle iletişim araçlarının artmasıyla birlikte dini grupların bu araçları kullanarak görünürliğini ve etkinlik alanlarını arttırmasıdır¹⁵. İkinci süreç, dinin etkinliğini devam ettirerek kamusal alanda bireysel inanış düzeyinde varlığını devam ettirmesidir. Son süreç ise geleneksel değerlerini muhafaza eden kişi ve grupların özellikle Avrupa'ya doğru gerçekleşen göç hareketleridir. Bu üç süreç yeni bir sosyo-politik durum meydana getirmiştir ve bu üç süreçle görünür-

¹⁴ Charles Taylor, Post sekülerizm kavramsallaştırmasını kullanmadan Habermas'ın önerisini genişletir ve daha analitik hale getirir. Fakat Talal Asad bu iki düşünün önerilerine eleştirel bir yaklaşım sergileyerek çağdaşzamanda dinin rolünün anlaşılması için seküler anlatıların yapı bozumuna girmek gerektiğini düşünür. Alana dair metin üretmiş bu üç ismin sekülerizm konusundaki görüşlerinin karşılaştırmalı bir okuması için bkz. (Mozumder, 2012). Ayrıca Talal Asad ve Charles Taylor'ın sekülerizm konusundaki özellikle yönetsel açıdan kıyası için bkz. (Polat, 2012).

¹⁵ Bu konuyla ilgili ayrıntılı bir inceleme için bkz (Bruce, 1990).

lg artan dindarlıkla seküler sosyo-politik düzenin dengesinin nasıl sağlanacağı sorusunun cevabını Post seküler toplum kavramsallaştırması vermektedir (Mozumder, 2012, s. 10). Bizim açımızdan önemli olan Habermas'ın işaret ettiği ilk süreçtir. Yani dini grupların dijital ortamlarla uyumlu bir şekilde varlıklarını devam ettirerek dinsel olan ile seküler olanın ieliğini oluşturmasıdır.

Gündelik hayatın bütünüyle post seküler bir görünümü olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Kaldı ki bu süreçte tıpkı sekülerleşme ya da kutsalın dönüşü tezlerinde olduğu gibi toplumdan topluma farklılık gösteren bir süreçtir. Bu nokta da Habermas'ın nerisi biraz da marjinal grupların sistemle iletişim kanallarını aarak entegrasyonunu sağlama stratejisidir. Mevcut durum tamamıyla Habermas'ın n gördüğü gibi olmasa dahi bazı dini grupların dijitalleşme ya da medyatikleşme süreçleri Habermas'ı kanıtlar niteliktedir. Fakat bu noktada dikkatle üzerinde durulması gereken bir husus vardır. Her türlü yeni teknolojiyle ilişkiyi sekülerizm ya da sekülerizmin halleri olarak değerlendirecek olursak, insanoğlunun geçmişte teknikle olan ilişkisini gremezden gelmiş ve sekülerleşme sürecini kaçınılmaz kılmış oluruz. Tarihselliği görmezden gelen bu yaklaşımda Post sekülerizmi de kaçınılmaz olarak görmektedir ve tarihsel gi-dişatın tanımlayıcısı olarak batı Avrupa'nın kendisini muktedir görmesinin bir sonucudur¹⁶. Gerçekte olan şudur ki Batı Avrupa teori-

¹⁶ Post Secularism kavramına bizimde istifade ettiğimiz eleştirel bir değerlendirme için Veit Bader'in (2012) "Post-Secularism or Liberal Democratic Constitutionalism?" adlı makalesine bakmak mümkündür. Burada Bader'in Habermas'a yönelttiği en temel eleştiri onun seküler ile seküler toplum arasında ayırım yapmadığı ve aslında onun sekülerizmi eleştiriyor gibi görünse dahi sekülerizmin temel inançlarını bir miras olarak taşıdığına yöneliktir.

leri gün geçtikçe teorilerine uyuşmayan örneklerle karşılaştıkça teorilerine yeni haller verme ihtiyacı hissetmektedir. Bugün post sekülerizm kavramının bir ihtiyaç olarak hasıl olmasını birazda bu boyutuyla görmek gereklidir.

Dinin Dijitalleşmesi

Gün geçtikçe ekranlar artan bir önemle hayatımızda yer tutmaktadır. Gündelik hayatımızın hemen her anında ekranlarla karşılaşmakta ya da bir zaruret haliyle muhatap olmaktadır. Kent merkezinde billboardlar, toplu taşıma araçlarında reklam ekranları, televizyonlar, bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler, vb. her an hayatın temel belirleyeni konumundadır. Bugün ekranlar olmadan gündelik hayatımızın rutinlerini yürütmek dahi neredeyse imkânsızdır. Bu haliyle ekran çağında yaşadığımızı söylemek abartılı olmayacaktır, zira içinde yaşadığımız döneme ekranlar ya da ekranların kullanımı yön vermektedir.

Görme ve görünme kültürü üzerine kurgulanmış ekranlar en yalın haliyle dijital teknolojilerin sunduğu imkânlarla var olmaktadır. Bugün dijital ortamların sağladığı görünürlük duygusu sadece kişinin kendisini değil, sosyal ilişkilerini ve içinde yaşadığı toplumsal ortamın yapısını da etkilemektedir. Hal böyle olunca dijital ortamlarda nasıl, ne zaman, hangi amaçla görünürlük kazanıldığı son derece önemli hale gelmektedir. Yani dijital ortamların sosyo-psikolojik getirilerinin yanın sıra toplumsal, politik ve iktisadi boyutları da vardır. Bu sebeple günümüzde dijital ortamların kullanımı, organizasyonu ve yönetimi bireysel ya da toplumsal hayatta söz sahibi olabilmek için mecburi hale gelmiştir. Bu bağlamda siyasi partiler açısından birçok kişiye aynı anda ulaşmaya imkân sağlayan dijital or-

tamların kullanımı kaçınılmazdır. Ya da ticari gücünü arttırmak isteyen firmalar için sanal ortamları iyi kullanmak hayati derecede önemlidir.

Bireyler açısından da görünür olmak önemli bir yer tutmaktadır. Bugün hemen hemen herkesin sanal ortamda farklı platformlar aracılığıyla takip ettikleri ya da takip edenleri vardır. Yani bugün görünür olmak kişiler, gruplara ya da kurumsal yapılar açısından bir var olma biçimidir. Var olmak yani 'orada' olmak, 'orada' olup bitenlerin kurgulanışına müdahil olmaktır. Başka bir deyişle 'oyuna' dahil olmaktır. Zira insanlar ya da gruplar görünür olduğu oranda haklarını talep etmekte, siyasallaşmakta, kitleselleşmekte ve temsil edilmektedir. Dijital ortamların sunduğu bu imkanlar aynı zamanda çoğu kişi ve gruplar için gerçekliğin dışında¹⁷, sanal umutlar ve beklentilerle kurgulanmış bir yaşam da ön görmektedir. Yani bugün artıları ve ekleriyle dijital ortamlar gündelik hayatın merkezinde yer almaktadır ve nasıl yaşayacağımızın temel belirleyenleridir.

Dijital ortamların en önemli özelliği, bu ortamları kullanmayı bilen herkesin kullanımına açık olmasıdır. Bu özellik merkezi otoritenin önceleri tek elde topladığı gücün bir çok açıdan dağılmasına sebep olmuştur. Böylelikle dijital ortamlarda örgütlenmeyi bilenler açısından yönetime farklı yollarda müdahale imkanları da doğmuştur¹⁸. En marjinal gruplar dahi istek ve taleplerini dijital ortamları iyi

¹⁷ Bkz. (Baudrillard, 2004).

¹⁸ Bu noktada son günlerin popüler konusu olan İŞİD örgütünün dijital ortamı kullanma stratejilerini ve çabalarını akla getirmek mümkündür. Ya da Mısır Devrimi'nde ve ya Gezi Parkı Olaylarında ve bu olayların bastırılması çabalarında dijital ortamların kullanımını hatırlamak yerinde olacaktır.

kullanarak dillendirebilmektedir. Bir kişi dijital ortamlar sayesinde başbakana doğrudan mesaj atabilmekte ya da kilometrelerce uzakta olan yakınıyla her an görüşebilmektedir. Görünürlüğü merkeze alan dijital ortamların bu imkânlarının yanı sıra kişi ya da grupların takibini kolaylaştıran bir tarafı da vardır. Yani dijital ortamlar bir taraftan kişi ve grupların geçmişe nispeten daha fazla söz sahibi olmalarına imkân tanırken, diğer taraftan takiplerini kolaylaştırmıştır. Başka bir deyişle merkezi otoritenin gözetim imkânlarını arttırmıştır. Örneğin bugün kredi kartı kullanımından alışveriş kalemlerinin istatistiği çıkartılabilmekte ve ona göre merkezi otoriteler bir takip stratejisi uygulayabilmektedir. Ya da kişinin ilgi duyduğu oyunlardan görüştüğü kişilere kadar her anı takip edilebilmektedir¹⁹.

Her kesin kullanımına açık olan dijital ortamların imkan ve sınırlılıklarından dini grupların ve bir ahlak düzeni olarak dinin yararlanmaması düşünülemez. Elbette dini gruplar ya da dini unsurlarda dijital ortamlardan faydalanmaktadırlar ve görünür olmayı önemsemektedirler. Bunun yanı sıra bu ortamları kullanmanın bedellerini de çoğu zaman kendi iç sistemlerinden verdikleri tavizlerle ödemektedirler. Dinin ve dini grupların dijital ortamlarla karşılaşması sonrasında ortaya çıkan yeni olguyu ve bu olguya konu olan süreci dinin dijitalleşmesi olarak adlandırmak mümkündür. Bizim çalışmamız açısından bu yeni olgunun önemi, sekülerleşme ya da post sekülerleşme tartışmaları açısından yeni açılımlar sağlamayı zorunlu

¹⁹ Dijital ortamların elbette burada bahsi geçen özelliklerinin yanı sıra daha bir çok özelliği ve bunlara bağlı olarak hayatımıza getirdikleri ve götördükleri vardır. Bizim çalışmamız bağlamında sadece burada not düşülen özellikler merkeze alınmıştır. Dijital ortamların daha ayrıntılı özellikleri için bkz. (Schmidt, Cohen, 2014).

kılmasından kaynaklanmaktadır. Yani bugün dijital ortamların hayatın her yerinde yer alması ve bunun tabii bir sonucu olarak dini unsurların da dijital ortamlarla etkileşime geçmesi, sekülerizm tartışmalarını, başka bir deyişle dinin bu dünyanın kurgulanmasındaki rolünü, yeniden değerlendirmeyi zorunlu kılmaktadır.

Sekülerizm ve Post sekülerizm süreçlerinin bugün anlaşılması açısından dinin dijitalleşmesi önemli bir yer tutmaktadır. Seküler ideolojiler ve dini gruplar açısından yeni bir olgu olan dinin dijitalleşmesi esasında teknolojik gelişimleri göz önünde tuttuğumuzda zorunlu bir süreç olarak karşımızda durmaktadır²⁰. Bu yeni olgu ile dinsel unsurların uzlaşması, her yeni olanın modern ya da seküler olanla ilişkilendirilmesini imkânsız kılmaktadır. Aksi takdirde sekülerizm ya da halleri kaçınılmaz bir süreç olarak algılanabilmektedir. Post sekülerizm kavramsallaştırması biraz ironik olsa da bu kaçınılmazlığı vurgulamaktadır ve zımnen sekülerizmin devam eden bir süreç olduğuna işaret etmektedir. Fakat dini grupların dijital ortamları keşfetmesi ve bu ortamları bir imkân olarak görmesi sekülerizm

²⁰ Teknolojinin dönüştürücü etkisini saymakla bitiremeyiz. Fakat bu konunun arka planlamasını derinlemesine işleyen felsefenin bir alt dalı vardır. Bu alt dal *teknoloji felsefesidir*. Teknoloji felsefesi en genel manas ile "teknolojinin özünü, doğasını, kökenini, amaçlarını, insan yaşamı ile toplumların gelişimi üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerini araştıran; bilim tarihinde yapılan örnek olay çalışmalarına dayanarak bilim ve teknoloji arasındaki sınırları belirginleştiren; doğal nesneler ile teknolojik nesneler ayrımından hareketle teknoloji ile teknoloji olmayı neyin belirlediğini açıklığa kavuşturan ...teknolojinin neden olduğu toplumsal, ekonomik ve kültürel sorunlar üzerine odaklanmak yoluyla bir bütün olarak teknolojinin değerini, anlamını ve geleceğini soruşturan, kendi içinde özerkliğini büyük ölçüde XX. Yüzyılın ikinci yarısında kazanmış felsefe dalıdır" (Güçlü, Uzun vd. 2003, s. 1407).

tartışmalarına yeni hatta alternatif bir boyut getirmektedir. Bu boyut en temelde dini grupların dijital ortamları kullanarak örgütlenmesi, haberleşmesi, temsiliyet kabiliyeti oluşturmaları, kitleselleşmesi ve organize olmasıdır. Böylelikle uzun süre merkezi otoriteler tarafından sekülerleşmenin bir aracı olarak kullanılan teknoloji, bugün merkezi otoritenin yanı sıra 'marjinal', özelde dini grupların kullanımına da açılmıştır. Tam bu nokta da temsiliyet üzerine kurulu sistemlerde dahi dini grupların etkinliği söz konusu olmuştur. Dijital ortamların özelliklerine değinirken işaret ettiğimiz üzere dini grupların etkinliğinin yanı sıra her hareketinin takibi de mümkün hale gelmiştir.

Dinin dijital ortamlarla etkileşiminin bir diğer önemli boyutu dinsel unsurların dijital piyasa mantığına dahil edilmesidir. Dijitalleşme, dinin pazara girmesine ve seküler bir mantıkla ticarileşmesine imkân sağlamaktadır. Schillerin (1999) ifadesiyle dini unsurlar *dijital kapitalizmin* bir parçasına ya da *kültür endüstrisine*²¹ dönüşmektedir. İnsanın en tabii duygusu olan inanma dijital ortamlar sayesinde bir pazarlama stratejisine dönüşebilmektedir. Hal böyle olunca günün yirmi dört saatinde dini materyalleri pazarlamak için ekranlara çıkan ünlüleri görmek mümkündür. Bu açıdan dinin dijitalleşmesi dindar grupların sekülerleşmesine neden olabilmektedir.

Günümüzde dijital ortamlar dini unsurlar açısından birçok imkân ve sınırlılıklar sunmaktadır. Yaygınlaşması, dönüşmesi, temsil e-

²¹ Kültür endüstrisi kavramsallaştırması Theodor Adorno ve Max Horkheimer'in (2010) *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserinde geliştirdiği bir kavramsallaştırmadır. Bu kavram artık endüstriye konu olanın sadece metaların ya da maddi unsurların olmadığını, manevi unsurların ve kültüründe değişim değerinin bulunabileceğini dolayısıyla endüstriye konu olabileceğini muhteva etmektedir.

dilmesi ve ya görünür hale gelmesinde olduğu gibi. Dijital ortamlar bir taraftan dünyanın seküler portresini dağıtmaktayken, diğ er taraftan dini grupların özellikle ticaret mekanizması sayesinde sekülerleşmesine neden olmaktadır. Örneğin günümüzde oldukça popüler olan namaz kıldıran seccade bir taraftan namazın kolaylıkla öğrenilmesini ve uygulamasını sağlarken diğ er taraftan da namazı bedensel bir alışkanlıktan ziyade dijital ortamların uyarıcılığına terk etmektedir. Ya da din adamlarının dijital ortamlardaki sohbetleri bir taraftan halkın dini bilgisini yüzeysel düzeyde de olsa arttırırken, diğ er taraftan din öğrenmenin geleneksel biçimlerini ortadan kaldırmaktadır. Bugün dijital ortamların seküler mi yoksa dini mi olduğ una dair genel geçer bir çıkarsamada bulunmak imkânsızdır. Burada temel belirleyici bu ürünleri kullanan ya da bu ürünlere muhatap olan kişilerin niyetleridir. Bunun yanı sıra bu niyetleri biçimlendirmeye imkan verecek olan rıza üretimi politikalarının kişinin sahih niyetlerine ne kadar sızdığıdır. Bu anlamda İslam'da 'niyetin belirleyiciliği' teknolojinin en yeni unsurlarının dahi tamamıyla seküler ya da post seküler olarak adlandırılmasının önüne geçmektedir. Sonuç kısmında da işaret edeceğimiz üzere zaten kuramsal olarak birbirinden kolaylıkla ayrıışmayan dinsel ve seküler unsurlar günümüzde dijital ortamların yaygınlaşmasıyla daha da iç içe geçmiş durumdadır.

SONUÇ

Sosyal bilimler literatüründe uzunca bir süre hatırı sayılır düzeyde ilgi gören sekülerleşme tezlerinin savladığı, sekülerleşmenin sosyal ve siyasal hayatı kuşatarak dönüştürmesi bugün bir çok düşünür tarafından geçerliliğini yitirmiş bir ön görüş olarak kabul edilmektedir. Sırasıyla devletten, kamusal hayattan ve nihayetinde özel hayattan dinin çekileceğini savunan sekülerleşme tezleri özellikle son elli yılda yoğun bir şekilde sorgulanır hale gelmiştir. Din bir çok toplumda hatta sekülerleşme tezlerine kaynaklık yapan Batı Avrupa toplumlarında dahi varlığını devam ettirmektedir. Hiç şüphesiz din bugün hem yönetim mekanizmasında hem kamusal alanda hem de özel alanda en başat belirleyenler arasında olma özelliğini, tarihin tüm dönemlerinde olduğu gibi muhafaza etmektedir. Fakat bir diğer gerçek şudur ki sekülerleşme her ne kadar bütün hayatı kuşatmasa dahi varlığını farklı veçhelerde sürdürmektedir. Bunun önemli araçları modern devletler, teknolojik gelişmeler, medya, dijital ortamlar vb. unsurlardır.

Görünen o ki sekülerleşme ve din varlıklarını bugün bir arada hatta bazen içiçe geçişler halinde sürdürmektedir. Bu bir aradalığı barındıran sürecin belki de en somut örneği dinin dijitalleşmesidir. Bir taraftan ticari bir mekanizmaya konu olan dinsel unsurlar ve dinin endüstrileşmesi dururken, diğer taraftan kutsalla ilişkiye geç-

menin, temsil kabiliyeti oluşturmanın sanal ve ya reel cemaatlerin şekillenmesinin farklı yolları keşfedilmektedir. Yani modernleşmenin ön górdüğünün aksine seküler araçlar dinsel grupların kullanımına açılırken, dinde sekülerleşmenin aracı haline dönüşebilmektedir. Habermas bu süreci *post seküler toplum* kavramsallaştırmasıyla ifade etmektedir. Bu kavramsallaştırma ilk bakışta mevcut durumu izah etmede oldukça işlevsel gibi görünse dahi -ki belirli bir oranda mevcut durumu izah etmektedir- eleştiriye hak eden bir takım yaklaşımları da zorunlu kılmaktadır. Bir seküler dönemin varlığını zımnen kabul eden ve bugün ötesine geçildiğini savlamada kullanılan bu kavram esasında stratejik bir konumlanmanın ürünüdür. Daha net bir şekilde ifade edecek olursak Habermas ve bir grup destekçisi düşünür bu kavramsallaştırmayla marjinal gruplar olarak ifade edilen dinsel grupların sisteme entegrasyonunu sağlamayı amaçlamakta ve tabiri caiz ise seküler dünyada dinsel olanın da yer bulabileceğini, bu unsurların terörize olmamaları gerektiğini ifade etmektedir. Burada dikkate değer iki husus vardır. i) Dinsel gruplar ya da dini doktrinlere göre yönetilen toplumların marjinalleştirilmesi ve ötekileştirilmesi ve ii) dinsel grupların bir sisteme fakat Avrupa merkezli bir sisteme entegre olmasının yollarının açılmasıdır. Yani Talal Asad'ın ifade ettiği üzere Avrupa açısından asıl sorun kendi sistemlerinin tehdit yollarının kapatılmasıdır. Hatta benzer terör faaliyetlerini devlet bazında yapmalarına rağmen dinsel grupların faaliyetlerinin altı kırmızı bir şekilde marjinalleştirilmesi ve yadsınmasıdır.

Avrupalı bir düşünür olarak Habermas'ın Avrupa merkezli bir yaklaşım sergilemesi pek tabii mümkündür. Fakat farklı toplumları bağlayan ve modernleşme sürecinde bir dizi dinsel, kültürel ve politik karşılaşmalara konu olan sekülerizm hususunda bu yaklaşımı

sergilemek ya sosyal bilimcinin öngörüsüzlüğü ile ya da teorik anlamda stratejik bir konumlanma yapmasıyla açıklanabilir.

Dinin dijitalleşmesi ve özelinde namaz kıldırان seccade, besmele çektiren bardak ya da Kuran okuyan kalem bizim bu teorik yaklaşımımızı ve eleştirel tutumumuzu somutlaştırmada ideal örneklerdir. Bu olgular dinsel olan ile seküler olanın içiçeliğinin bizim toplumsal koşullarımızda çok farklı anlamlara denk düştüğünü izah etmektedir. Bu sebeple bu makale batı Avrupa toplumlarında kolaylıkla seküler olarak nitelendirilebilen unsurların bizim toplumumuz açısından da seküler ya da post seküler olarak nitelendirilmesi noktasında hassas davranılması gerektiğini önermektedir. Bizim toplumsal koşullarımız açısından baktığımızda, sekülerizm ile Müslümanların karşılaşması Avrupa'dakinden çok farklı tecrübelerin yaşanmasına sebep olmuştur. Her şeyden önce İslam teolojisi ve fıkhi sekülerizmin bazı tezlerini ve getirilerini tolere edebilecek mekanizmalara sahiptir. Maslahat, caiz, mubah, içtihat, bu mekanizmalardan bazılarıdır. Dinin dijitalleşmesi bu hususu açıklamada işlevsel bir örnek olabilir. Müslüman toplumlar açısından dinin dijitalleşmesini sadece sekülerizm ya da post sekülerizm kavramsallaştırmalarıyla anlamak mümkün değildir. Her şeyden önce İslam'da amellerin niyet bağlamı vardır. Ameller niyetlere göredir. Ve niyetlere göre şekillenen ameller yeni niyetlerin çağırılmasına sebebiyet verir. Yani Müslüman toplumlarda bir olgunun nasıl bir dinsel ortam ortaya çıkaracağını ön görmek o olguya yaklaşan kişilerin niyetlerini de hesaba katmakla mümkündür. Dolayısıyla namaz kıldırان seccadeyi ya da besmele çeken bardağı kullanan kişinin niyetinin ne olduğu bilmeden sürecin nereye doğru akacağını kestirmek pek mümkün değildir. Totalci bir kavram ile dinin dijitalleşmesini post seküler ola-

rak adlandıracak olunursa İslam'da ki niyet bağlamını görmezden gelmek durumunda kalınacaktır. Fakat Habermas'ın kavramsallaştırmasının olgunun bir boyutunu izah eden bir tarafı da vardır. Zira dinin dijitalleşmesi aynı zamanda kültür endüstrisinin ya da dinin ticarileşmesinin de konusu olmaktadır. Bu haliyle din ile dijital ortamın uyumu post seküler görünümleri ortaya çıkarmaktadır.

Hülasa edecek olursak günümüzde dinin dijitalleşmesini sekülerizm ya da post sekülerizm kavramları eşliğinde anlamaya çalıştığımızda iki boyutlu analiz yapmamız icap etmektedir. Bunlardan ilki dinin dijitalleşmesinin kültür endüstrisine, pazarlama stratejisine dönüşmesi ve buradan bazı otorite örüntülerinin ortaya çıkmasıdır. Bu bağlamda post-seküler görünümler yakalamak mümkündür. Diğer boyut ise dinin dijitalleşmesinin dini gruplar ve dindarlar açısından yeni imkanlar sunmasıdır. Bu imkanlar dinin öğrenilmesinde ve aktarılmasında yeni metodların keşfedilmesi, dini grupların temsil kabiliyeti sağlayarak yönetimde etkinleşmesi, yeni dinsel cemaat türlerinin ortaya çıkması vb. dindarların modern dünyada kurucu unsurlar olarak yaşama imkanlarıdır. Dolayısıyla teknolojinin yeni sürümü olan dijital ortamlar konusunda esas olan nasıl bir ahlakla bu dijital dünyaya yaklaştığımızdır. Besmele çeken bardağı sadece değişim değeri olgusu üzerinden tasarlırsak başka bir olguya, çocukların dini bir ritüeli öğrenmelerinin aracı olarak kodlarsak başka bir olguya denk düşmektedir. Onun için bugün dindar seccadenin dinsiz müritlerinin türeyebileceği gibi, temel bilgi kaynağının dijital ortamlar olduğu bir çağda dinsel bilginin kendisine yer bulabileceği imkanların açılması da mümkündür. Burada Müslümanlar açısından en büyük tehlike dijital ortamlar ve dini semboller üzerinden sekülerleşmenin yaşanmasıdır. Diğer bir tehlike ise müslümanların sekü-

ler yaftası yememek adına ya da sekülerleşmemek adına her türlü yeni teknolojik gelişmeye yabancı kalması ve günden mahrum kalmasıdır.

KAYNAKÇA

Adorno T., Horkheimer M. (2010) *Aydınlanmanın Diyalektiği* (çev. Elif Öztarhan) İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Asad T. (2007) *Sekülerliğin Biçimleri: Hristiyanlık, İslamiyet ve Modernlik* (çev. Ferit Burak Aydar) İstanbul: Metis Yayınları.

Aydın M. (2014) *Sistemantik Din Sosyolojisi*, İstanbul: Açılım Kitap.

Aydın M. (2011) *Güncel Kültürde Temel Kavramlar*, İstanbul: Açılım Yayınları.

Baudrillard J. (2004) *Tam Ekran* (çev. Bahadır Gülmez) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bader V. (2012) "Post Secularism or Liberal Democratic Constitutionalism?" *Erasmus Law Review*, Vol. 5. P. 5-26.

Bell D. (2014) "Kutsalın Dönüşü" (ed. Ali Köse) *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Berger P. (2014) "Dinin Krizinden Sekülerizmin Krizine" (ed. Ali Köse) *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Bruce S. (1990) *Pray TV: Televangelism in America*, London and New York: Routledge.

Casanova J. (2011) "Secular, Secularizm and Secularization" (ed. Craig Calhoun, Mark Juergensmeyer, Jonathan VanAntwerpen) *Rethinking Secularism*, New York: Oxford University Press.

Casanova J. (2014) *Modern Dünyada Kamusal Dinler* (çev. ed. Mehmet Murat Şahin) Sakarya: Sakarya Üniversitesi Kültür Yayınları.

Chadwick O. (1975) *The Secularization of the European Mind in the 19th Century*, Cambridge: Cambridge University Press.

Göle N. (2012) *Seküler ve Dinsel: Aşınan Sınırlar* (çev. Erkal Ünal) İstanbul: Metis Yayınları.

Güçlü A., Uzun E. vd. (2003). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Habermas J. (2009) *What is Meant by a Post-Secular Society? A Discussion on İslam in Europe* in Habermas Jürgen. Europe: The Faltering Project MA: Polity Press.

Habermas J. (2010) *Faith and Reason in a Post-Secular Age* (çev. Ciaran Cronin) Cambridge: Polity Press.

Habermas J. (2008) "Notes on Post Secular Society" www.signandsight.com/features/1714.html

Karaârslan F. (2014) *Modern Dünyada Toplumsal Hafıza ve Dönüşümü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi).

Köse A. (2014) "Modernleşme Sekülerleşme ve Din İlişkisi Üzerine Yeni Paradigmalar" (ed. Ali Köse) *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Luckmann T. (2003) *Görünmeyen Din* (çev. Ali Coşkun, Fuat Aydın) İstanbul: Rağbet Yayınları.

Manovich L. (2001) *The Language of New Media*, Cambridge: MIT Press.

Mazumder M. G (2011) *Interrogating Post-Secularism: Jurgen Habermas, Charles Taylor, and Talal Asad* (Yayımlanmamış Master Tezi)

Polat A. (2012) "A Comparison of Charles Taylor and Talal Asad on the Issue of Secularity" İnsan ve Toplum Dergisi Sekülerizm Özel Sayısı, Sayı: 4. ss. 217-230.

Sayyid S. (2000) *Fundamentalizm Korkusu Avrupa Merkezilik ve İslamcılığın Doğuşu* (çev. Nuh Yılmaz) Ankara: Vadi Yayınları.

Schmidt E., Cohen j. (2014) *Yeni Dijital Çağ* (çev. Ümit Şensoy) İstanbul: Optimist Yayınları.

Schiller D. (1999) *Digital Capitalism: Networking The Global Market System*, Cambridge: MIT Press.

Şeriati A. (2000) *Dine Karşı Din* (çev. Hüseyin Hatemi) İstanbul: İşaret Yayınları.

Taylor C. (2014) *Seküler Çağ* (çev. Dost Körpe) İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Tekin M. (2011) *Kutsal Sekülerizm*, İstanbul: Açılım yayınları.

Turner B. (2012) "Post-Seküler Toplumda Din" (çev. Özcan Güngör) Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi, Sayı:3, ss. 199-224.

Weber M. (2011) *Protestan Ahlakı ve Kapitalizm Ruhu* (çev. M. İlay Göktürk) İstanbul: Bilge Su Yayıncılık.

İSLAM VE İNTERNET

Mehmet HABERLİ

GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılın sonunda büyük ilerleme kaydeden teknolojik gelişmeler, insan ve toplum hayatını bütün yönleriyle etkilemiştir. Özellikle de iletişim teknolojilerinden internet, toplumsal alana dair ne varsa sanal ortama taşımış, toplumsal yaşamın önemli bir bileşeni olan din olgusu da bu yeni iletişim ortamında yer bulmaya başlamıştır. Bunun sonucunda günümüzde neredeyse internet ortamında varlık göstermeyen hiçbir din kalmamıştır. İnternetin zaman ve mekân kavramlarını- neredeyse- anlamsız hale getiren yeni iletişim ortamı, dinlere birçok avantajlar sağlamıştır. Bu bağlamda internet, dinlere ve din mensuplarına; küresel ölçekte iletişim imkanı sağlama, dini bilgi edinme/bilgilendirme, dini propagandada bulunma, dini eğitim ve terbiyeye destek sağlama, dini mobilizasyon için yeni bir platform oluşturma ve teoloji çalışmalarına katkıda bulunma gibi birçok avantajları beraberinde getirmiştir.

İnternetin sağladığı yeni iletişim ortamı, sözü edilen avantajların yanında dinlere geleneksel medyanın sunmadığı birtakım imkanlar tanımıştır. İnternetin interaktif ortamı, bir kısım dini pratikleri sanal da olsa gerçekleştirebilme olanağı vermiştir. Örneğin in-

ternetin interaktivite özelliği sayesinde, dünyanın herhangi bir yerindeki bir Yahudi, Ağlama Duvarı'na dua gönderebilmekte, bir Hıristiyan günah çıkartabilmekte, bir Müslüman Sanal Hac uygulamasıyla Kâbe'yi sembolik de olsa ziyaret edebilmektedir.



Resim 1: Sanal hac uygulamasını sembolize eden görüntü. 3 boyutlu secondlife.com sitesi üzerinde müslim-gayrimüslim herkese sanal hac imkanı tanıyan bir uygulama bulunmaktadır. Bu uygulamayla, internet kullanıcıları seçtikleri avatarlar aracılığıyla ihrama girmekte ve Kâbe'yi tavafetme imkanı yakalamaktadır. Böylelikle Kâbe'ye gitme imkânı bulamayan bir Müslüman internet ortamında Kâbe'yi sanal olarak da olsa ziyaret etmeyi tecrübe etmiş olmaktadır.

İslam'ın İnternet Ortamına Çıkışı

İslam'ın bilgisayar ağlarıyla tanışması, 1980'li yıllarda ABD'deki yüksek teknoloji enstitülerinde eğitim gören Müslüman öğrencilerin çalışmaları sonucunda gerçekleşmiştir (Anderson, 2005, s. 255). Bu öğrenciler, başta Kur'an ve Hadis metinleri olmak üzere di-

ni içerikli dokümanları tarayarak, internet ortamına aktarmışlardır (Anderson vd., 2004, s. 62). Yine ilk İslami web siteleri de 1990'lı yıllarda Afrika ve Asya'dan ABD'ye mühendislik eğitimi almaya giden Müslüman öğrencilerin çalışmaları sonucu, diğer web siteleriyle eş zamanlı olarak ortaya çıkmıştır (Lawrence ve Cooke, 2004, s. 352). İslam'ın internet ortamında belirgin hale gelmesi ise ABD'deki İkiz Kulelere yapılan 11 Eylül 2001 saldırısından sonra gerçekleşmiştir. Bu saldırının ABD tarafından İslami bir terör örgütü olarak nitelenen El-Kaide'ye isnad edilmesi, ABD ve Batı'da bütün dikkatlerin İslam'a çevrilmesine yol açmıştır. Bunun sonucunda milyonlarca internet kullanıcısı, saldırının nedenini anlamak ve İslam hakkında bilgi sahibi olmak amacıyla web siteleri ve bloglara akın etmiştir (Bunt, 2006, s. 153). Bu durum, internet ortamındaki diyalog ve İslam'ı müdafaa etme çabalarının artmasına, dolayısıyla İslami web sitesi ve blogların artış göstermesine yol açmıştır.

İslami içeriklerin ilk olarak web ortamına ABD'de taşınması ve 11 Eylül saldırısından sonra yoğunluk kazanan İslam'ı müdafaa etmeye yönelik çabalar, en etkin ve kapsamlı İslami web sitesi, forum ve blogların ABD merkezli ve İngilizce olması sonucunu doğurmuştur. Bu durum aynı zamanda eğitilmiş ve İngilizceyi iyi kullanabilen Müslümanların sanal İslami platformlarda (web sitesi, forum, blog, sosyal medya vb.) baskın olmasına yol açmıştır. Bahse konu sanal platformları en yoğun kullananların mühendisler, akademisyenler, öğrenciler ve memurlar gibi belirli kullanıcı kitleleri olduğu görülmektedir (Azzi, 1999). Küresel ölçekte düşünüldüğünde, internet ortamında özellikle İslam ve Müslümanlara yapılan eleştiri ve ithamlar karşısında İslam'ı müdafaa etmek veya İslam konusunda herhangi bir düşünceyi savunmak, belirli eğitim ve iyi bir İngilizce

dil seviyesi gerektirmektedir. Dolayısıyla bu dili bilen herkes, İslam'la ilgili tartışmalara müdahil olabilmektedir (Kort, 2005, s. 364).

Arapça, internet ortamında bulunan İslami web siteleri, forumlar ve bloglarda İngilizceden sonra en yoğun olarak kullanılan dildir. Ayrıca Arapça İslami web siteleri, Arapça yayın yapan web siteleri içerisinde popülarite açısından önemli bir konumdadırlar. Öyle ki en çok ziyaret edilen Arapça sitelerin %10'a yakını İslami içerikli siteler oluşturmaktadır (Hofheinz, 2005, s. 90). İnternet ortamında İslami içerik bağlamında en çok kullanılan dillerden bir diğeri Bahasa dilidir. Dünyanın en kalabalık Müslüman nüfusuna sahip olan Endonezya'daki (Cunningham 2001, s. 1039) web sitelerinin Bahasa dilinde olması, bu dilin de web ortamında etkin bir rol oynamasını sağlamıştır. Bu dillerin yanı sıra Japoncadan Urduçaya kadar birçok dilde İslami web sitesi bulunmasına rağmen, Türkçe ve Farsça dillerinde popülaritesi yüksek herhangi bir dini web sitesi bulunmaması dikkat çekicidir (Hofheinz, 2005, s. 90). Bu durumu, Ortadoğu, Asya ve Kuzey Afrika ülkelerinde yaşayan Müslümanların, internete geç adaptasyonları, maddi imkânlar, eğitim seviyesi ve benzeri etmenlerle açıklamak mümkündür. Ancak zaman içerisinde sözü edilen sosyo-kültürel ve ekonomik faktörlerin değişmesiyle bu durumun değiştiği söylenebilir. Örneğin İran ve Türkiye gibi önde gelen Müslüman ülkelerde 2000'li yıllarda % 2-3 civarında olan internet kullanım oranının 2014'te %50'lere ulaştığı görülmektedir (www.internetworldstats.com/list2.htm). Dolayısıyla internet kullanım oranlarındaki bu artışın, zaman içerisinde İngilizce dışındaki İslami web sitelerinin sayısına pozitif etkide bulunacağı öngörülebilir.

İslam dünyasında internet kullanımı giderek artmakta, internet kullanımı da birçok dini otorite tarafından teşvik edilmektedir. Nitekim günümüzdeki etkin İslam âlimlerinden ve Dünya Müslüman Alimler Birliği Başkanı Yusuf el-Karadavi, interneti İslam'ın hizmetine sunmanın bir gereklilik ve farz olduğunu belirterek, internet kullanımını teşvik etmektedir (El-Tahawy 2008, s. 13). Kâbe İمامlarından Abdurrahman Sûdeysi ise; *"Şayet sahabeler İslam'ın mesajını yaymak için yolculuk yapmış olmasalardı İslam böyle büyümeyecekti. Modern çağda da Müslümanlar İslam'ın mesajını yaymak için internet ve elektronik medyayı kullanmalıdır."* (The Indian Express, 31 Mart 2011) ifadesiyle medyanın Müslümanlar açısından önemi-ne vurgu yapmış, İslam'ın mesajını yaymak için Müslümanların internetin imkânlarından yararlanmaları gerektiğini ifade etmiştir.

İnternet kullanımının önde gelen Müslüman din âlimlerince teşvik edilmesine paralel olarak, internetin neredeyse bütün İslami gruplarca kullanıldığı görülmektedir. Başta Sünni ve Şii gruplar olmak üzere, marjinal olarak kabul edilen Nizârî İsmailîler'den, Bahaîlik ve Ahmediyye gibi yeni dini hareketlere kadar birçok grup, internet üzerinde kurumsal web sitelerini oluşturmaya başlamıştır. Bütün bu grupların yanı sıra, teknolojiyi kullanma noktasında endişe içerisinde olan ve radikal bir dini grup olarak bilinen Taliban'ın dahi internet kullanımına izin verdiği bilinmektedir. Nitekim Taliban'ın Dış İlişkiler Sorumlusu Ahmed Mütevekkil ile 2007 yılında yapılan bir röportajda; kendi yönetimlerinde televizyona izin vermediklerini ancak iletişimlerini internet yoluyla sağladıklarını belirtmiştir (Ahmed Mütevekkil ile röportaj, 1 Ekim 2007). Televizyon kullanımına mesafeli yaklaşan Taliban'ın dahi internete böylesine pozitif bir yaklaşım sergilemesi, İslam dünyasında internetin kabul gördüğünü

göstermesi açısından dikkate değerdir.

İnternetin hemen hemen bütün İslami gruplarca benimsendiği dikkate alınacak olursa, İslami grupların kendi mezhep veya cemaatlerini temsil eden web sitelerine sahip oldukları görülür. Dini gruplar genellikle bu siteleri, bağlantılı oldukları organizasyonlarla koordine olmak ve dağınık halde bulunan mensuplarını sanal bir platformda bir araya getirmek amacıyla kullanmaktadır. Ayrıca bu siteler, dini gruplar tarafından çevrelerindeki İslami gruplarla diyalog kurmakta veya kendilerine benzer diğer gruplarla iletişim ve etkileşim kurmalarına katkı sağlamaktadır.

İslami gruplar arasında bir kısım itikadi ve ameli meselelerde ihtilaflar ve ayrılıklar olmasına rağmen, bu grupların İslam ve değerlerini muhafaza ve yayma gibi ortak amaçları bulunmaktadır. İnternetteki hızlı ve küresel enformasyon dolaşımının, İslami grupların bu amaçlarını gerçekleştirme ve ümmet bilincinin oluşumunda önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu noktada İnternet, Müslümanların birbirlerinden haberdar olma, kendi dini ve kültürel çevreleriyle bağlarını devam ettirme ve ümmetin bir ferdi olma duygusunu hissetmelerinde önemli bir araç olarak görülebilir. Örneğin Filistin'deki Müslümanların durumu; web siteleri, forumlar, bloglar, Facebook ve Twitter gibi sosyal medyada gündeme gelmekte ve farklı düşüncelerden Müslümanların ümmet bilincinin pekişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu da politik bölünmüşlüğü, ulusal sınırların üstünde ve geleneksel medyanın sınırlıklarını aşarak yeni siber Müslüman cemaatin “Sanal ümmet” (*virtual umma*) ortaya çıkmasını sağlamaktadır. (Linjakumpu, 2008, s. 123).

İslami Bilgiye Erişim Açısından İnternet

Küresel bir iletişim ağı olan İnternetin, Müslümanlara “sanal bir ümmet” olma imkânını tanımasının yanında, İslami bilgiye erişim noktasında da birçok avantaj sağladığı görülmektedir. İnternetin sunduğu imkânlar İslam düşünce sisteminin önem atfettiği evrensel değerlerle örtüşmektedir. Bu açıdan bakıldığında, İslam'ın evrensel bir din olmasıyla internetin küresel bir iletişim ağı olması uyum halindedir (Kalinock, 2006, s. 8; Mazrui-Mazrui, 2001, s. 53). Bu durum interneti, İslam'ı ve iyi bir Müslüman olmanın gerektirdiği davranış kalıplarını yaymada oldukça etkili bir iletişim aracı konumuna getirmiştir (Mandaville, 2003, s. 144). Ayrıca, İslam'ın bilgiye ulaşmayı teşvik ettiği ayet ve hadislerle internetin bilgiye ulaşmada sunduğu imkânlar birbiriyle örtüşmektedir. Nitekim ilim tahsil etmenin ve ilmi elde etmeye yönelik çaba sarf etmenin önemine vurgu yapan birçok ayet ve hadis bulunmaktadır. “*Oku*” (Kur'an, 96: 1) “*Hiç bilenlerle bilmeyenler bir olur mu?*” (Kur'an, 39: 9) gibi Kur'an ayetlerine paralel olarak Hz. Muhammed ilmi yüceltip teşvik etmiş, bunu “*İlim aramak her Müslüman üzerine farzdır.*” (İbn Mace, 1982, hadis no: 224, s. 387), “*İlim tahsil etmek için yola çıkan kimseye, Allah cennetin yolunu kolaylaştırır.*” (Ebû Dâvûd, 1991, c. 13, hadis no: 3643, s. 246) gibi hadislerle ifade etmiştir. İslam'da ilmin önemine yapılan bu vurgu, İslam kültürünün temellerinin; araştırma, yazma, iletişim ve bilginin yayılması üzerine tesis edildiğini göstermektedir (Sardar, 1993, s. 44). Bu sebeple yüzyıllar boyunca Müslüman öğrenci ve ilim adamları bilgi edinmeye yönelik yapılan uzun seyahatler gerçekleştirmişlerdir (Hodgson 1974, s. 444). Ancak internetin zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırmasıyla, bu amaçla yapılan seyahatler

büyük ölçüde önemini kaybetmiştir. Geleneksel dini eğitim metotlarında evlilik, faiz, zekât ve benzeri dini meseleler hakkında bilgi edinmek yazılı fıkıh kaynaklarına başvurmayı icap ettirirken, internet bu durumu değiştirmiştir. İnternet ortamında istenilen konuyla ilgili detaylı bilgilere birkaç tıklamayla ulaşılabilen, binlerce dini kaynak listelenmekte ve aranılan konu ile ilgili bütün bilgilere ulaşılabilir.

İnternet, dünyadaki birçok kütüphaneyi tek çatı altında toplamıştır. Böylelikle İnternete bağlanan bir kişi, eş zamanlı olarak erişilebilen muazzam büyüklükte bir kütüphaneye de erişim sağlamış olmaktadır (Sobrinho, 2009, s. 486). Bir din bilgini veya akademisyen, kütüphanelerde dahi zorlukla ulaşılan bilgilere; basit bir arama sonucunda ulaşabilmektedir. Bunun yanı sıra erişim izni verilen akademik dini yayınların (kitap veya dergi) dijital formattaki baskılarına da ulaşabilmektedir. İnternetin bilgiye erişmeyi bu kadar kolay hale getirmesi sonucunda akademisyeninden öğrencisine, profesyonelinden sıradan kullanıcıya kadar, müslim veya gayrimüslim herkesin interneti birincil bilgi kaynağı olarak kullanmaya başladığını ifade etmek mümkündür (Bunt, 2002, s. 3).

İnternetin dini bilgiye erişimi kolaylaştırması, yanlarında mahremeleri olmaksızın uzun süreli seyahatlere çıkmaları noktasında birtakım sınırlamalar bulunan kadınlara önemli bir imkan sağlamaktadır (Ashraf, 2010, s. 71). İslam'da kadın ve erkeğin her zaman bir arada bulunmaları noktasında sınırlandırmaların olması, dini bilgi üzerindeki hâkimiyetin erkeklerin elinde bulunması, kadınların din öğrenimini önemli ölçüde kısıtlamıştır. Bu bakımdan internet; iş yoğunluğu, coğrafi uzaklık, cinsiyet ve eğitim seviyesi gibi farklılıklar olmaksızın herkesin katılım sağlayabileceği sanal eğitim

alanları ortaya çıkarmıştır. Bunlara örnek olarak Müslümanlara hitap eden www.halaltube.com, www.islamiconlineuniversity.com, www.studying-islam.org, www.sunnipath.com, www.islamworld.net, www.openstudy.org gibi siteler Kur'an, hadis, tefsir, siyer, fıkıh ve daha bir çok alanlarda farklı yaş ve cinsiyetten Müslümana çevrimiçi derslere katılabilme imkanı sunmaktadır. Bu tarz siteler, Müslümanlara, evlerinden ayrılmadan; vaaz dini sohbet, tefsir, hadis ve daha akla gelebilecek her konudaki dersleri internet üzerinden canlı olarak izleme veya sonradan takip etme imkanı sağlamıştır. Ayrıca, kişilerin sahip oldukları işitme ve görme engeli gibi nedenlerle dini eğitim imkanı kısıtlı bireylere, zaman sınırlamasının bulunduğu geleneksel medyayla sunulması mümkün olmayan eğitim olanakları, internet üzerinden sunulabilmektedir²². Bu açıdan bakıldığında internetin, geleneksel dini eğitim metotlarını yıktığını söylemek mümkündür (Bunt, 2003, ss. 201-202).

Dini Otoritenin Erozyona Uğraması

Dini bilgiye ulaşma imkânlarının artmasına paralel olarak, internetin yaygınlaşması ve Müslümanlar arasındaki eğitim seviyesinin yükselmesi klasik dini otorite ve içtihat kavramlarını da erozyona uğratmıştır (Kort, 2005, s. 368). Daha önce herhangi bir dini mesele hakkında bilgi veya fetva almak isteyen birisi ya imama, din bilginine ya da dini kurumlara müracaat etmek zorunda kalmaktaydı (Diyanet İşleri Başkanlığının "Alo Fetva Hattı" gibi). Ancak internetle birlikte belirli bir zaman veya coğrafi yakınlık gerektiren bu zorun-

²² Örneğin www.nurpenceresi.com adlı site, haftanın belirli günleri canlı online dersler yayınlamakta; ayrıca engelliler için hazırlanan sesli ve görüntülü Risale-i Nur derslerini de online olarak sunmaktadır.

runa bir kaç kelime yazmaya bağlıdır. Bu durum belirli bir mesele hakkındaki kümülatif bilgilerin aynı anda görülebilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte Müslümanlar; web siteleri, haber grupları, tartışma forumları ve bloglar aracılığıyla, herhangi bir dini mesele hakkında birbirlerinden bilgi istemekte, ayet ve hadisleri referans vererek yorum yapabilmektedir. Böylelikle daha önce üniversiteler ve ilim halkalarına has olan İslam hakkındaki tartışma ve ilmi faaliyet alanları, internet ortamını içine alacak şekilde genişlemiştir (Anderson, 2003, s. 52).

İnternetin bilgi dolaşımını kolaylaştırıp arttırması, İslam dünyasında baskın unsur olan geleneksel Sünni otoriteyi kısmen de olsa baypas etmiştir. Çünkü günümüz iletişim çağında herhangi bir kurumsal yapının etkinliği sanal ortamdaki etkinliğiyle büyük oranda paralellik göstermektedir. İnternet ortamında varlık göstermeyen kurumların otoritesi erozyona uğramaktadır. Örneğin; İslam dünyasının en etkin (Sünni) dini otoritelerinden biri olan Mısır'daki El-Ezher Üniversitesi, bu otoritesini web üzerinde gösterememektedir. El-Ezher Üniversitesi'ne ait web sitesi, temsil ettiği kurumu; altyapı ve dizayn yetersizliği sebebiyle gerektiği gibi yansıtmamaktadır. Nitekim site içeriklerinin sadece Arap dilinde görüntülenebilmesi, İngilizce web sayfasının 2015 yılı itibariyle halen yapım aşamasında bulunması söz konusu yetersizliğin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Çünkü coğrafi sınırların ötesine geçip küresel ölçekte etkili olmak isteyen kurum veya organizasyonların, onların temsilcisi olan web sitelerini ziyaret edecek kullanıcılara İngilizce içerik sunmaları önemlidir. Böyle bir altyapı eksikliği, siteyle birlikte temsil ettiği kurumun da geri planda kalmasına yol açmaktadır. Bunun neticesinde ortaya çıkan dini otorite boşluğu, interneti daha etkin şekil-

de kullanan kişi ve kurumlar tarafından doldurulmaktadır. Örneğin önemli İslam âlimlerinden kabul edilen Yusuf el-Karadâvi'nin interneti daha etkin kullanması, onu El Ezher'den daha etkin ve güçlü dini bir otorite haline getirmiştir.

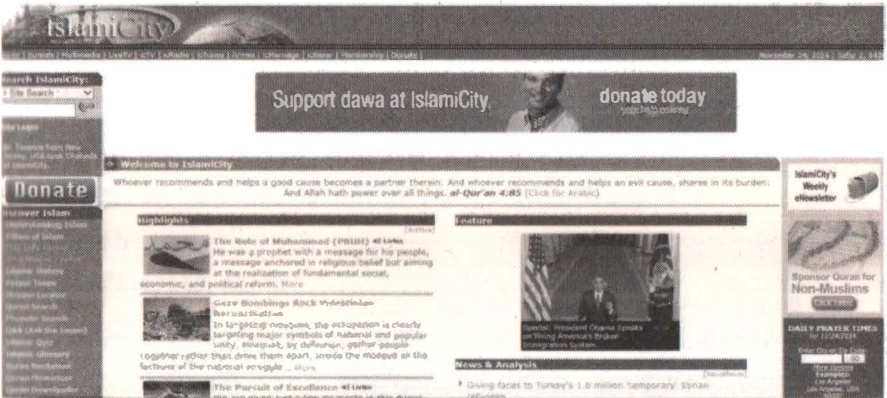
İslami Web Siteleri

Her dini gelenekte olduğu gibi İslam dünyasında da ibadet ve inanç noktasında ayrılıklar bulunmaktadır. Bu farklılık ve çeşitlilik sanal ortama da yansımıştır. Bu bağlamda; Ehli Sünnet'ten Şia'ya, Süfilerden cihad eksenli radikal gruplara kadar neredeyse bütün İslami grupların web üzerinde temsil edildiği görölmektedir. İslam dünyasına bakıldığında Ehl-i Sünnet ve Şia ana gövdeyi teşkil etmektedir. Aynı zamanda İslam dünyasındaki ana ihtilaf meselelerinin bu iki grup arasında olduğu bilinmektedir. Bu durumun sanal ortama yansıdığı görölmektedir. Diğer bir ifadeyle Ehl-i Sünnet ve Şia, internet ortamında en baskın ve etkin İslami anlayış olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim en popüler ve etkin İslami web sitelerinin, Sünni ve Şii karakterli olduğu görölmektedir. Bunlardan Sünni eksenli islamicity.com ve islamonline.net; Şii eksenli www.sistani.org, al-islam.org 'u örnek vermek mümkündür.

1) [Islamicity.com](http://islamicity.com)

Sünni geleneğe ait sitelerden islamicity.com bir Müslümanın ihtiyaç duyabileceği hemen hemen bütün bilgi dokümanlarını barındırması bakımından dikkate değer, en popüler islami web siteleri arasında yer almaktadır. Faaliyete 1995 yılında başlayan [islamicity](http://islamicity.com) (www.islamicity.com/support/AboutUs.asp) özellikle İslam dini ve felsefesinin geniş kitlelere ulaşması noktasında önemli bir işlev gör-

mektedir. Dini bilgi açısından zengin bir içeriğe sahip olan sitede, Arapça, İslam Tarihi, Kelam, İslam Hukuku, İslam kültür ve medeniyetine dair birçok konuda çevrimiçi dersler yer almaktadır. Ayrıca sitede bulunan İslamiTV bağlantısı sayesinde, cuma günleri yayınlanan vaazlar ve Ramazan ayında Kâbe'deki teravih namazları canlı olarak izlenebilmektedir. Ayrıca tebliğ kanalı, belgesel, film gibi başlıklar altında videolar izlenebilmektedir. Sitenin üyeleri, *LiveTV* üzerinden Suudi kanallarını, El-Cezire televizyonunun Arapça ve İngilizce yayınlarını, HudaTV ve *English Press* kanallarını canlı olarak izleyebilmektedirler. Ayrıca Radio Al-Islam linki altında bulunan farklı kanallar üzerinden çeşitli Karî'lerden Kur'an tilaveti, ilahiler ve dini programlar dinlenebilmektedir. Sitenin hem geniş içeriğe sahip olması hem de bütün medya çeşitlerini etkin şekilde kullanmaya çalışması, Batı'daki Müslümanların İslam coğrafyası ile bağlantılarını sürdürmeye yönelik yoğun bir çaba içerisinde olduğunun göstergesidir (Haberli, 2014, s. 152).



Resim 3: islamicity.com sitesinin giriş sayfası

2) Islamonline.net

Sünni çizgideki bir başka önemli site islamonline.net'tir. Bu site, Dünya Müslüman Alimler Birliği Başkanı Yusuf el-Karadavi'nin teşvik ve desteğiyle 1997'de Katar merkezli olarak kurulmuştur (El-Nawawy-Khamis, 2009, s. 11). Arapça ve İngilizce dilinde yayın yapan site, sadece İslami siteler arasında değil, diğer dini web siteleri arasında da en popüler sitelerden biridir. Site her ne kadar Katar menşeli ise de sitenin El-Ezher öğrenci ve mezunlarından oluşan 100 kişilik çalışanı Kahire'dedir (Wakin, 2002). Nitekim web sitelerinin trafikleri ve kullanıcı istatistikleri hakkında ayrıntılı bilgi veren Alexa'ya (www.alexa.com) bakıldığında sitenin özellikle Mısır'da oldukça popüler bir site olduğu görülmektedir. Site modern İslam dünyası hakkındaki haber ve politik analizleriyle öne çıkmaktadır. Ayrıca fetva konusunda otorite olarak kabul edilen güvenilir sitelerden biridir. Islamonline.net sitesinde sunulan içerikler Arapça ve İngilizce olmakla birlikte, sitenin bu iki dildeki içeriklerinin her zaman paralellik arz etmediğini ifade etmek gerekir.

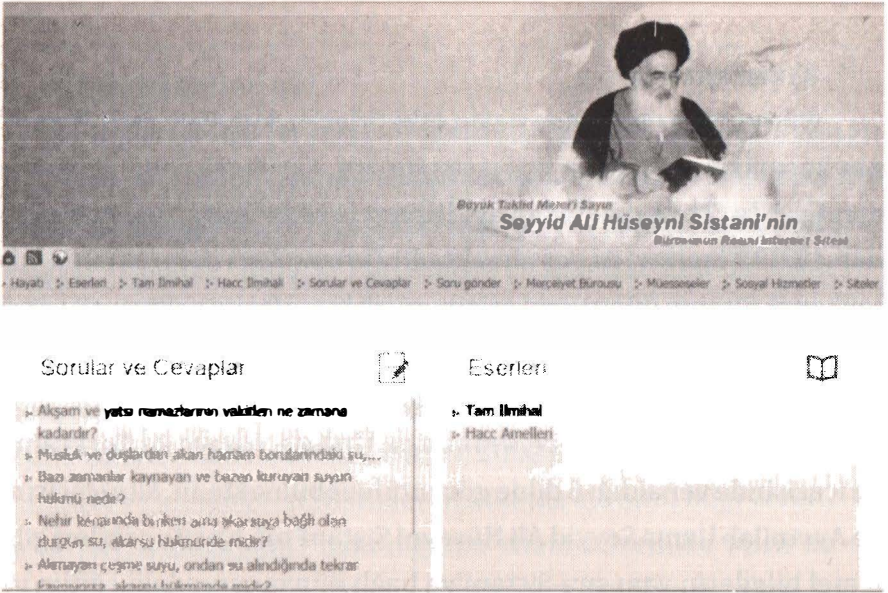


Resim 4: Islamonline.net sitesinin giriş sayfası

3) Sistani.org

Dünya Şiîlerinin önde gelen dini liderlerden Ayetullah Sistani'nin kurumsal web sitesi www.sistani.org, Şia'ya ait önemli sitelerdendir. Site, 2014 yılı Kasım ayı itibariyle tıklanma sayısı bakımından 48.802'inci sırada yer almaktadır (www.alexa.com/siteinfo/sistani.org). Sitenin dünyadaki erişime açık bir milyara yakın web sitesi arasında en çok ziyaret edilen ilk 50 bin site içerisinde yer alması, popülerliğini göstermesi açısından kayda değerdir.

Site; İngilizce, Azerice, Fransızca, Urduca, Farsça ve Türkçenin de içerisinde yer aldığı 6 dilde görüntülenebilmektedir. Site içerisinde Ayetullah Uzma Seyyid Ali Hüseyini Sistani'nin hayatı, eserleri gibi temel bilgilerin yanı sıra Sistani'ye bağlı dünya çapındaki eğitim ve kültür ile ilgili kuruluşlar hakkında geniş bilgi bulunmaktadır. Site ayrıca Şii fıkıhına göre hazırlanmış geniş bir ilmiyal bilgisini de ziyaretçilerine sunmaktadır. Sitenin sunduğu önemli imkanlardan biri de kullanıcıların kendi anadilleri ile siteye soru yöneltebilmeleridir. Sorular; din adamlarının anlayacağı dile çevrilmekte, bu sorulara verilen cevaplar ise aynı şekilde soruların sorulduğu dile tercüme edilmektedir. Söz konusu bu hizmetleri sunmak hem önemli bir finansal destek hem de ciddi bir organizasyon gerektirmektedir. Bütün bunların sağlanıyor olması söz konusu sitenin güçlü bir kurumsal yapının idaresi altında olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca Sitenin, 6 dilde bu kadar geniş bir içeriği sunması, sitenin dolayısıyla Sistani'nin Şii anlayışı küresel bir alana taşıma amacına yönelik bir çaba olarak görülebilir.



Resim 5: Sistani.org sitesinin giriş sayfası

4) Al-islam.org

Şii gruplara ait bir diğer önemli web sitesi olan al-islam.org, Ahlul Bayt Digital İslamic Library Project (Ehli Beyt Dijital İslam Kütüphanesi Projesi) tarafından 1998'de ABD Minnesota merkezli kurulmuştur. Bu site, Sünni ve Şiiileri ortak bir platformda birleştiren bazı içeriklere sahip olmakla birlikte, sitenin geniş bir bölümü doğrudan Şiiilere hitap etmektedir. Sitede inanç ve ibadet, tefsir, hadis, felsefe, tarih, politika ve daha birçok konuda 10 binden fazla kitap ve makale yer almaktadır. Site, Sünni ve Şiiilerin İslam anlayışı hakkında kapsamlı bilgi sunmakla birlikte önde gelen Şii alimlerin vaaz ve sohbet videolarına geniş yer vermektedir. Sitede aynı zamanda; namaz, oruç, hac, evlilik, taklid (başka birinin fikir ve görüşlerine uymak), taharet (temizlik), Emr-i bi'l ma'rûf ve nehy-i anil münker (iyiyi emre-

dip kötüden men etmek), cihad, organ bağışısı vb. meseleler hakkında Ayetullah Sistani başta olmak üzere önde gelen Şii liderlerin görüşleri doğrultusundaki fetvalara yer verilmektedir.



Resim 6: Al-islam.org sitesinin giriş sayfası

SONUÇ

İslamla bilgisayar ağlarının buluşması, internetin beşiği olarak nitelendirilen ABD'de gerçekleşmiştir. ABD'ye mühendislik eğitimi almaya giden Müslüman öğrenciler, Kur'an ve Hadis metinleri gibi İslami içerikleri tarayarak internet ortamına aktarmıştır. Aynı zamanda 1990'ların başlarında ilk web siteleri de bu öğrencilerin çalışmaları sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu durum, Batı kaynaklı İslami web sitelerinin, İslam coğrafyası merkezli İslami web sitelerine göre daha köklü ve kurumsal olmasını sağlamıştır. Örneğin dünya ölçeğinde önemli, etkin ve en eski islami web sitelerinden olan islami city.com, ABD merkezlidir.

İnternet ortamı, hem kendini ifade hem de temsil noktasında hemen hemen bütün İslami grupları eşit hale getirmiştir. İnternetin, radyo ve televizyon benzeri geleneksel medyaya oranla fazla maliyet gerektirmemesi, küçük İslami grupların da kendi düşünce ve inançlarını geniş kitlelere ulaştırmalarına olanak tanımıştır. Dolayısıyla geniş kitlelere kendini tanıtmak, onlar üzerinde etki bırakmak, büyük bir dini grup olmaya bağlı olmaktan çıkmış, internetin etkin kullanılmasıyla orantılı hale gelmiştir. Bu durum neredeyse bütün İslami grupları; web sitesi, Facebook sayfası, Twitter hesabı vb. sosyal medyayı kullanmaya sevk etmiştir. Bu sanal platformlar, İslami grupların mensuplarını bir araya getirmek ve üyeleri mobilize et-

mekte kullanıldığı gibi diğer İslami grup ve cemaatlerle iletişim ve etkileşimde bulunmalarına da katkı sağlamaktadır.

İnternet, İslami içerikli dokümanlara kolay erişimi sağlayarak, daha önce ilim adamları ve dini kurumların tekelinde bulundurduğu dini bilginin otoritesini ellerinden almıştır. İnternet ortamına aktarılan tefsir, hadis, siyer, fıkıh ve daha birçok İslami ilimlere dair dokümanlar sayesinde herhangi bir dini mesele hakkındaki bilgilere internette yapılan birkaç tıklamayla erişmek mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, internetle beraber ortaya çıkan sanal eğitim alanları, İslami gelenekte mahremsiz yolculuk yapmaları noktasında bir kısım sınırlamalar yaşayan kadınların eğitimine önemli katkı sağlamıştır.

İnternetin din mensuplarına tanıdığı birçok imkânın yanında, bir kısım riskleri de beraberinde getirdiği göz ardı edilmemelidir. İnternetin her türlü dini düşünceden insanın akınına uğraması ve anonim yapısı, heretik dini düşüncelerle karşılaşma ihtimalini artırmaktadır. İnternet ortamında İslami web sitesi görüntüsü altında yayın yapan Hristiyanlara ait birçok web sitesi bulunmaktadır. Örneğin www.the-good-way.com, İslami bir site görüntüsü vermekle birlikte Hristiyanlık propagandası yapan bir sitedir. Benzer şekilde www.answering-islam.org sitesi dinlerarası diyalog adı altında Hristiyanlıktan İslam'a geçenlerin hikâyelerine yer vererek web ortamında İslam hakkında bilgi edinmek isteyenlerin dezenfarmosyonuna çalışmaktadır. Ayrıca İnternetteki bilgi dolaşımının kontrol altına alınamaması, bilgi kirliliğine yol açmaktadır. Bu durum, herhangi bir İslami web sitesinde verilen bilgilerin doğru olup olmadığını tespit etmeyi güçleştirmektedir. Dolayısıyla bu riskleri en aza indirmek için dini meselelerde İslami kurum ve kuruluşların resmi web sitelerini (www.diyenet.org vb.) veya kurumsallaşmış dini web site-

64 | Mehmet Haberli

lerini (islamicity.com, islamonline.net vb) esas almanın daha uygun olacağını ifade etmek gerekir.

KAYNAKÇA

Anderson, J. W. (2003). The İnternet and İslam's New İnterpreters", *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*, (Edt. Dale F. Eickelman-Jon W. Anderson), Bloomington, Indiana: University Press, 45-60.

Anderson, J. W. (2005). Wiring Up: The İnternet Difference for Muslim Networks. *Muslim Networks from Hajj to Hip Hop*, (Edt. Miriam Cooke-Bruce B. Lawrence), Chapel Hill: University of North Carolina Press, 252-263.

Anderson, J. W., Yves, G. (2004). Technological Mediation and the Emergence of Transnational Muslim Publics. *Public İslam and the Common Good*, (Edt. A. Salvatore-D. F. Eickelman), Leiden: Brill, 53-71.

Ashraf, M. T. (2010). The Role of Information Technology in İslam. *Canadian Journal on Network & Information Security*, c. 1, sy. 7, 70-72

Azzi, A. (1999). İslam in Cyberspace: Muslim Presence on the İnternet, *Renaissance: A Monthly İslamic Journal*. Erişim Tarihi: 21 Ekim 2014, www.monthly-renaissance.com/issue/content.aspx?id=679

Bunt, G. R. (2002) *Virtually Islamic: Computer-Mediated Communication and Cyber Islamic Environments*, Cardiff: University of Wales Press.

Bunt, G. R. (2003) *Islam in the Digital Age: E-jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environments*, London: Pluto Press.

Bunt, G. R. (2006). Towards an Islamic Information Revolution?. *Muslims and the News Media*, Poole E., Richardson J.E. (edt) New York: I.B.Tauris, 153-164.

Cho, K. (2011). *New Media and Religion: Observations on Research. Communication Research Trends*. C. 30, 4-22

Cunningham, C. E. (2001). Indonesia. *Countries and Their Cultures*, (Edt. Melvin Ember-Carol R. Ember), New York: Macmillan Reference, 1034-1056.

El-Nawawy, M. (2009). *Islam Dot Com: Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace*, New York: Palgrave Macmillan.

El-Tahawy, A. (2008). The Internet is the New Mosque, Fatwa at the Click of a Mouse, *Arabinsight*, c.2, sy. 1, 11-19.

Haberli, M. (2014). *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*, İstanbul: Açılım Kitap.

Hodgson, M. G. S. (1974). *The Venture of Islam: Conscience and History in a World Civilization*, c. 2, Chicago: University of Chicago Press,

Hofheinz, A. (2005). *The Internet in the Arab World: Playground for Political Liberalization*. Erişim: 20 Ekim 2012 www.fes.de/ipg/IPG3_2005/07HOFHEINZ.PDF

Indianexpress (2011). Use Technology to Spread Message of Religion: Imam of Grand Mosque in Mecca, Express News Service, Erişim: 31 Nisan 2011 www.indianexpress.com/news/use-techno

logy-to-spread-message-of-religionimam-of-grand-mosque-in-mecca/767911

Kalinock, S. (2006). Going On Pilgrimage Online: the Representation Of The Twelver-Shia In The Internet. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, c. 2(1), 6-23.

Kort, A. (2005). Dar al-Cyber Islam: Women, Domestic Violence and the Islamic Reformation on the World Wide Web. *Journal of Muslim Minority Affairs*, c. 25(3), s. 363-383.

Lawrence, B., Cooke, M. (2004) Internet. *Encyclopedia of Islam and the Muslim World*, Richard C. Martin (Edt), New York: Macmillan Reference, 352-355.

Linjakumpu, A. (2008). *Political Islam in the Global World*, UK: Ithaca Pres.

Mandaville, P. (2003). Communication and Diasporic Islam: A Virtual Ummah. *The Media of Diaspor*, K. H. Karim (Edt), New York: Routledge, 135-147.

Mazrui, A., Mazrui, A. (2001). The Digital Revolution and the New Reformation, *Harvard International Review*, c. 23(1), 52-55

Milliyet (2013, Kasım 3). Diyanet'ten cemaatlere 'imsak' tepkisi. Erişim Tarihi: 2014. www.milliyet.com.tr/diyanet-ten-cemaatle-re-imsak/gundem/detay/1737986/default.htm

Sardar, Z. (1993). Paper, Printing and Compact Disks: The Making and Unmaking Of Islamic Culture, *Media Culture Society*, c. 15, 43-59.

Sobrino, O. (2009). Internet and the Church. *The New Catholic Encyclopedia Supplement*, R. L. Fastiggi (Edt), Michigan: Gale, 486-488.

Taliban Dış İlişkiler Sorumlusu *Ahmed Mütevekkil* ile yapılan röportaj (2007, *Ekim 1*). Erişim: 26 Mart 2012. www.kabulcenter.org/?p=94

Wakin, D.J. (2002, Kasım 29). Online in Cairo, with News, Views and Fatwa Corner. *New York Times*. Erişim Tarihi: 19 Kasım 2014. www.nytimes.com/2002/10/29/world/online-in-cairo-with-news-views-and-fatwa-corner.html

Sanal Cemaatte Çevrimiçi İbadet

Haldun NARMANLIOĞLU

GİRİŞ

Küreselleşme yalnız ekonomik, düşünsel, kültürel ve siyasal sınırları değil, aynı zamanda bütün bunları da içerisine alan büyük ve tek *hayali cemaat*'in de (Anderson, 2007) sınırlarını aşındırmaktadır. Modern seküler devletin 'ulus üyesi yurttaş'larının yeni kimlik arayışları ve bunun ifadesi problemi akademik ilginin önemli kaynakları arasında yer almaktadır. Etnik aidiyetten eğitime, değişen ekonomik ilişkilerden iletişim sorunlarına kadar çok geniş bir yelpazedeki tartışmalar içerisinde 'din' önemli bir bileşen olarak ayrıcalıklı bir yerde durmaktadır. *Hayali cemaati* kuran modern devletin yükselişine eşlik eden sekülerizm ve sekülerleşme teorisi ilginç bir biçimde yine modern devletin gücünün törpülenmeye başladığı bu dönemde eski parlaklığını yitirmeye ve sorgulanmaya başlamıştır. Söz konusu teorinin isabetli tespitleri doğrultusunda her ne kadar din, kurumsal anlamda etkisini yitirse de bireysel planda bir yükselişin, arayışın ve ilgi artışının konusu haline gelmiştir. Sekülerleşme teorisine getirilen eleştiriler de genellikle bireysel plandaki dini ilginin azalacağı ve hatta ileri bazı tahlillerde tamamen yok olacağı yönündeki öngörülerin isabetsizliğiyle ilgilidir.

Bu çalışmanın çatısı geç modern döneme eşlik eden farklı akışlardan ilginç bir kesişmeye kaynaklık eden ikisi üzerine oturmaktadır: Birincisi, kurumsal olarak etkinliğini kaybeden dinin bireysel ilginin konusu haline gelmesi. İkincisi hayali cemaat bağları yerine daha somut ilişki ağları arayan bireyin, fiziki dünyada çözölen toplumsal bağların neden olduğu cemaat açlığını sanal ortamlarla ikame etme çabasıdır. Geç modern dönemin belkemiğini oluşturan 'bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamı' dini ilgiyle harmanlanmış bu bağ arayışı için önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Daha önce deneyimlenmemiş yeni ve farklı ilişki ağlarının geliştirildiğı *sanal cemaatler* dini ilgiye de ev sahipliğı yapmaktadır.

İnternet okyanusunda yüzen sayısız tekne arasında 'resmi' dini kurumların İnternet siteleri, bireysel ilginin bir çabası ve sonucu ortaya çıkmış sanal cemaatlere kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. Farklı dinlere, mezheplere, tarikatlara, fiziki cemaatlere, farklı dünya görüşlerine, yorumlara nispet edilebilecek tartışma gruplarının, forumların, dua topluluklarının, dini sorunlara yardım sitelerinin sayısı günden güne artmaktadır. Bugüne kadar hep fiziki dünya ile özdeşleştirilen toplu ibadet, dua vb. gibi dinin ritüel boyutları günümüzde sanal ortama da taşınmaktadır. Bu çalışmanın esas konusunu da İnternet üzerinde bir ritüel ibadet olarak 'dua' üzerine yoğunlaşmış sanal cemaatler oluşturmaktadır. Çalışmada söz konusu cemaatlerinyapısı ve günlük pratikteki işlevi araştırılmıştır.

Cemaatin yapısal değişimi

İletişim (communication) ve cemaat (community) kavramlarının semantik akrabalığı iki birim arasında karşıt koşullu bir ilişki olduğunu göstermektedir. Morleyve Robins'in (2011, s. 50) ifadesiyle,

“iletişim sorunları aynı zamanda topluluğun doğası ve kapsamı ile ilgilidir.” İletişim ortamı ve teknolojileri ile cemaatin yapısal özellikleri arasındaki sıkı ilişki tarihsel olarak deneyimlenen farklı topluluk ti-polojilerinde kendini açığa çıkarmaktadır. Temel olarak iletişim bi-çiminin değişimiyle kültür ve sosyal örgütlenmelerdeki değişim ara-sında ilişki olduğunu düşünen Innis'e (2006, s. 93-131) göre de söz-lü kültür ile Yunan uygarlığı, yazının daha yaygın kullanıldığı dönem ile Roma İmparatorluğu arasında ilişki vardır. Örneğin yazının mat-baa aracılığıyla kayıt altına alınarak kitlesel olarak çoğaltılması artık yeni bir tip toplumsal yapılanmaya kapı aralamıştır. Bu dönüşüm, geleneksel-modern, Gemeinschaft-Gesellschaft, mekanik-organik gibi değişik sosyal analizlerde dikotomilere konu olmuştur.

Yazılı kültür, cemaat tipolojisinden ulus tipolojisine geçişteki çekirdek fikir olarak milliyetçiliğin filizlenerek yaygınlaşması için son derece uygun bir ortam sunmuştur. McLuhan'a (2007, s. 305) göre *“matbaa ve milliyetçiliğin aksiyolojik ya da eşgüdümlü olması pekâlâ mümkündür.”* Yazılı kitle kültürü ile modern ulus devlet ve u-lus tipolojisi arasındaki bağı, 'toplumsal iletişim mantığının parçası' (Roger, 2008, s. 35) olarak ele alan farklı kuramsal çözümlemelere oldukça sık rastlanmaktadır. Yazılı iletişim ağı çoğunlukla modern devletin merkezileştirdiği akışlardan biri olarak işlev görmektedir. Gerçeklik algısı bu ağ tarafından belirlenir, hâkim kanallar dışında ağa yaygın girişin bulunmadığı bir ortamda, topluluğun dünyadaki yerini belirleme (hayal edilmiş bir toplum oluşturma) kolaylaşmak-tadır. Bu noktada *hayali cemaati* kavramsallaştıran Anderson'a göre ulus tipolojisi, dine dayalı cemaatin 'kutsal dilini' (Latince) kaybet-mesiyle bilinç biçiminde meydana gelen bir değişimdir. Avrupa eko-nomi-politiğiindeki değişimi iletişim biçimi üzerinden analiz eden

Anderson (2007, s. 2633), Protestanlık öncesi ve sonrası iletişim ortamı üzerinde durur. Anderson'un vurgusu, yazılı iletişim ortamının, sözlü kültüre dayalı toplumsal yapıyı (cemaati) değişime uğratması üzerinedir. Modern iletişim araçlarının merkeziliği, yaygınlığı ve siyasal birimle (ulus devlete) bağlantısı, 'tahayyül' edilmiş bir topluluğun oluşturulmasındaki en önemli mekanizmalardan biri haline gelmesini sağlamıştır. Yönetici seçkinler denetiminde inşa edilen 'tahayyül' bireye içinde bulunduğu ulusun diğer tüm üyelerinin kendisi gibi düşündüğü, yaşadığı, kederlenip sevindiği, kısaca aynı kültürü paylaştığı *"aynı devlet babanın çocukları olarak bir aile"* (Yelken, 1999, s. 249) hissini yaşatmayı amaçlamaktadır.

Geç modern döneme gelindiğinde topluluk ve iletişim ortamı arasındaki diyalektiğin bir kez daha farklı türde bir başkalaşmaya neden olduğu görülmektedir. İletişim kanallarının çeşitlenmesi, medya üzerindeki merkeziliğin modern devletin kuruluşu dönemine göre çok parçaya ayrılması, küresel ve yerel simgelerin karşılaşmasına, birbirlerini etkilemesine, 'diyalektik bir gerilime' (Yelken, 1999, s. 249) neden olmaktadır. Modern devletin veya ona bağlı kurumların denetimindeki iletim/iletişim araçları geç modern dönemde ulus ötesi ve ulus altı kaynaklar tarafından da kullanılabilir hale gelmiştir. Değişen iletişim ortamı aynı zamanda total ulus tipolojisi de çeşitli kırılmalara yol açmaktadır. Yerelden küresele birçok aktörün mesajlarıyla doldurduğu iletişim ortamı sosyal etkileri bakımından 'parçalanmış toplum' tartışmalarının ana konusu haline gelmektedir. Ulus gibi total kimliklerin büyüğü ya da zorlayıcılığı kaybolmaya başladığında bireyin kendisine sığınacak yeni bir liman bulma ve ya gerçekte ait olduğunu hissettiği bir mecraya ulaşma çabası kaçınılmaz hale gelmektedir. Genel olarak postmodern yakla-

şımlara özel olarak ise cemaat sosyolojisine bakıldığında, devletin dayandığı hayali cemaatin yerini modernizm tarafından tarihin belirli bir sayfasında kalmaya mecbur bırakılan cemaat almaya başlamıştır. Çiğdem'in (2012, s. 40) ifadesiyle, geç modern kültürün paradoksal sonuçlarından birisidir bu durum. Pre-modern momentin, tarihsel akışın evriminde sönümleneceği umulan kavram ve kurumları yeniden hayat bulmaktadır.

Merkezi kimliğin yoğunlaştığı tek boyutlu aidiyet tahayyülü içinde filizlenen cemaat günümüzde önemli bir çoğunluk için ulusa göre daha gerçek bir kavram olarak görülmektedir (İnsel, 1996, s. 8-10). Ancak resmi ulus kimliğinden çok daha dar, çoğunlukla tek boyutlu fakat aynı zamanda ulus kimliğe göre daha somut cemaat kimlikleri hiçbir zaman gelenekselin olduğu gibi yeniden kurulması şeklinde gerçekleşmemektedir. Çünkü en köktencisi dâhil olmak üzere bütün bu yeni arayışlar modernliğin damgasıyla dağlanmışlardır. Total kimliklerin törpülenmesiyle ortaya çıkan sosyolojik boşluğu etnik, dini temelli gruplaşmalar, kült oluşumlar, çeşitli sorunlar etrafında bir araya gelen aktivist gruplar, göçmen birliktelikleri gibi değişik cemaatler doldurmaya çalışmaktadır. Geç modern dönemde ortaya çıkan bu tür cemaatleri Bauman (2011, s. 176) "*En küçük ortak paydaya indirgenmiş, bir konu etrafında bir araya gelinen 'tek sorun' oluşumlar*" diyerek tanımlamaktadır. Bauman'ın yaklaşımına temel olan düşünce Maffesoli'nin cemaat sosyolojisine kazandırdığı *Kabileler Zamanı* kavramıdır. Maffesoli (1996, s. 19) günümüzdeki cemaat arayışlarını metaforik manada *kabile* ve *kabilecilik* olarak açıklamıştır. Yeni kabilecilik yerellik içermektedir, ancak klasik kabile ve cemaatlerden farklı olarak yerellekle vurgulanmak istenen sabit bir mekân vurgusundan çok soyut bir mekândır (Yelken, 1999, s. 200).

Cemaat açlığının, cemaat arayışının, cemaat icadının, cemaat tahayyülünün çağı (Bauman, 2003, s. 315) olan geç modern dönemde coğrafi mekâna bağlı olma zorunluluğun bulunmaması cemaat icadını kolaylaştırmaktadır.

Kurumsal dinin düşüşü, bireysel ilginin artışı

Geç modern dönemde değişen yalnız ulus tipolojisi değildir elbette. Sekülerleşme teorisi de günümüzde yaygın bir biçimde sorgulanır hale gelmiştir. Sekülerleşme teorisi daha çok laiklik kavramıyla karşılanan din devlet işlerinin ayrışmasından öte daha farklı ve sosyal hayatı kapsayıcı görüşleri içermektedir. Bell'e göre (2014, s. 232) sekülerleşme kavramı ilk defa 'Din Savaşları' gölgesinde dini otoritenin sahip olduğu toprak ve emlakın elinden alınması anlamda kullanılmıştır. Sekülerleşme bu bakımdan ilk dönem itibarıyla dinin devlet işlerinden ayrılması, dinin kamusal alan üzerindeki kurumsal otoritesinin azalması anlamında kullanılmıştır. Son iki yüzyıla kadar bu anlamda bir seküleşmenin gerçekleştiği söylenebilir. Bunun dışında dinin doğasında ve inanç boyutunda bir daralmayı öngören tezlerin temel iddiası aydınlanmadan itibaren bilimde görülen ilerlemeler ve rasyonelleşme süreçleriyle birlikte hayatın her alanına dair anlamlandırmanın yalnız bilinen, yaşanan, deneyimlenen dünya ile sınırlı kalacağıdır. Dini kavrayış artık bu sınırın içine nüfuz edemeyecektir. Din, kurumsal düzeyden bireysel plana belki de nihayetinde tamamen silineceği bir etki erozyonuna uğrayacaktır. Bu bir yönüyle kutsal kavramının karşıladığı anlamda da kayma yaşanması manasına gelmektedir. Kutsal içerisinde giren kurum, kuruluş, şahıs, sembol ve ritüeller itibarını kaybedecek, önemini yitirecek ve belki de son noktada bireysel bilinçte tamamen yok olacaktır. Birey-

sel dindarlığın rasyonelleşmiş bir toplum içerisinde gelişmesi değil, gerilemesi isabetli bir çıkarım olarak düşünülmüştür.

Sekülerleşme teorisi yukarıda çizilen ana hatlarıyla pre-modernin hem kurumsal hem bireysel temelde daha dini bir atmosfere sahip olduğu ön kabulünü taşımaktadır. 'Büyüsünden arınmış' dünyanın pre-modern döneminde gerçekten de büyüye boyanmış bir hayat mı yaşıyordu? Bu soru yeni paradigmanın sekülerleşme teorisine getirdiği eleştirilerin farklı boyutlarından birine kaynaklık etmektedir. Stark (2014, s. 69-77) geçmişin daha dindar olduğu yönündeki görüşleri 'efsane' olarak değerlendirmektedir. Stark birçok Ortaçağ din tarihçisinin çalışmalarından derlediği örneklerle artık akademide bir zamanlar "İnanç Çağı" olmadığı yönünde fikir birliği bulunduğunu belirtmektedir. 13. yüzyıl İtalya'sında toplumun önemli bir kısmının kiliseye hemen hemen hiç gitmemesi nedeniyle hazırlanan bir el kitabında keşişlere pazar yerlerinde, şenliklerde gezerek halka ulaşmaları tavsiye edilmektedir. Stark'ın derlemesinde zoraki kiliseye götürülen halkın ayinleri dalga geçme vesilesi görmesinden en basit dini ritüellerden haberdar olmayan insanlara, amacı dışında toplanmak için (dans etmek vb) kullanılan kiliselerden temel doktrinlere yabancı ve görev yapmayan bilgisiz din görevlilerine kadar onlarca farklı örnek sayılmaktadır. Bunun yanında istatistiksel veriler de sekülerleşme tezlerinin aksine sonuçlar göstermektedir. Örneğin İngiltere'de yoğun endüstrileşmenin yaşandığı 1740-1865 yılları arasında önceki yıllara göre dini katılımda bir değişim görülmemiştir (Smith'ten aktaran Stark, 2014, s. 75). İngiltere sekülerleşme teorisinin isabetsiz öngörülleri için diğer ülkelere göre benzersiz özellikler taşımaktadır. Bell'in (2014, s. 231) tespitiyle:

"İngiltere Batı'da bilimsel ilerlemeyi en önce yaşayan, endüstri

devrimini ilk gerçekleştiren ve ekonomi biliminin öncülerini yetiştiren ülke idi. Ama Fransa ve Almanya ile karşılaştırıldığında din karşıtlığının en az yaşandığı ülke de İngiltere oldu. Yani bilimsel ilerlemenin ve ya endüstrileşmenin en önce ve en yoğun yaşandığı bu ülkede din karşıtlığı diğerlerinden çok daha düşük düzeyde gerçekleşti. (...) Kısacası, eğer sekülerleşme tezi doğru olsaydı, İngiltere'nin Avrupa'da sekülerleşen ülkeler listesinin en başında yer alması gerekirdi. Oysa İngiltere bu açıdan listenin en sonlarındadır."

Benzer şekilde çoğunluğu Avrupa'da olmak üzere 18 ülkedeki kilise katılımlarının incelendiği ve 1920'den 1990'lara kadar uzanan bir istatistiksel araştırmada 15 ülkede sekülerleşme tezlerini doğrulamayan sonuçlar ortaya çıkmıştır (Iannaccone'den aktaran Stark, 2014, s. 76).

Hristiyan dünyasından örneklerin yanında Müslümanların yoğunlukla yaşadığı bölgelerde yapılan araştırmalar da sekülerleşme tezlerinin aksine özellikle bireysel boyutta dini hayatta gerileme olmadığı görülmektedir. Fundamentalist olarak değerlendirilen birçok dini organizasyonların bile yönetici kadrolarının lisansüstü eğitime sahip olması, taraftarlarının orta sınıftan gelmesi, modernleşme ile dini ilginin azalması arasındaki doğrusal orantı iddiasını yanlışlamaktadır. Stark (2014, s. 90), onlarca değişik ülke ve inanç sistemindeki araştırmalara dayalı analizlerin ardından dinin geleceği hakkında ihtiyatlı ancak sekülerleşme teorisi konusunda keskin bir çıkarsamaya varır:

"... hiç kimse bir gün dinin sonunun gelmeyeceğini ispat edemez. Belki gün gelip din de sadece anılarda ve müzelerde yer alacaktır. Ama böyle olsa bile, bunun sebebi modernleşme olmayacak ve inancın sahneyi terk edişi sekülerleşme doktrinince varsayılan sürece benzeyen bir şekilde gerçekleşmeyecektir."

Sekülerleşme teorisini şekillendiren birçok ismin günümüzde farklı bir perspektif doğrultusunda konumlandıkları görülmektedir. Peter Berger 1900'lerin ortalarında çeşitli sosyal bilimciler tarafından ortaya atılan ve kendisinin de önemli ölçüde katkıda bulunduğu sekülerleşme teorisinin günümüzde yanlış çıktığını itiraf etmekten çekinmez. Berger'e göre (2014, s. 41-42), modernleşme bazı bakımlardan sekülerleşmeye neden olmuştur hatta bazı coğrafyalarda bunun daha fazla hissedildiği de bir gerçektir ancak özü itibarıyla teori geçerliliğini kaybetmiştir. Berger sekülerleşme teorisine karşı getirilen diğer tezlerin hakkını teslim eder. Buna göre, *"Avrupa'daki dini manzarayı tanımlayan şeyin 'sekülerleşme'den ziyade 'kurumsallaşmış dinden kaçış' olduğu görülmektedir. Yani din için bir 'yok olma' değil, bir 'yer değiştirme' söz konusu olmuştur"* (Berger, 2014, s. 50). Modernleşmenin dini müzelere kaldıramadığı bir gerçekken dindarın modernite karşısındaki pozisyonu ne durumdadır? Eski teorisinden vazgeçen Berger, dindarın pozisyonlanışı için iki alternatif olduğundan bahseder. Buna göre ya reddediş vardır ya da adaptasyon (Berger, 2014, s. 42-45). Modernitenin dinin gerilemesine neden olacağı öngörüsü herhangi bir değer taşınamasına rağmen tıpkı sekülerleşme teorisinde olduğu gibi dindar insanlar arasında da modernite ve sekülerleşme arasında doğrusal bir ilişki bulunduğu kanısı yaygın görünmektedir. Dünyanın değişik coğrafyalarında modernite karşıtlığının bir anlamda 'dini koruma' anlamında kutsal bir görev olarak filizlendiği de bilinmektedir.

Berger'in betimlediği ikinci pozisyonlanışa göre dindarlar yenilmez bir dünya görüşü olarak değerlendirilen moderniteye dini inanç ve uygulamaların adapte edilmesi fikrindedir. Bu bir yönüyle doğru bir yaklaşımdır. Çünkü modern fikirleri teorik olarak reddet-

mek mümkün ve kolay bir yol olmasına karşın bu reddi insanların hayatlarına ölçü olarak koymak ve dayatmak oldukça zordur. İspanya ya da İran gibi farklı ülkelerde yapılan denemelerin başarısızlığı bu zorluğu ortaya koymaktadır. Bunun nedeni esasında modernitenin söz konusu gücüne dayanmaktadır. *“Kültürlerarası iletişimde önemli atılımlarla heterojen toplumlar ortaya çıkaran ve dinin inhisarını değil de çoğulculuğu yeğleyen modernleşme buna müsaade etmez”* (Berger, 2014, s. 43). Ancak reddetme dini grupları ayakta tutan ve geliştiren bir strateji olarak görülmektedir. Berger, analizinde Papa II. John Paul ile birlikte gerçekleştirilen muhafazakâr hamlelerin diğer Hristiyan mezheplerden çok sayıda insanı Roma Katolik Kilisesi'ne bağlandığını söylemektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nden başka bir örnekte ise 'orta yol Protestanlığın' düşüşü karşısında 'Muhafazakâr Protestanlığın' yükselişi reddetme stratejilerinin dini ilgiyi artırdığı fikrini güçlendirmektedir. Bunların yanında moderniteye adapte olmak için özel gayret gösteren dini hareketler düşüştedir (Berger, 2014, s. 45). Öte yandan yükselme eğilimindeki reddediş stratejilerinin bütünüyle moderniteden uzak ya da modernitenin dışında olduğunu düşünmek de yanlış bir kanaat olacaktır. Reddediş sekülerizmin hayata dair bütün anlamları din dışına itmesinedir. Kentleşme, sanayileşme, eğitim, teknoloji gibi modernite göstergeleri yeni uyanmaya başlayan ve yaygınlaşan dini hareketlerde pekala yoğun bir biçimde görülmektedir. Dünyadaki genel yaygın kanaatte bütünüyle moderniteden uzak bir imaja sahip İslami hareketlerle ilgili olarak Berger'in (2014, s. 47) tespiti şöyledir:

“İslami hareket kendilerini ilerici olarak tanımlayan entelektüellerin hala iddia ettikleri gibi kesinlikle daha az modernize olmuş veya 'gerici' diye nitelendirilebilecek bir toplum peşinde değildir. Hatta, ak-

sine, bu hareket modernleşmiş şehirlerde daha güçlüdür ve bazı ülkelerde, Batı tipi yüksek eğitim almış insanlar tarafından benimsenmektedir. Üst sınıfa mensup birçok ailenin kız çocuklarının başörtüsü ve İslami iffete uygun bir giyim tarzını tercih ettikleri Mısır ve Türkiye buna örnek gösterilebilir.”

Türkiye'deki din ve modernleşme ilişkisini 1980 sonrası dönem üzerinden değerlendiren Köse'ye göre (2014, s. 171-181) karşılıklı bir etki ve adaptasyon söz konusudur. İslami kesimde görülen yeni kıyafet trendleri, tesettür defileleri, tatil alışkanlıklarının değişmesi görünürlüğü artan modernite etkileri arasında sayılabilir. Şehirleşme süreciyle birlikte imam hatip liselerinin değişen öğrenci profillerinin kırsaldan şehre doğru kayması önemli örnekler arasındadır. Köse, modernite etkisini futbol üzerinden çok ilginç bir örneklerle ortaya koymaktadır (Köse, 2014, s. 176):

“Yıllar önce bazı dindar babaların 'futbol topunu Hz. Hüseyin'in kesilen başıyla özdeşleştiren' dini söylemlerin etkisiyle, oğullarını futbol oynamaktan alıkoydukları bilinen bir vaki'dir. Dahası, o tarihlerde din adamları da bu tür söylemleri, bizzat kullanmasalar bile, reddeden bir tavır sergilememişlerdir. Şimdilerde ise İstanbul ilçe müftülükleri Hz. Muhammed'in doğumunun anıldığı 'Kutlu Doğum Haftası'nda imamlar arasında futbol turnuvası düzenlemektedir”

Farklı din anlayışı, örgütlenmesi ve motivasyonuna sahip farklı kültürler karşılaştırıldığında modernite ve sekülerleşme etkilerinin aynı oranda görülmesi düşünülemez. Köse, İslam'ın modernite ve sekülerleşme karşısında aldığı konumun dinamiğini yapısal farklara bağlamaktadır. Buna göre İslam'da kilise benzeri mutlak otoriter bir kurumsal yapı yoktur. Bunun yanında bilim Batı'nın tarihsel tecrübeleriyle karşılaştırıldığında İslam toplumlarında daha pozitif bir şekilde algılanmıştır. Kaldı ki Türkiye gibi ülkelerde endüstri devri-

mi ve şehirleşme bütünüyle Avrupa'daki gibi yaşanmamış, bu nedenle gelenekle olan bağlarda Avrupa ülkeleri kadar sert kırılmalar yaşanmamıştır (Köse, 2014, s. 177-178). Özellikle konumuzu ilgilendiren iletişim odaklı bakıldığında, modern iletişim araçlarını etkili biçimde kullanan dini hareketlerin etkilerini daha fazla artırdığı görülmektedir. Genel bir biçimde sözlü kültür üzerine yükselen birçok cemaat, moderniteye tepki olarak modern iletişim araçlarını kullanmadıkları zaman iletişim ortamında kendilerine yer bulamamaktadır^{*}.

Modern iletişim araçlarına adaptasyon ve amaçlar çerçevesinde bunlardan yararlanma yalnız İslami cemaat ve hareketlerle sınırlı değildir elbette. Hristiyanlık dünyasının en büyük kilisesi olan Vatikan'ın modern iletişim araçlarına bakışının anlaşılması için Papalık Sosyal İletişim Konsülü tarafından yayınlanan John. P. Foley imzalı *Kilise ve İnternet* ile *İnternette Etik* başlıklı makalelere göz atmak yeterli olacaktır. *Kilise ve İnternet* adlı makalede İkinci Vatikan Konsülü'ne atıfla "harikulade teknik icatlar" ve Papa XII Pius'a atıfla 'Tanrı'nın hediyesi' olarak nitelendirilen modern iletişim teknolojileri, insan zihnini büyük oranda genişleten ve zenginleştiren bunun yanında 'Tanrı'nın krallığını' pekiştirmeye ve yaymaya katkıda bulunan araçlar olarak değerlendirilmektedir (Foley, 2002).

Makalede "*Tanrı kilise aracılığıyla insanlıkla iletişim kurmaya devam etmektedir*" prensibi konularak yeni iletişim teknolojilerine bakışın genel çerçevesi çizilmektedir. Buna göre İncil'in mesajları-

^{*} Bkz. Narmanlioğlu, H.(2014). Tarikat ve Cemaatlerin Alternatif Medya Stratejileri. Mete Çamdereli (Ed.) *Medya ve Din* içinde. (165-203). İstanbul: Köprü Yayınları.

nın yaygınlaştırılması için medyadan yararlanılamazsa Papa VI. Paul'e atıfla "Kilisenin Tanrı huzurunda suçlu olacağı" uyarısında bulunmaktadır. Özellikle İnternet'in sınırları aşan, geniş kitlelere ulaşma kabiliyetine vurgu yapılan makalede "kilisenin İnternet'i anlamak zorunda olduğu" belirtilmektedir. Makalede İnternet'in taşıdığı potansiyeller arasında *sanal cemaatlere* de gönderme yapılmaktadır. Benzer düşüncedeki insanların bir araya gelerek birbirlerini destekleyen cemaatlerin *inanç sanal cemaatleri* olarak tanımlandığı makalede yeni araçların evlerinde kapalı kalan insanlar için cesaret, ilham ve ibadet fırsatı sağladığı anlatılmaktadır. Kilise için her durumda fiziki cemaat her zaman 'gerçek' olarak görülmektedir. İnternet kilise mesajlarının yaygınlaştırılması, sanal ortamdan 'doğru cemaate' yönlendirme, Hristiyan bağlılığı sürdürme ve zenginleştirme için bir araç olarak değerlendirilmektedir.

İnternette Etik başlıklı makalede ise küreselleşme ile birlikte değişen dünyanın bir betimlemesi yapılarak küreselleşmenin önemli bir sonucu olarak medya üzerindeki deregülasyon politikalarıyla birlikte ulus devletin gücünün azalmasına vurgu yapılmaktadır. İnternet'in hayatımıza girmesiyle birlikte aşırı bireyselleşme ön plana çıkmaktadır. Esas olan kilise ve cemaattir, "*bireylerin iyiliği kendi cemaatlerinin iyiliğine dayanmaktadır*" (Foley, 2002). Vatikan'ın İnternet'e bakışı kiliseyi merkeze alan, genişleyen iletişim imkânları doğrultusunda geniş coğrafyaya dağılmış müritlerin fiziki cemaat bağlarını kurma, sürdürme ve tahkim etme amacıyla bağlıdır.

Tüm bunlara bakıldığında gerek akademik ilgide, gerek toplumsal ve kurumsal pratikte dinin gerilediği söylemek, en azından sekülerleşme teorisi bağlamında güçleşmektedir. Modern zamanlarda insanoğlunun tabiatüstüne olan inançlarında geçmişe göre bir

düşüş gerçekleşmemiştir (Köse, 2014, s. 36). Bunun dışında dinin yaşandığı mecrada bir kayma ve değişimden söz edilebilir. Bell'in (2014, s. 237) ifadesiyle,

"Bütün bunlardan sonra kutsalın dönüşü denen bir şey yaşayacak mıyız? Yeni dini tarzlar ortaya çıkacak mı? Elbette 'evet!' Benim bundan hiç şüphem yok. Din temelde bir ideoloji ya da toplumun düzenleyici veya bütünleştirici bir özelliği değildir. Gerçi dinin çeşitli zamanlarda böyle kurumsal işlev gördüğü de doğrudur. Ama din, temelde insanoğlunun varoluşu anlamlandırdığı, varoluşsal sorularına cevap bulduğu vazgeçilmez tecrübesidir."

Yine Bell'e (2014, s. 239) göre bugün yeni dini hareketlerin yükseldiği görülmektedir. Geçmişle bugünü birbirine bağlamanın peşinde olan çoğu hareket aynı zamanda modernitenin kişiye yüklediği karmaşık kişilik yapısından kurtulmayı sağlamaktadır. Dini ilginin kaydığı yeni alanların başında İnternet gelmektedir. Kişiler sanal cemaatler vasıtasıyla bir topluluk içerisinde dini deneyim yaşayabilmektedir. Sanal cemaat içerisinde dini tecrübenin incelenmesinden önce bu yeni toplumsallaşma biçiminin özelliklerine göz atmakta yarar var.

Yeni bir toplumsallaşma biçimi

Sanal cemaat gibi literatürde henüz yerini sağlamlaştıramamış bir kavramın incelenmesi için başta bazı rezervlerin tespit edilmesi doğru bir yol olacaktır. Bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamına uyarlanan 'cemaat' kavramı, ilk tanımını yapan Tönnies'ten itibaren romantizmin izlerini taşımaktadır. Kavramın idealize edilişi örtük ya da açık biçimde yok olan pre-modern insan birlikteliğine yakılan ağıt niteliğindedir. Cemaat kavramı pastoral, sıcak, samimi 'gerçek'

insan birlikteliği gibi anlamları yüklenmesi nedeniyle değişen toplumsal yapıda aranılan, açlığı çekilen, özlenen geçmişe vurgunun ifadesi olmuştur. Yukarıda anıldığı gibi geç modern dönemde ortaya çıkan değişik insan birliktelikleri 'cemaat' kavramıyla (ya da çağrıştırdığı pozitif değerler vasıtasıyla) tartılmıştır. Bu anlamıyla bakıldığında ideal ve temel tip olarak bir mihenk taşı vazifesi de yüklenen 'cemaat' kavramı her türden toplumsal oluşumun tanımlanması için bir başvuru kaynağına dönüşmüştür. 'Cemaatimsi' özellik gösteren farklı birliktelikler ideal tipe uygunluğuna, farklarına, benzerliğine, geçerliliğine ve dolayısıyla gerçeklik ya da sahteliğine atıf yapılarak değerlendirilmiştir. *Sanal cemaati* ilk olarak kavramlaştıran Howard Rheingold çalışmasında fiziki dünyada kaybolan topluluk ideali ve değerlerine sıkça atıf yapmaktadır. Bu nedenle aldığı konum da radikal olarak muhafazakâr ve tutucudur (Timisi, 2003, s. 164). Oysa sürekli akış halindeki zamanın diyalektiğine uygun olarak toplumda bir şeyin olduğu gibi yeniden kurulması mümkün değildir. Rheingold da sonraki dönem çalışmalarında 'cemaat' kavramını romantize etmekten kaçınmayı öğrendiğini (Rheingold, 2006, s. 48-49) söyleyerek, İnternet ortamındaki insan birlikteliklerinin niteliklerinin keşfedilmesinde belki de en önemli engelle gönderme yapmaktadır. 'Cemaat açlığı' yanlış değerlendirmeye kapı aralayabilecek nostaljik anlamına rağmen, 'sanal cemaat'in ne olduğu konusundaki ilk kabullerden birini oluşturabilir. 'Cemaat açlığı' daha nötr bir bağlam içerisinde düşünüldüğünde, önceden tecrübe edilmiş insan birlikteliklerinin (hem klasik cemaat hem modern ulusal cemaat) dağılmakta olduğu bir dünyada, 'toplumsallık alanının boş kalamayacağı' (Bauman, 2011, s. 173) gerçeği ışığında anlam kazanmaktadır.

Sanal cemaatleri ağda oluşan sosyal kümelenmeler olarak tanımlayan Rheingold'e göre (2000, s. xx) bu kümeler insani duygularla başkalarıyla ilişki kurmak için bir araya gelmiş yeterince uzun kamusal tartışma içerisindeki yeterli sayıdaki kişilerden oluşur. Rheingold'un argümanı çerçevesinde Castells (2005, s. 476) ise sanal cemaatleri kimi zaman iletişimin kendisi bir amaç haline gelse de ortak bir çıkarya da amaç doğrultusunda örgütlenen, kendi kendini tanımlayan interaktif, elektronik bir iletişim ağı olarak tanımlamaktadır. Sanal cemaat ile ilgili görüşler geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Sanal cemaati içerisinde gerçek iletişimin olmadığı, gerçek cemaatlerin ilizyonu olarak gören, idealist teknoloji hayranları tarafından hak etmediği bir isimle (cemaat) anıldığını düşünen yaklaşımlar (Wilbur, 1997, s. 14-15) yanında Castells gibi düşünürler sanal cemaatlerin, fiziksel cemaatlerin izlediği etkileşim ve iletişim kalıplarını izlemediklerini, ancak 'gerçek dışı' da olmadıklarını savunmaktadır (Castells, 2005). 'Cemaat' kelimesini bir metafor olarak düşünen bazı araştırmacılara (Watson, 1997, s. 105) göre de topluluğun sanal olduğunu iddia etmek onun gerçek olmadığını ima etmekte, gerçeğe göre daha aşağı ya da daha az önemli olduğu zannını taşımaktadır.

Bu noktada yine sanal cemaat kavramının bir çerçeve içine alınması çabasında üzerinde durulması gereken farklı bir rezervre değinmekte fayda bulunmaktadır. Fiziki mekâna bağlı olamayan, yüz yüze gerçekleşmeyen iletişim ve etkileşimin daha az gerçek olduğu ya da fiziki mekân dışında oluşan sosyal bağların sahici olmadığı düşünülebilir. Oysa fiziki dünya dışında yüz yüze oluşmayan ilişki biçimlerinin gerçek olmadığı yönündeki bir ön kabul farklı sosyal birlikteliklerin anlamını çözümlemede yanlış sonuçlar doğmasına ne-

den olacaktır. Örneğin Driskell ve Lyon “Sanal Cemaatler Gerçek Cemaat midir?” (2002) adlı çalışmalarında sanal cemaatin yer cemaatine göre daha az 'gerçek' olduğunu söylemektedir. Yazarlara göre, sanal cemaat gerçek cemaatin bir antitezi de değildir. Tıpkı telefon gibi yalnız gerçek cemaatin iletişim imkânlarını artıran bir araçtır (Driskell ve Lyon, 2002, s. 387). Ancak söz konusu araştırma “sanal cemaatler gerçek cemaat midir?” şeklinde kurgulanan katı bir öngörüğü barındırmaktadır. Böyle bir bakış açısı daha baştan cemaatin verili bir gerçeğe sahip olduğu ön kabulünü taşımaktadır. Klasik cemaat dışında ortaya çıkan farklı sosyal birlikteliklerin eldeki gerçeğe göre sınanması verili gerçeğin neden gerçek olarak kabul edildiği sorusunu akıllara getirmemektedir. Cemaatin nostaljik anlamına takılarak yalnız aynı fiziki mekan ve zamanın paylaşılmasıyla 'gerçek cemaatin' ortaya çıkabileceği ön yargısı, “sanal cemaatler gerçek cemaat midir?” sorusunu daha başından anlamsız hale getirmektedir.

Oysa İnternet kendi kendine bir dünya değil, başkalarıyla paylaştığımız, sosyal bağlar kurduğumuz gerçek dünyanın bir parçasıdır (Bruhn, 2001, s. 232). Sanal cemaatler, fiziki cemaatler üzerinden değerlendirildiğinde ister istemez benzerlikleri, farkları ve nihayetinde gerçek olup olmadıkları sorusuyla inceleme konusu yapılmaktadır. Bilgisayarla aracılanmış iletişim gerçek, sahte ve ya illüzyon yaftalarıyla değerlendirildiğinde ya da sanal dünya – gerçek dünya, sanal ilişki – gerçek ilişki, sanal mekân – gerçek mekân gibi dikotomik karşılaştırmalar yapıldığında söz konusu araçta gerçekleşen etkileşimin niteliğinin keşfedilmesi zorlaşacaktır. Wellman ve Gulia' nın (2005, s. 185) ifadesiyle, “*Net 'gerçek hayatın' solgun bir taklidi değildir. Net nettir.*” Dolayısıyla bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamı fiziki dünyaya göre daha az gerçek değildir. Her iki ortam

birbirinden farklı, ayrı, birbirinin karşısı ya da alternatifi değil, aksine birbirini kapsayan, birlikte işleyen ve ancak birlikte anlam kazanan ortamlardır. Bu nedenle çalışmada *gerçek dünya* yerine *fiziki dünya* tabiri kullanılmıştır. Bunun yanında *sanallık* bilgisayarla aracılanmış iletişim deneyimiyle sınırlı bir kavram değildir, van Dijk'ın deyimiyle (1997, s. 41) bilgisayar ağları tarihteki ilk sanal gerçeklik araçları değildir. Yazının bulunmasından itibaren yazılı basın, telgraf, telefon, fotoğraf, sinema, radyo ve televizyon gibi birçok değişik araç sanal dünyalar inşa etmiştir.

Sanal cemaat, tıpkı yer cemaati ve sosyal ağlarında olduğu gibi bilgi paylaşımı, duygusal ve sosyal destek, sorunlar için çözüm yolları, hayatın akışında kişiye gerekli yeni bakış açıları sağlama gibi özelliklere sahiptir. Fiziki dünyada kişiler farklı ihtiyaçlarının karşılanması için sosyal ağlarını genişletmek zorundadır. Bilgisayar destekli sosyal ağ ilişkileri de benzer prensip üzerinden işlemektedir. Kişiler farklı ihtiyaçları için belirli konu etrafında odaklanmış sanal cemaatten yararlanma ve karşılık olarak katkı sunma eylemi gerçekleştirmektedir. Fiziki dünyada farklılaşmış sosyal ağlara olan ihtiyaç sanal cemaatler vasıtasıyla daha kolay ulaşılabilir durumdadır. Wellman ve Gulia (2005, s. 169) ise sanal cemaatleri "bilgisayar destekli sosyal ağlar" (CSSN - Computer Supported Social Networks) tanımlamaktadır. Barry Wellman'ın bu yaklaşımı sanal cemaati kavramlaştıran Rheingold'u önemli ölçüde etkilemiştir. Rheingold "Sosyal Ağlar ve Cemaatlerin Doğası" (2006, s. 47) adlı çalışmasında, siber kültür üzerine çalışmaya başladığı ilk dönem Barry Wellman'ın çalışmalarına rastlamış olması halinde 'sanal cemaat' kavramı yerine 'çevrimiçi sosyal ağlar' tanımını kullanmayı tercih edeceğini söylemektedir. Hangi isimle anılırsa anılsın İnternet üzerinde ortaya çı-

kan yeni toplumsal yapılar, kişinin fiziki dünyayla bağlantılı ya da ondan tamamen bağımsız oluşturduğu sosyal ağları olarak değerlendirilebilir.

Rheingold'a göre (1999, s. 414) sanal cemaat üyeleri yüz yüze tanışan insanlardan oluşabileceği gibi birbirini daha önce hiç görmemiş insanlar da aynı sanal cemaatin üyesi olabilirler. Sanal cemaat içerisinde fiziki dünyada insanların bir aradayken yapabileceği her şey gerçekleştirilebilmektedir: Dedikodu, flört, tartışma, beyin fırtınası, âşık olma, plan yapma, kavga etme, oyun oynama, oyun yapma, laflama, bilgi değişimi, arkadaş bulma ve kaybetme, duygusal destek sağlama gibi. Milyonlarca insan elektronik etkileşimle yerel zamandan ve mekândan bağımsız, kimliklerinin kaynaştığı cemaatler inşa etmektedir. Fiziki sosyal ağlardan sağlanan tatmin gibi, kişi duygusal ya da bilişsel tatmin sağladığı bilgisayarla aracılanmış sosyal ağına aidiyet hissedebilir. İletişim ve etkileşimle ortaya çıkan birlikteliğin niteliklerinin toplamı olan kimlik, sanal cemaat üyesi tarafından benimsenip içselleştirilebilir. Bu çalışmayı ilgilendiren boyutuyla bakıldığında dua gruplarının, katılımcılarına bu türden bir duygusal tatmin kaynağı potansiyeli taşıdığı söylenebilir. Sanal cemaatlerin ortak anlaşma üzerine kurulduğu görülmektedir. Klasik cemaatteki 'hayatın toplulukla yaşantılanması', sanal cemaatte yerini hayatın belirli ortaklıklarının paylaşılmasına bırakmıştır. Bu anlamda sanal cemaatler, büyük oranda spesifikleşmiş çok çeşitli ilgi alanları etrafında toplanılan yeni yerler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaldı ki köy tarzı duygusal birlikteliğin idealize edildiği bir cemaatte bile dostluk, duygusal destek, bilgi, para ya da eşya gibi sosyal ve maddi paylaşımlar, her üyede aynı seviyede ve aynı çeşitlilikte

görülmemektedir. Kişinin fiziki dünyadaki sosyal ağından sağlayabileceği fayda ve karşılığında sunacağı katkı kısıtlı miktarda ve belirli konularla çerçevelenmektedir. Bu durum kişilerin çok fazla kaynaktan beslenebilmesi için farklı ağlarla irtibatta olmaları gerektiği anlamına gelir. Pazar diliyle söylenecek olursa, kişi belirli ihtiyaçları için genel bir mağaza yerine iş kollarına ayrılmış butiklerden alışveriş yapmak zorundadır (Wellman ve Gulia, 2005, s. 171). Bilgisayar destekli sosyal ağından yardım / destek arayan benzer sorunlara sahip insanlar arasında derinlikli ve sıkı ilişkiler rahatlıkla kurulabildiği bilinmektedir. Bunun yanında birçok sosyal hareketin ilk kaynağını İnternet'ten alması ya da İnternet'in sosyal hareketlere ivme kazandırıp, geliştirip sürdürülmesine olan katkısı birçok değişik örneklerle ortaya konulmuş bir gerçektir. Öte yandan birçok sanal cemaatin zaman içerisinde kuruluş amacı dışına kayarak farklı talep ve etkinlikler için kullanılması sıkça görülen bir durumdur. Sosyal destek için kurulmayan sanal cemaatler bir süre sonra bu amaca dönük işlev kazanmaya başlayabilmektedir. Bu aynı zamanda cemaat kültürünün ve işlevinin üyelerin ilgi, ihtiyaç ve davranış biçimleri vasıtasıyla değişime açık olduğu anlamına gelmektedir.

Sanal cemaatlerde sıklıkla görülen gevşek bağlar, ilişkinin sahteliği zannından öte birey için çeşitli avantajlar sağlamaktadır. İnternet'te statülerin yokluğu gevşek ağlar arasındaki irtibat konusunda cesaretlendirici etki göstermektedir. Çünkü genellikle yüz yüze iletişime içkin olan iktidar sembolizmi, bilgisayarlı iletişimde görünmemektedir (Castells, 2005, s. 480). İnternet ortamındaki görece eşitlikçi yapı, farklı bireylerle etkileşimi kolaylaştırmaktadır. Çok sayıda benzer kişi tanımak ve bunlarla daha derinli ilişki kurmak kişinin karşılaştığı farklı sosyal ve duygusal sorunlarda yardım elde et-

me olanağını daraltmaktadır. Ancak çok farklı yapıda insanla yüzey-sel de olsa ilişkide bulunulması, sağlanacak destek çeşitliliğinin de artması anlamına gelmektedir. Sahtelik zannına boyanmış zayıf ve gevşek ilişki aslında birey için derin ve samimi ilişkide olduğu dar sosyal ağına göre sosyal yardım anlamında daha kullanışlı olabilmektedir.

Gruba bağlanma, özünde genel karşılıklı yardım normlarını barındırmaktadır (Wellman ve Gulia, 2005, s. 177). Tönnies'in klasik cemaatinde de birlikte yaşam biçimi karşılıklı yardım ilişkisini kapsamaktadır. Sanal cemaat içerisinde yardımlaşma çoğunlukla bire-bir cemaat üyelerinin şahsen birbirlerine karşılıklı yardım etmesi yoluyla değil cemaatin ortak hafızasına katkı sağlanması yoluyla gerçekleşmektedir. Özellikle bütün cemaate yöneltilen bir soruya verilen cevap, yalnız o desteği o an için isteyen cemaat üyesine değil aynı zamanda, henüz öyle bir yardıma ihtiyaç duymamış fakat gelecekte böyle bir yardım beklentisine girebilecek diğer cemaat üyelerini de muhatap alan bir yardımdır. Bu prensip aynı zamanda sanal cemaat hafızasının önemli bir özelliğini açığa çıkarmaktadır. Sanal cemaat hafızası özellikle silinen veriler dışında sürekli kayıt altındadır. Üyelerinin paylaşımlarını saklayan ve geçmişe dönük aramaya izin veren sanal cemaatler bu yolla kendi tarihlerini (yazılı/görsel/ışitsel) oluşturmaktadır. Bu anlamda sanal cemaat içerisindeki eski etkileşimler, yeni üyelerin cemaate entegrasyonu için birer çapa vazıfesi görmektedir. Sanal cemaat içerisindeki geçmiş mesajlaşmalar o güne kadar cemaat içerisinde yapılan iletişimin yönünü gösterdiği gibi, gelecekte de ne tür iletişim yaşanabileceğini hakkında kullanıcılara fikir verir. Bu türden bir belleğin bulunmaması, daha önceki etkileşimlerin kayıt altına alınmaması bir sanal cemaatin yaratılma-

sını ve sürdürülmesini güçleştirmektedir (Kollock, 2005, s. 233-234).

İnternet'in Avcı – Toplayıcı Toplulukları

Sanal cemaatin önemli bir özelliği, kendiliğinden oluşmaya müsaitliğinin yanında üyelerini her hangi bir nihai bağlayıcılıkla sınırlandırmamasıdır. “Ortaçağ’da bağı olmayan kişi ya sürgüne ya ölüme mahkûm edilmiş bir kişiydi” (Bauman, 2011, s. 184). Klasik cemaat insanı aracılanmış iletişime imkân tanıyan ortamyokluğu nedeniyle dar sosyal ağıyla doğrudan karşılıklı bağımlılık halindedir. Kişi ‘cemaatine aittir.’ Çünkü cemaat kişinin duygusal, bilişsel ve materyal bütün ihtiyaçlarını karşılayan birimdir. Coğrafi mekânda genellikle kişilerin cemaatleriyle birlikte yaşamaktan başka seçenekleri yoktur (Geser, 2002, s. 9). İçine doğulan toplumsal birlikteliği temsil eden yer cemaatinden farklı olarak sanal cemaatler üyelerinin iradilikleriyle ön plana çıkmaktadır. Ancak iradiliğin bu kadar ön planda olmasının bedeli Castells’in (2005, s. 479) ifadesiyle, *“çevrim içi kurulan arkadaşlıklardaki yüksek ölüm oranıdır; hoşla gitmeyen bir cümle bağlantının sonsuza dek koparılmasıyla cezalandırılabilir.”* Healy’e (1996, s. 63) göre de İnternet’in ayırt edici özelliği “insanların gelip gitmesidir.” Net üzerinde ‘sörf’ yapan insanlar istedikleri zaman plajda başka bir ‘dalga’ arayabilir. İnternet üzerindeki *avcı-toplayıcı* topluluklar (Komito, 1998, s. 102), aracın imkân sağladığı iradiliği istedikleri gibi kullanabilen insan gruplarını en iyi tanımlayan kavramlardandır. Bir sanal cemaate girebilmenin ve ayrılmanın kolaylığı, üyelere ‘yerleşik’ bir düzene geçmeden duygusal ve bilişsel tatmin fırsatı yaratmaktadır.

Cemaat bağlarının kurulması, cemaate kabul ve azil işleyişinin

tüzel kişilikten gerçek kişilere geçmesi sonucu birçok sanal cemaatin ömrü yer cemaatinin aksine üyelerinden daha kısa ömürlü olabilmektedir. Burada altı çizilmesi gereken önemli nokta, mutlak iradiliğin söz konusu olmamasıdır. Çünkü cemaatin olduğu yerde aynı anda cemaate ait normların da kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Net kendi kültürünü yaratır (Wellman vd, 1996, s. 222). Sanal cemaatin zaman içerisinde (yazılı bir biçimde kayıt altına alınmasa bile) olgunlaşan kuralları kişileri 'her istediğini yapamaktan' men etmektedir. Üyelerin uymaya zorlandığı normlar, fiziki dünyada olgunlaşmış ölçütlerin (nezaket, küfür, doğru bilgi, taciz gibi) yeni ortama taşınmasıyla şekillenebileceği gibi, yalnız bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamına has bazı özellikler doğrultusunda da belirlenebilmektedir. Mesela, sanal cemaate katkıda bulunmadan yarar sağlayamamak (dosya, film gibi karşılıklı paylaşım üzerine kurulmuş sitelerde olduğu gibi) ya da uzun süre çevrim içi olmamak sanal cemaatten uzaklaştırılmanın nedeni ya da baştan üyeliğe kabul edilmenin ön şartı olabilmektedir.

Fatiha Okuyanlar Nokta Koysun!

İnternet'in dini kullanımı her geçen gün artmaktadır. 2014 yılında ABD'de yapılan bir araştırmaya göre her beş Amerikalıdan biri İnternet'te dini inancını paylaşmaktadır. Bunun yanında 18-29 yaş arası gençlerin 50 yaş üstü insanlara göre dini inançlarıyla ilgili bilgileri iki kat daha fazla paylaştığı görülmüştür²³. Türkiye'de de İnternet'in dini kullanımı git gide yaygınlaşmaktadır. Yaygınlaşmayla paralel olarak İnternet'in dini amaçlarla kullanım biçimleri de çeşitlen-

²³ <http://www.pewforum.org/2014/11/06/religion-and-electronic-media/>

mektedir. Örneğin şarkıcı İbrahim Tatlıses'in 2011 yılında silahlı saldırıya uğradığı haberi ilk duyulduğunda kaldırıldığı hastanenin önü yüzlerce insanla doldu. Mikrofonlara konuşan arkadaşları, yakınları ve hayranları ünlü sanatçı için dua istiyordu. Birkaç gün içerisinde Tatlıses'in memleketi Şanlıurfa'dan onlarca otobüs dolusu insan hastane önünde kamp kurmuştu bile. Ancak hastaneye gidemeyen binlerce hayranı için hemşehrileri ilginç bir çözüm buldu: “www.ibrahimtatliseseduaet.com” Bir süre sonra kapatılan sanal cemaat, üyelerinden daha kısa ömürlü oldu. Erzurum'un Oltu ilçesinde ise farklı bir “mezarlık ziyareti” geleneği başlatıldı. Memleketlerinden uzakta bulunan insanlar, bir İnternet meraklısının açtığı site vasıtasıyla yakınlarının mezarlarını 'sanal ziyaret' ederek, *online Yasin* ve *Fatiha* okutabilme imkanına kavuştu.

İnternet'in dini kullanımı yalnız bu amaç doğrultusunda açılmış sitelerle sınırlı değil. Sosyal ağ sitelerinde de dini amaçlı kullanım sıkça görülmektedir. Örneğin Facebook siyasi amaçlı birlikteliklerden, dini cemaatlere, sendikal faaliyetlerden, farklı sivil toplum örgütlerine (Toprak vd, 2009, s. 203-237) kadar geniş yelpazede sosyal birlikteliklerin önemli mecralarından biridir. Türkiye'de de en popüler sosyal ağ sitesi olması²⁴ Facebook'u ayrıcalıklı bir konuma oturtmaktadır. Bu çalışmada da Facebook'ta kurulu bulunan “Dua Ve Zikir Kervanı” adlı grup 11 Ocak 2015 tarihindeki veriler ele alınarak incelenmiştir. Her gün yüzlerce insanın dua paylaştığı, birbirlerinden dua istedikleri bir buluşma yeri olan grubun yaklaşık 6 bin üyesi bulunmaktadır. Grupta düzenli olarak dua paylaşımları yapılmaktadır. Site yöneticilerine gönderilen dua talepleri grup içeri-

²⁴ Bkz. <http://www.alexa.com/topsites/countries/TR>

sinde dolaşıma sokulmakta, talepler paylaşım yoluyla farklı sosyal ağlara aktarılmaktadır. Ancak gönderilen mesajların yöneticiler tarafından ne tür bir eşik bekçiliği süzgecinden geçirildiği bilinmemektedir. Bu nedenle gruba gönderilen dua taleplerinin belirli bir kriterlere göre elenip elenmediği konusunda bilgi bulunmamaktadır.

Söz konusu grup özel üyelik gerektirmeyen kapalı gruplardan farklı olarak herkese açık özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Çalışmada grup içerisindeki iletişim yönünün belirlenmesi amacıyla; hangi amaçlarla dua edildiği, hangi tür dua taleplerine daha çok cevap verildiği, en çok paylaşılan duaların hangileri olduğu sorularına odaklanılmıştır?

Elde edilen bilgiler, Poloma ve Pendleton (1989, s. 48) tarafından belirlenen dua tipolojileri doğrultusunda değerlendirilmiştir:

1. Derin düşünce olarak dua (Meditative)
2. Dinî pratik olarak dua (Ritualistic)
3. İstekte bulunma olarak dua (Petitionary)
4. Konuşma diline ait dua (Colloquial)

Böylelikle sanal cemaat olarak bir dua grubunun günlük pratikteki işlevi, sanal cemaattaki paylaşımların fiziki dünya ile olan irtibatı anlaşılmaya çalışılmıştır.

Öncelikle dinin önemli bir ritüeli olarak dua, bir anlamda kişinin inandığı tabiat ötesi varlık ile irtibat kurmasının yollarından biri olarak görülmektedir. Dua kelimesi çağırmak, seslenmek, istemek, yardım talep etmek, sığınmak gibi anlamlara gelmektedir. Terim olarak ise, kişinin tanrıya sığınması ve yakarışı, güçsüzlüğünü itiraf etmesini ifade eder. Bu yönüyle dua insanla Allah arasında bir ilişki ve iletişimdir (Aydın, 2009, s. 92). İnsanların toplu olarak dua etmesi ya da birbirleri için dua etmesi cemaate karşı aidiyet hissini artırmak-

tadır. Kişinin kendi sorunlarının çözümü ya da istekleri için başkalarının da temennide bulunduğunu bilmesi bağlanmayı artırmaktadır.

Dua grubunda yapılan incelemeye göre;

1. Derin düşünce olarak dua:

Yapılan araştırmalara göre insanların başvurdukları dua tipleri arasında en az tercih ettikleri meditasyon türü duadır (Argyle, 2006, s. 332). Tanrının huzurunda hazır bulunma ve trans haliyle yaratıcıya yönelme olarak tanımlanabilecek bu dua türünün grup içerisinde her hangi bir biçimde ölçülmesi mümkün görülmemektedir. Ancak özellikle zaman zaman dua taleplerinin yorumlarında “ihlas”, “samimiyet”, “içtenlik” gibi vurgular yapılmaktadır. Dolayısıyla zaten genel anlamda dua talep edilen kişilerden bir trans hali beklentisi olduğu söylenebilir.

2. Dinî pratik olarak dua:

Grup içerisinde en çok rastlanan dualar bu kategoriye girmektedir. Genellikle halk arasında bilinen ve mensubu olduğu dinin din görevlisi tarafından bir kitaptan veya ezbere okunarak yapılan dualardır (Argyle, 2006, s. 332). Standart, kalıplaşmış ve derin bir dinî bilgi sahibi olmayı gerektirmeyen bu tür dualar din görevlisine ihtiyaç olmadan da grup içerisinde yapılabilmektedir. Örneğin, “Sala vat”, “Tefriciye” gibi dualar, çeşitli din âlimlerinden yıllar içerisinde aktarılmış ve çoğunluğu Arapça dualar, “Yasin”, “Fetih”, “Fatiha”, “Ayet-el Kürsi” gibi Kur'an sureleri ve ayetleri bu kategori içerisinde değerlendirilebilir.

Yapılan incelemede dini pratik olarak dua, grup içerisindeki iletişim ortamında en çok dolaşımına sokulan türlerden biridir. Bu türden kalıp dualarda dikkat çeken en önemli özellik, belirli bir sayı ve süre kısıtlaması çerçevesinde duanın kişiler arasında paylaştırılmasıdır. Hastalık için “ya Şafi” (şifa veren), bereket için “ya Rezzak” (rı-zık veren) isimlerinin belirli bir sayıyla tekrar edilmesi, başarı için “Fetih” suresinin okunması gibi dini gelenek içerisinde zamanla belirlenmiş formüller sanal cemaat içerisinde sıkça başvurulmuş dua biçimleridir. Gönüllük esasına göre katılımcılar okuyabilecekleri miktarı ortak yorum bölümünde belirtmektedir. Örneğin;

“Canlar okunması gereken 2000 salavat var Kimler yardım edebilir???”

“Özlem kardeşimin amcasının vefatı sebebiyle ay sonuna Kadar 15. Cüzden sonrası okunması lazım Kimler yardım eder canlar”

“23 yaşında vefat eden salih kardeşimizin eşi için 3 gün süreli 41 yasin 70 bin tevhid topluyoruz Haydi canlar ölüm hepimize yardım edelim Kimler okuyor ??”

“Yarın amelyat olacak Fatma kardeşim için 20 ya şafii 3 Rabbi yessir okuyalım Okuyanlar nokta bıraksın canlar”

Yapılan incelemede grup içerisinde dinî pratik olarak dua iletişim ortamına sokulan en yoğun dua kategorisi olmasına rağmen katılım anlamında bunun tersi geçerlidir. Çünkü bu tür duada, 'anlık' bir tasdik ya da paylaşımın yanında kişinin bulunduğu fiziki ortamda belirli bir çaba harcayarak talep edilen ritüeli yerine getirmesi gerekmektedir. Ancak bu türden dua taleplerinde *kolay okumalar* diye billediğimiz birçok insanın ezbere bildiği çok kısa sureler (İhlas, Fatıha) söz konusuysa katılım görece artmaktadır.

3. İstekte bulunma olarak dua:

Bütün dua çeşitlerinin prototipi olan “istekte bulunma olarak dua” çocuklar tarafından yapılan ilk duaların tipik bir örneği olarak da değerlendirilebilir. Bireyin kendisinin, ailesinin veya arkadaşının ciddi bir ihtiyacı olduğunda veya mutluluğu engelleyecek bir tehdit unsuru ortaya çıktığı zaman Tanrı'ya yönelme olarak düşünülebilir (Argyle, 2006, s. 331-332). Genellikle hastalıklardan kaynaklanan sorunlarda kişinin kendisini aşan durumlarda başvurulmuş bir dua yöntemidir. Yapılan incelemede grupta dolaşıma sokulan duaların neredeyse tamamı bu türden istekte bulunma olarak dua temeline dayanmaktadır. Ancak ifade biçimi olarak düşünüldüğünde bu kategoriye dâhil olan duaların neredeyse tamamı, ikinci kategoride bulunan “dinî pratik olarak dua” (Ritualistic) formuna sokularak üyelerle paylaşıldığı görülmüştür.

Yani esas olarak grup içerisindeki dualar “istekte bulunma olarak dua” olmasına rağmen cemaat üyeleri arasında paylaştırılmaya müsait hale getirilmektedir. Bu yönüyle “istekte bulunma olarak dua” temelde amaçken, cemaat üyelerinin duaya (amaca) katılımını sağlamak için, “dini pratik olarak dua” formülünden yararlanılmaktadır.

4. Konuşma Diline Ait Dua:

“Bireyin Tanrı ile diğer şahıslarla sıradan bir dille konuştuğu gibi konuşması ve ona karşı samimi davranması” anlamına gelen bu dua çeşidi yapılan araştırmalara göre diğer dua çeşitleri arasında çok daha yaygın biçimde kullanılmaktadır (Argyle, 2006, s. 331). Af dileme, korunma isteği, sığınma gibi talepler bu tür dua biçiminde daha sık görülmektedir. Bu kategori toplu dua etmekten ziyade kişi-

nin inandığı Tanrı ile birebir ilişki kurma çabasıyla daha uyumlu haldedir. Bu nedenle daha çok ortak dua etmeye motivasyonu ve amacına sahip sanal cemaat içerisinde bu tür dua paylaşımlarına çok az rastlanmaktadır. Yapılan paylaşımlar ise daha önceki örneklerden farklı olarak daha az somut özellikler taşımaktadır. Dini pratik olarak dua formuna çevrilmiş örneklerde, dua edilmesi istenen kişilerin isimleri, talepleri ve beklentileri açık açık yazılırken bu türden dualarda genellemelere yer verilmektedir. Örneğin:

“Allah'ım şu an kimin nerede çaresiz bir derdi varsa sen çare ol”

“Allah'ım bütün kainatı kaplayan rahmetinin hakkı için bizi affet, günahlarımızı bağışla”

“Rabbim bizlere sabah namazı vaktinde ışıkları yanan evler nasıpleyle”

Bu türden dualarda sanal cemaat üyeleri genellikle yorum bölümüne “âmin” diyerek ritüele katılım göstermektedir. Yapılan incelemede katılımın en yüksek olduğu duaların bu kategoride olduğu görülmüştür. “Dini pratik olarak dua kategorisinde” olduğu gibi fiziklî mekânda belirli bir çaba ve mesai harcanmasını gerektirmeyen bu katılımın sayıca bütün diğerlerinden fazla olması anlaşılabilir bir durumdur.

Genel olarak bütün dua kategorilerinde katılımın geri dönüşlü kontrolü de yapılmaktadır. Ancak sanal cemaat içerisinde metin tabanlı bedensiz ilişkiler söz konusu olduğundan geri dönüşlü kontrol tamamen karşılık güvene dayanmaktadır. Paylaştırılan duaların gerçekten okunup okunmadığı hiçbir şekilde mutlak sağlaması mümkün olmayan bir pratik çerçevesinde işlemektedir. Yöneticiler özellikle belirli bir sayı ve süre kısıtlaması doğrultusunda paylaştırılan duaların okunup okunmadığını *“Okuyan nokta koysun!”* şeklindeki

bir uyarıyla kontrol etmektedir. Duaya katılanlar da belirlenmiş ritüeli yerine getirdiklerini belirtmek için yorum bölümüne nokta (.) koymaktadır.

Yapılan incelemede birçok dua talebinin yalnız söz konusu Facebook grubu içerisinde kalmadığı, üyelerin paylaşımı yoluyla farklı sosyal ağlarda da dolaşıma sokulduğu görülmüştür. Bu aynı zamanda git gide büyüyen bir kartopu gibi ucu açık bir biçimde duaya katılım potansiyelini genişleten bir özellik olarak belirmektedir. Bunun yanında en çok dolaşıma sokulan, sanal cemaat üyeleri tarafından en çok paylaşılan ve katılım gösterilen dualar genellikle sağlık problemleriyle ilgili taleplerden oluşmaktadır. Genel dua teorileriyle uyumlu olarak; bir kriz anında, belirli bir sıkıntının giderilmesi, beklenen bir haberin iyi yönde olması gibi dualar ön plana çıkmaktadır.

Bunun dışında dua konuları genellikle şu tür talep ve beklentilerden oluşmaktadır: Evlenme arifesinde olanlar için hayırlı evlilik temennisi, ailevi sorunları bulunan ya da boşanma aşamasında olanlar için hayır temennileri, evlenemeyenler için hayırlı kısmet duaları, çocuk özlemi, hamilelik, düşük tehlikesi, doğum öncesi endişeler, işsiz olanlar için iş, iş görüşmesinin güzel geçmesi için temenniler, ölen yakınlar için dua istekleri, ehliyet sınavı için başarı, ağlayan çocuklar için sakinlik...

Görüldüğü üzere sanal cemaat üyeleri günlük hayat akışında karşılaştıkları problemi, ümitleri, arzuları, korkuları ve beklentileri doğrultusunda diğer üyelerden yardım talep etmektedirler. Taleplerin genellikle doğrudan aktarılması yerine “dini pratik olarak dua” formuna sokularak sanal cemaat üyeleri arasında paylaştırılması, cemaat üyeleri arasındaki manevi dayanışmayı artırmaktadır. Belir-

li kalıp dini ifadelerin ya da sure ve ayetlerin belirli miktarda tekrarlanmasına dayanan “dini pratik olarak dua” eylemi, cemaat üyesinin hiç tanımadığı bir başka cemaat üyesi için yalnız basitçe “âmin” demesinden öte fiziki ortamda bir çaba harcamasını gerektirmektedir. Bu çaba cemaat üyeleri arasında minnettarlık, yardımlaşma gibi duyguların gelişmesini sağlayarak fiziki olmasa da en azından zihinsel ve duygusal düzeyde bir ilişkinin doğmasına kapı aralamaktadır.

Öte yandan kadınların erkeklerden daha fazla dua ettiği görülmektedir. Ancak bilgisayarla aracılanmış iletişimde kişi kamusal hale gelmesini istemediği sürece kimsenin fiziki görünüşünü, yaşını, cinsiyetini, hangi ulustan olduğunu görmemiz mümkün değildir (Rheingold, 2000, s. 11). Sanal cemaat akışkan ve fantastik kimlikler oluşturulmasına imkân sağlamaktadır. Fisher'in (1997, s. 120) ileri bir analiziyle, *“Çevrimiçi kişi herhangi bir şey olabilir, herhangi bir cinsiyet, herhangi bir yaş, ağırlık, ırk hatta tür. Bir kişinin ağaç olamaması için hiçbir neden yoktur.”* Fakat sanal cemaat içerisinde etkileşimde bulunan kişinin bütünüyle fiziki dünya özelliklerinden kaçma imkânı da yoktur. Kimliklerin inşa edildiği bir laboratuvar gibi işleyen (Turkle, 1997, s. 184) bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamında kişiler kendi kimliklerini istedikleri şekilde tamamen yeniden tanımlayabilseler de sanal cemaatlerdeki ilişkilerin bütünüyle gerçek olmayan kimlikler üzerinden yürüdüğü söylenemez. Kimliğin önceki oluşumları tamamen kurgusal kimliklerin kurulmasında kısıtlayıcı bir işleve sahiptir (Timisi, 2003, s. 173). Dolayısıyla sanal cemaatlerdeki kimlik tasarımları çoğunlukla kişilerin fiziki dünyada taşıdıkları kimlikle paralellikler göstermektedir.

Dolayısıyla incelikli bir analiz çerçevesinde metin üzerinden kısmen de olsa kişilerin kendilerini sundukları kimlikleriyle gerçek kimlikleri arasındaki uyumla ilgili ipuçları yakalanabilir. Ancak demografik özellikler çalışmanın odağına oturan veriler arasında bulunmamaktadır. Bu nedenle büyük çoğunluğu kadın olan sanal cemaat üyelerinden bir kısmının kurgulanmış kimlikler olduğu kabul edilse bile cemaat içerisinde paylaşımda bulunanların yine kadın ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bu verinin önemi fiziki dünya pratikleriyle olan ilgisi bakımından önemlidir. Çünkü fiziki dünya üzerine yapılmış dua alışkanlıklarıyla ilgili benzer çalışmalarda kadınların erkeklerden daha fazla dua ettikleri görülmektedir (Argyle, 2006, s. 331). Cinsiyet üzerinden de düşünüldüğünde fiziki dünya özelliklerinin sanal cemaat üzerinden devam ettiği görülmektedir. Bu bilgi aynı zamanda sanal cemaatin fiziki dünyadan ayrı, fiziki dünyanın dışında, sahteye da daha az gerçek olduğu yönündeki ön yargıları da yanlışlamaktadır.

Öte yandan belirli bir kurum ve kuruluşa bağlı olmayan ve özel üyelik istemeden herkese açık olması sanal cemaatin geç modern dönem toplumsallaşma özelliği olan “kendiliğindenlik” prensibiyle uyumlu olduğunu göstermektedir. Çünkü modern devlet ve toplum tasarımının dayandığı plan, proje ve tasarım geç modern dönemde etkisini kaybetmektedir. Yeni yapılanmalar yerellikleri, düzensizlikleri ve kendiliğindenlikleriyle, modern elitin kendini ortaya koyma süreci (Bauman, 2011, s. 167) olarak da adlandırabilecek uygarlaşma sürecinin merkeziliği ve sistemliliğine hiç uymamaktadır. Modern ulus tipi toplum inşasındaki plan – programın aksine ‘kendiliğindenlik’ yeni tip toplumsallaşma patlamalarındaki en ayırt edici özelliklerin başında gelmektedir. Sanal cemaatin içerisinde hayat

bulduğu İnternet ortamının da en önemli özellikleri arasında hatırı sayılır ölçüde kendiliğinden örgütsüz oluşmasıdır (Castells, 2005, s. 471).

Fiziki mekânda normatif sınırlarla belirlenmiş ifade ortamında bireyin sesini çıkarma ve başkasına duyurma şansı her ne kadar İnternet ortamında sonsuz bir alana çıkmış gibi görünse de sanal cemaatlerin de belirli normatif çerçeveler dâhilinde etkileşime izin verdiği bilinmektedir. İnsanların sanal dünyanın değişik mekânları arasında mekik dokuması fiziki dünyaya göre çok kolay olsa da belirli bir sanal mekânda kabul görmek çoğu zaman otoriter bir normatifliğin kabulünden geçmektedir. Belirli bir sanal mekânın normatifliğinden sapmak, 'sesin kesilmesi' 'dışlanma' ve hatta 'mekândan uzaklaştırılma' gibi otoriter cezaların kesilmesine neden olabilmektedir. İncelenen sanal cemaatte de kural dışı davrandığı tespit edilen üyelerden arınma istediği zaman zaman ortak paylaşımlara yansımaktadır:

“Grupta haddini bilmeyene itina ile hadd bildirilir. Bayanlara istek atan Mesaj atan şeref yoksunu vatandaş çık gruptan !!!!”

Sanal cemaatlerde kurallar fiziki dünyadaki 'yüksek otoriteler' tarafından değil, sanal cemaate katılan üyelerin tercihleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu norm oluşumunun aşağıdan yukarıya doğru yön değiştirmesi anlamına gelmektedir. Ancak söz konusu değişim sanal cemaatin bütünüyle fiziki dünyadan ayrı olmadığı prensibiyle kısıtlıdır. Buna göre fiziki dünya için geçerli olan belirli görgü ve davranış biçimleri sanal cemaat içerisindeki normatif davranış kalıplarının da belirleyicisi haline gelmektedir.

SONUÇ

Geç modern dönemde toplumsallaşma biçimleriyle ilgili yaklaşımlar, sekülerleşme teorisi ve karşısındaki paradigma, sanal cemaat fenomeni çerçevesinde düşünüldüğünde keskin kanıların konulamadığı bir betimlemeye ulaşılmaktadır. Modern toplum tasarımlarının ötesine geçilmiş bir dönem çerçevesinde, cemaat açlığının, cemaat arayışın bireysel ilgiler manzumesinde bir yer edindiği görülmektedir. Hayali cemaat bağları yerine daha somut ilişki ağları arayan bireyin fiziki dünyayı da içerisine alan sanal cemaat üyeliği söz konusu manzume arasında en yeni ilgi noktasını oluşturmaktadır.

Öte yandan bilgisayarla aracılanmış iletişim ortamı özelinde bakıldığında sekülerleşme teorisi karşısında duran yaklaşımları doğrular nitelikte dini ilgide bir kaybolmanın söz konusu olmadığı görülmektedir. Çeşitli ibadet ritüelleri, dini sohbet, soru cevap, dini müzik, dini bilgiler, dini şahsiyetler gibi yüzlerce değişik ilgi alanı etrafında açılmış sayısız İnternet sitesi yanında dünya ölçeğinde etkili olan birçok sosyal ağ sitesinde de dini içeriğe sıkça rastlanmaktadır. Bütün bunlara rağmen sekülerleşme teorisinin de bütünüyle yanlışlandığı anlamını çıkarmak güç görünmektedir. Her ne kadar dini ilgiler etrafında şekillenen bir iletişim ortamının genişlemesinden söz etmek mümkünse de bu ortamın en önemli aktörünün bireyler ol-

duğunu belirtmek gerekmektedir. Bireylerin kendi inşaları olan site ve sanal cemaatler, siber ortamın sonsuzluğunda kurumsal olanlara göre daha fazla yer kaplamaktadır. Fiziki dünyada gözlemlenen dini kurumların etki kaybı, sanal ortam için de doğru bir tespit olacaktır.

Bu durum, yine başa dönecek olursa, dağılan modern bağlar da yeni arayışlar içerisine giren bireylerin 'kendiliğinden' yeni sosyal bağlar aradığı ve inşa ettiği, kurumlar eliyle planlı, programlı bir tasarımdan uzak durduğu yönündeki yaklaşımlarla uyum göstermektedir. Kısaca sanal ortamdaki dini ilgi göstermektedir ki, bilimsel gelişmelere ve rasyonelliğin hayatın her alanına nüfuz etmesine rağmen bireylerin ontolojik anlamlandırma ihtiyacı, sorunlarına, beklentilerine tabiatüstü çare ve mana arayışları sona ermemiştir. Ironik bir biçimde bilim ve teknolojinin gelişmesiyle bütün dini ilginin ortadan kalkacağı düşünülürken, en ileri iletişim teknolojisinin içerisinde dini ilginin büyük bir katılımı hayat bulduğu görülmektedir.

Dini ilgi etrafında kurulmuş bir sanal cemaat içerisindeki deneyimin yönüne bakıldığında fiziki dünya ile benzerlik göze çarpmaktadır. Cemaat içerisinde paylaşılan talepler fiziki dünyada karşılaşılan krizler, belirsizlikler (hastalık, boşanma gibi), ümitler, beklentiler (iş bulma, evlilik), duygusal rahatlama (ölümün kabullenilmesi ve ölen kişiye dua) gibi sanal ortama uzanmış sorunlardan oluşmaktadır. Kişiler kendi imkânlarıyla aşabileceklerine inanmadıkları sorunlar için tabiatüstü bir varlığın yardımını dilemektedir. Bunu için ise sanal cemaat üyelerinin toplamından oluşan manevi bir kişiliğin desteği aranmaktadır. Duanın günlük pratikteki rahatlama, motivasyon, ümit artırma gibi özellikleri, sanal cemaat içerisinde tanınmayan insanlarla paylaşılması yoluyla 'dayanışma' boyutu da kazan-

maktadır. Yüz yüze ilişkilerdeki nezaket kurallarının yokluğu İnternet ortamında çekincesiz ilişki imkânını artırmaktadır. Fiziki ortamdakine kıyasla, dua paylaşım talebinin “nezaketen” yerine getirilme ihtimaline karşısında sanal ortamdaki paylaşım en azından teoride daha sıcak ve samimi görünmektedir.

Diğer yandan daha çok bireyin psikolojik durumuna dayanan bazı özelliklerin sanal cemaat incelemesiyle tespit edilemeyeceği anlaşılmaktadır. Örneğin “derin düşünce olarak dua” (Meditative) şeklindeki bir kategorinin yani bireyin trans halinde inandığı tabiat-üstü varlıkla iletişime geçişi, sanal cemaat içerisinde katılımlı gözlem yoluyla ölçülebilir görünmemektedir.

Bunun yanında genelde geç modern dönem cemaatlerinin özelde ise sanal cemaatlerin dar konu odaklı olma, en küçük ortak payda ya yoğunlaşma, kısaca 'tek sorun' etrafında oluşma gibi özellikleri dini içerikli sanal cemaatler için de geçerlidir. Dini sanal cemaatlerin yapısına bakıldığında, hayatın her alanına genelleştirilebilecek konulardan yalnız biri ya da bir kaç üzerine yoğunlaşıldığı göze çarpmaktadır. İncelenen sanal cemaatte de en küçük ortak payda 'dua' olarak belirmektedir.

Her ne kadar eski parlaklığını kaybetse de belirli boyutları bakımından günlük hayattaki öngörülerini gerçekleştiren sekülerleşme teorisinin genelde iletişim teknolojileri, özelde ise İnternet ve sanal cemaatler gibi yeni toplumsallaşma biçimleri ışığında yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Anderson, B. (2007). *Hayali Cemaatler*. İ. Savaşır (Çev). İstanbul: Metis Yayınları.

Argyle, M. (2006). İbadet ve Dua. M. Koç (Çev). *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı : 21. S.317-338.

Aydın, A.R. (2009). İnanma İhtiyacı Ve Dinî Ritüellerin Psikolojik Değeri. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*. sayı: 3. s.87-99.

Baumann, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*. İ.Türkmen (Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baumann, Z. (2011). *Postmodern Etik*. A. Türker. (Çev) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bell, D. (2014). Kutsalın Dönüşü. A.Köse (Der). 21. *Yüzyılda Dinin Geleceğı Kutsalın Dönüşü İçinde*. (229-242). İstanbul: Timaş Yayınları.

Berger, P. (2014). Sekülerizmin Gerilemesi. A.Köse (Der). 21. *Yüzyılda Dinin Geleceğı Kutsalın Dönüşü İçinde*. (40-59). İstanbul: Timaş Yayınları.

Bruhn, J. (2001) *The Sociology of Community Connections*. Springer.

Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür / Ağ Toplumunun Yükselişi*, E. Kılıç (Çev). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çiğdem, A. (2012). Cemaat, *Birikim Dergisi*. Sayı 282. s. 40-47.

Driskell, B. Lyon, L. (2002). Are Virtual Communities True Communities? Examining the Environments and Elements of Community. *City & Community*. Volume 1. Issue 4. Pp. 373390.

Fisher, J. (1997). The Postmodern Paradiso: Dante, Cyberpunk, and the Technosophy of Cyberspace. D. Porter (Ed). *Internet Culture İçinde*. (111-128). New York: Routledge.

Foley, J. (2002). *The Church And Internet*. Pontifical Council For Social Communications. Vatican. Erişim Tarihi: 12.11.2014 http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/document s/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html

Foley, J. (2002). *Ethics In Internet*. Pontifical Council For Social Communications. Vatican. Erişim Tarihi: 15.11.2014 http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pcc s/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html

Geser, H. (2002). Towards a (Meta-)Sociology of the Digital Sphere. *Sociology in Switzerland, Towards Cybersociety and Vireal Social Relations*. Zuerich:Online Publikationen. Erişim Tarihi: 04.11. 2014 http://socio.ch/intcom/t_hgeser13.htm

Healy, D. (1996). Cyberspace and Place: The Internet as Middle Landscape on the Electronic Frontier. D. Porter (Ed). *Internet Culture İçinde*. (55-68). Routledge.

Innis, H. (2006). *İmparatorluk ve İletişim Araçları*, N. Törenli (Çev). Ankara:Ütopya Yayınları.

İnsel, A. (1996). Çözülme Devrinde Cemaat Kimlikleri ve Neo-Feodal Devlet, *Birikim*. Eylül. Sayı 89. s. 7-14.

Kollock, P. (2005). The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace. (Ed). P. Kollock, M. Smith. *S. Commu-*

nities in Cyberspace İçinde. Routledge.

Komito, L. (1998). The Net as a Foraging Society: Flexible Communities. *The Information Society*. Vol 14. No. pp. 97-106.

Köse, A. (2014). Modernleşme, Sekülerleşme ve Din İlişkisi Üzerine Yeni Paradigmalar, A.Köse (Der). 21. *Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü İçinde*. (11-39). İstanbul: Timaş Yayınları.

Köse, A. (2014). Sekülerleşme Teorileri Bağlamında Türkiye'de Din ve Modernleşme, A.Köse (Der). 21. *Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü İçinde*. (171-181). İstanbul: Timaş Yayınları.

Maffesoli, M. (1996). *The Time of The Tribes*. Sage Publications.

McLuhan, M. (2007). *Gutenberg Galaksisi*. G. Güven (Çev). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Morley, D. Robins, K. (2011). *Kimlik Mekanları*. E. Zeybekoğlu (Çev). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Poloma, M. Pendleton, B. (1989). Exploring Types Of Prayer And Quality Of Life: A Research Note. *Review of Religious Research*. Vol. 31, No. 1. pp. 46-53.

Rheingold, H. (1999). A Slice of My Life in My Virtual Community. P. Ludlow (Ed). *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace İçinde*. (413-436). The MIT Press.

Rheingold, H. (2006). Social Networks and the Nature of Communities. P. Purcell (Ed). *Networked Neighbourhoods: The Connected Community in Context İçinde*. (47-75). Springer.

Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community. Homesteading on Electronic Frontier*, The MIT Press.

Roger, A. (2008). *Milliyetçilik Kuramları*. A. Kılıç (Çev). İstanbul: Versus Yayınları.

Stark, R. (2014). Toprağın Bol Olsun Sekülerleşme, A.Köse (Der). *21. Yüzyılda Dinin Geleceğı Kutsalın Dönüşü İçinde*. (60-99). İstanbul: Timaş Yayınları.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Kitabevi Yayınları: Ankara.

Toprak, A. vd. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım!"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Turkle, S. *Life on the Screen, Identity in the Age of the Internet*. Touchstone.

van Dijk, J. (1997). The Reality of Virtual Communities. Jb Groebel (Ed). *Trends in Communication İçinde*. (39-63). Amsterdam: Boom Publishers.

Watson, N. (1997). Why We Argue About Virtual Community. S. Jones (Ed). *Virtual Culture, Identity and Communication in Cybersociety İçinde*. (102- 132). London:Sage.

Wellman, B. vd. (1996). Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work, Telework, and Virtual Community. *Annual Review of Sociology*. Vol 22. pp. 213-238.

Wellman, B. Gulia, M. (2005). Virtual Communities as Communities, Net Surfers Don't Ride Alone. P. Kollok. M. Smith (Ed). *Communities in Cyberspace İçinde*. (167-193). Routledge.

Wilbur, S. (1997). An Archaeology of Cyberspaces: Virtuality, Community, Identity. D. Porter (Ed). *Internet Culture İçinde*. (5-22). New York:Routledge.

Yelken, R. (1999). *Cemaatin Dönüşümü, Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi*.Ankara: Vadi Yayınları.

Dini Organizasyonların Dijitalleşmesi

Recep Vardi

Teknolojinin sunduğu geniş imkânlar ve internet kullanımının hızla yaygınlaşması ile birlikte internet ve sosyal ağların kişilerin sosyalleşme süreçlerine etkileri giderek artmaktadır. İnternet ve sosyal ağlar üzerinden fikirlerin paylaşılması, bilgi aranması, bilgi sunulması ve internet aracılığıyla oluşturulan sosyal paylaşım gruplarıyla bireyler etkileşime girmektedirler. İnternet üzerinde dini içerikli bilgi ve manevi sitelerin varlığı gerek uzaklık kavramını ortadan kaldırması ve gerekse iletişimi kolaylaştırması açısından büyük bir ihtiyaca cevap vermektedir. İslam dininin müntesipleri de teknolojinin sunduğu imkânlar çerçevesinde interneti kullanarak dinlerini geniş kitlelere sunmaktadırlar.

Dinler geçmişten günümüze geniş kitlelere mesajlarını iletebilmek için her çağın teknolojik imkânlarından yararlanmışlardır. Yani, dîn yeni gelişmelerin gerisinde kalmamaya, toplumsal değişime ayak uydurmaya özen göstermiştir. Örneğin Gutenberg'in matbaasında ilk basılan kitaplardan biri de İncil olmuştur. (Kocadaş, 2012, s. 4) (Topdemi, 2004, s. 81) Öte yandan 1906 yılındaki dünyanın ilk radyo yayını, İncil'den okunan pasajların yayını ile başlamıştır. (Pekman, 2000, s. 13).

Teknolojik yenilikleri ve sosyal değişimleri takip eden dini liderler, grup ve topluluklar bu değişimlerin gerisinde kalmamak için bugün de çaba göstermektedir. Kitle iletişim araçları ve medya organlarının sağladığı yeni imkânlardan yararlanarak, mesajlarını küresel ölçekte iletme çabasında olan dinler, internetin sunduğu fırsatları da değerlendirerek yeni atılımlar gerçekleştirmektedir. Artık görsel ve işitsel sanal dini yayınlar yapılmakta, sanal camiler, kiliseler ve havralar açılmakta, sanal fetvalar ve sanal günah çıkarma imkânları sunulmakta, dinlerin kutsal metinleri milyonlarca insanın erişebileceği şekilde sanal ortama aktarılmaktadır. (Küçükcan, Talip., 2005, s. 217).

Din ile internet arasındaki ilişki öteden beri sosyal bilimcilerin ilgisini çekmiştir; ama bugüne kadar yapılan araştırmalarda, öncelik, sanal âlemde kimlik oluşumu ve sanal gruplar/cemaatler ile bunların mevcut modern, daha doğrusu post-modern dünyadaki yerlerine verilmiştir. Hâlbuki her geçen gün kullanımı artan bu yeni medya/iletişim aracı, din alanında, dini otorite, dini çatışma ve dini tecrübe gibi meselelerin yanı sıra başka dinden olanları çekme amacı da taşımaktadır. Ayrıca, internet teknolojisi sayesinde daha önce ulaşılamayan ve "uzak" oldukları düşünülen bölgelere rahatça ulaşılabilmesiyle de dünya genelinde daha çoğulcu bir görüşün yayılması ve diğer dinler hakkında daha fazla bilgi edinilmesi gündeme gelmiştir. İnternete ulaşımı olan bir kişi ister Riyad, ister Rio de Janeiro veya Roma'da olsun online olarak Kur'an veya İncil tercümelerine rahatça erişebilmektedir. (Yel, 2005, s. 257).

İnternet kullanımının yaygınlaşması, internette sunulan dini bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından kaliteleşmesini ve geniş kitlelere ulaşmasını da sağlamıştır. Bireyin zararlı alışkanlık ve

davranışlardan korunması, dinin tanıtılması, dini bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaştırılması için internet imkânları yaygın olarak kullanılmaktadır. İnternetle birlikte dini iletişim, yüz yüze (şifahi-sözel), sesli, görsel ve sanal iletişim şekillerini bir arada kullanma imkânına kavuşmuştur. (Vardi, 2013, s. 138)

1996 yılında TR-NET (Türkiye İnternet Çalışma Grubu) TÜBİ-TAK ve ODTÜ'deki merkezlerinden İnternet servisi tüm Türkiye'ye verilmiştir (www.internetarsivi.metu.edu.tr, 2014). Bu tarihten sonra Türkçe içerikli internet sitelerinin kurulmaya başlaması ile birlikte ilk dini içerikli internet siteleri hazırlanmaya ve internet ortamında yer almaya başlamıştır. İnternetin yaygın olarak kullanımına paralel olarak da dini içerikli internet sitelerinin sayısı, sunulan içerik çeşitliliği ve kalitesi, erişim hızı, üye sayısı, ziyaretçi sayısı ve görsellik alanlarında da artış yaşanmıştır. Başlangıçta teknik olarak basit olarak hazırlanan dini içerikli internet siteleri zamanla internet teknolojisinin ulaştığı en son tekniklerle hazırlanmış, webmasterlar kullanılmaya başlanmış ve arşivleme için serverlar kurulmuştur. Giderek artan internet trafiği için internet altyapıları güçlendirilmiş, sitelerin yönetimi için editörler görev yapmaya başlamışlardır.

İnternet, dini bilgi ve dini hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yardımcı bilgiler sunma veya dini bilgilerin yüz yüze alınabileceği kişi ve kurumlara yönlendirilme, dini kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetlerin reklam ve organizasyonunda önemli bir iletişim işlevini yerine getirirken, diğer yandan da yapılan dini toplantı, seminer, konferans vb. organizasyonlar ile ilgili dijital belgelerin sunum ve arşivlenmesine de imkan sağlamaktadır.

Ayrıca dini yükümlülüklerle ilgili olarak, kurban-zekat- sadaka

vb. online bağış, hac ve umre organizasyonları, dini ürün satışı, online dini eğitim, dini içerikli evlilik organizasyonları, online hatim, Kur'an-ı Kerim öğrenme ve okuma vb. faaliyetlerin yerine getirilmesinde de internet kullanılmaktadır.

Günlük yaşamımızda ve kültürümüzde önemli bir yer tutmaya başlayan internet, aynı zamanda insanların dini inanç ve düşüncelerini de paylaştığı bir alan oldu. İnsanlar internet aracılığıyla kutsal gece ve bayramlarda birbirlerine elektronik posta gönderiyor, dini içerikli sayfaları ziyaret ediyor, haftanın hutbesini dinliyor, dini sohbet ve forumlara katılarak düşüncesini ifade ediyor ve dini hayatı ile ilgili örnek uygulamalar hakkında bilgi alışverişinde bulunuyor.

Bu çalışmada internette yer alan İslam dinine ait içeriklerin analizi ile birlikte, birer organizasyon olan bu sitelerin internette yer alış biçimleri de incelenecektir. İslam dini ile ilgili internette mevcut olan siteler kuruluş amaçları ve internet kullanıcılarına sunmuş oldukları hizmetler açısından değerlendirilerek, aynı içeriğe sahip siteler uygulamaları ve sunum biçimleri açısından incelemeye tabi tutularak, sunulan dijital içerikleri ile birbirinden farklılaşan organizasyonlar analiz edilecektir.

Kur'an-ı Kerim, Kur'an-ı Kerim Meali, Tefsir, Tecvid ve Online Hatim Okuma Organizasyonu

Kur'an-ı Kerim, tefsir, meal ve Kur'an-ı Kerim'i tecvidli okumayı öğrenme, genellikle bir öğretici eşliğinde yüz yüze yapılan bir eğitim faaliyetidir. Teknolojik gelişmelerle birlikte kasetçalar, video kaseti, cd-dvd gibi multimedya malzemeleri ve radyo-televizyon yayınları ile dinleyici ve izleyicilere Kur'an-ı Kerim eğitimi ve öğretimi ile ilgili kaynak çeşitliliği sağlanmıştır. Teknolojinin en son ulaştığı nokta iti-

bari ile internette Kur'an-ı Kerim ve tefsir başlıkları altında siteler var olmakla beraber, farklı isimlerdeki dini içerikli genel sitelerde de Kur'an-ı Kerim ve tefsir ile ilgili bilgi, belge ve multimedya malzemelerini bulmak mümkündür. Kur'an-ı Kerim ve tefsir başlıkları altındaki siteler genel İslami konulara değinmezken, genel İslami içeriklere sahip siteler, bir veya birkaç başlık altında Kur'an-ı Kerim ve tefsir konularına değinmişlerdir. Diğer yandan sosyal medya ve e-postalar aracılığıyla da Kur'an-ı Kerim ve tefsir konularında paylaşımlar olmaktadır. Tefsir ile ilgili internet sitelerinde Türkçe olarak yazılmış olan Elmalılı Muhammed Hamdi Yazır'ın "Hak Dini Kur'an Dili", Mehmet Vehbi Çelik'in "Hülâsat'ül Beyân fî Tefsir'il Kur'an", ve Ömer Nasuhi Bilmen'in Büyük Tefsir Tarihi: Kur'an'ı Kerim'in Türkçe Meal-i Âlîsi ve Tefsiri tefsir kitaplarına erişimin yanı sıra Arapça olarak yazılmış daha sonra Türkçeye çevrilmiş olan diğer tefsirlere de internet ortamında ulaşmak mümkündür. Ayrıca tefsir alanında uzmanlaşmış kişilerin tefsir derslerine ait eserler ve videoların yayımlandığı internet siteleri de mevcuttur.

Kur'an-ı Kerim ismi ile açılmış internet siteleri var olmakla birlikte, Kur'an-ı Kerim meallerinin ve meşhur hafızların Kur'an-ı Kerim okumaları ile ilgili video kayıtlarının yayımlandığı internet siteleri de vardır. Kur'an-ı Kerim öğretimi, tecvid ve Kur'an-ı Kerim tilaveti ile ilgili hazırlanmış siteler, kullanıcılara internet ortamında Kur'an-ı Kerim öğrenimine imkân sağlamaktadırlar. Kur'an-ı Kerim ile ilgili bilgi, belge ve videoların paylaşılıp, kişisel bilgisayar ve akıllı telefonlara indirilerek kullanılabilmesine imkân sağlayan mobil uygulamalar da bulunmaktadır.

Sosyal medya olarak adlandırılan paylaşım sitelerinde Kur'an-ı Kerim öğretimi, tilaveti, tecvid, tefsir ve meal ile ilgili sayfalar ve yo-

rumlar yer almakla birlikte, Kur'an-ı Kerim ve tefsir ile ilgili olarak hazırlanmış olan sitelerin sosyal paylaşım sitelerinde de sayfaları yer almaktadır. Bazı dini içerikli siteler de üyelerinin e-posta adreslerine her gün için bir ayet ve mealini göndererek üyelerini bilgilendirmektedirler.

Ayrıca Kur'an-ı Kerim hatmine yönelik olarak ortak hatim ve mukabele siteleri de mevcuttur. Bu siteler birbirinden farklı uygulamalarla dijital platformlarda internet kullanıcılarına Kur'an-ı Kerim hatmi ile ilgili imkanlar sunmaktadırlar.

Ortak Hatim.com sitesinde, Kur'an-ı Kerim Hatmi, Cevşen-i Kebir ve el-Kulûbu'd-Dâria (el-Kulûbu'd-Dâria; içinde Peygamber Efendimiz'e salat-u selamlar, esma-i Hüsna, İsmi Azam duaları, Enbiya, Sahabe ve bazı büyük zatların duaları, haftalık vird ve hiziplerin bulunduğu geniş bir dua arşividir.) isimli dua mecmuasının çevrimiçi paylaşımı gerçekleştirilmektedir. Hatim programına katılmak isteyen internet kullanıcılarının öncelikle siteye üye olmaları gerekmektedir. Üyeler sitede paylaşılan en son hatimden cüz veya sayfalar alarak, farklı zaman ve mekânlarda bulunan diğer üyelerle sanal ortamda buluşmakta ve Kur'an-ı Kerim hatmine katılmaktadırlar. Hatim paylaşım programı üç basamaktan meydana gelmektedir.

1- Cüzlerden sayfa seçme.

2- Seçilen sayfaları okuduktan sonra "OKUDUM" olarak işaretleme.

3- Eğer okunamayacaksa seçilen sayfaları havuza bırakma.

Cüzlerden sayfa alan üyenin sayfaları okuması için 15 günlük süre tanınmaktadır. Alınan sayfalar okunduktan sonra üye tarafından mutlaka "okudum" diye işaretlenmesi gerekmektedir. Üye tarafından "okudum" diye işaretlenmeyen sayfalar 15 gün sonra Prog-

ram tarafından okunmamış olarak kabul edilir ve havuza atılır. Havuza bırakılan sayfalar isteyen üyeler tarafından tekrar seçilerek okunmaktadır. Online olarak hatim okumak isteyen üyeler, Hayrat Neşriyat'ın Ahmed Hüsrev Hattı Tevafuklu Kur'an-ı Kerim metninden cüz ve sayfa seçimi yaparak okuyabilirler. Aynı zamanda Doç.Dr. Fatih Çollak'ın okuyuşu ile birlikte mukabele takibi de yapılabilir. Ayrıca sitede Prof.Dr. Suat Yıldırım'ın Kur'an-ı Kerim meali üyelerin erişimine sunulmaktadır. (www.ortakhatim.com, 2014)

Mukabele.com sitesinde ise bireysel olarak Kur'an-ı Kerim okumak ve hatmek isteyen internet kullanıcılarına hizmet verilmektedir. Sitede Kur'an-ı Kerim Hattı, Kur'an-ı Kerim Türkçe Meali, Kur'an-ı Kerim karii ve Kur'an-ı Kerim'in metin boyutu için seçim yapılabilir. Sitede hat olarak; Hafız Osman, Ahmed Hüsrev, Hamit Aytac ve bilgisayar hatları, meal olarak; Diyanet İşleri Başkanlığı, Diyanet Vakfı, Elmalı Muhammed Hamdi Yazır, Süleyman Ateş ve Suat Yıldırım mealleri, okuyucu olarak; Tayyar Altıkulaç, Davut Kaya, İlhan Tok, Hasan Hüseyin Varol, Kabe İmamları, Medine İmamları, Abdüssamed, Halil Husari ve Saad el-Gamidi ve metin boyutu olarak; cep boy, orta boy, büyük boy, rahle boy ve cami boyları yer almaktadır. Üyeler tarafından seçilen bütün içerikler; üstte Kur'an-ı Kerim'in orijinal metni, ses dosyaları ve altta Kur'an-ı Kerim'in Türkçe Meali olmak üzere tek sayfa halinde sunulmaktadır. Önceki ve sonraki menüleri ile seçili sayfanın bir önceki ve sonraki sayfalarına da erişim sağlanmaktadır.

Mukabele.com, üyeleri için Kur'an-ı Kerim'de nerede kaldıklarını ve yapmış oldukları seçimleri saklamakta ve mukabelelerine kaldıkları yerden devam edebilmeleri için gerekli olan altyapı hizmetlerini de sağlamaktadır.

Cep telefonlarının küçük birer cep bilgisayarı konumuna gelmesi ve kesintisiz internet erişimi ile birlikte “akıllı” olarak adlandırılan cihazlar için dini içerikli uygulamalarda kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. Akıllı cep telefonları için hazırlanan dini içerikli uygulamalarla kullanıcılara, Kur'an-ı Kerim, tefsir, meal ve Kur'an-ı Kerim'i tecvidli okumayı öğrenme imkânı da sunulmaktadır. (www.mukabele.com, 2014)

Hattat Hamit Aytaç'ın yazmış olduğu ve Hizmet Vakfı Yayınları tarafından yayımlanmış olan, Kur'an-ı Kerim Hizmet Vakfı.org, sitesinde online Kur'an-ı Kerim okumak isteyen internet kullanıcıları kullanımına sunulmaktadır. İnternet kullanıcıları Online Kur'an-ı Kerim programında cüz ve sayfa seçimi de yapılabilmektedir. (www.hizmetvakfi.org, 2014)

Kur'an-ı Kerim basan diğer bir yayınevi olan Hayrat Neşriyat'a ait Hayrat. Com. tr sitesinde online Kur'an Hizmetleri sayfasında internet kullanıcılarına, Kur'ân-ı Kerim'i istedikleri sayfa, sure veya cüzden başlayarak okuma, dinleme, tam ekran okuma istenilen yere not ekleme, en son okunan yere ayraç ekleme, Kur'ân-ı Kerim'in Türkçe Mealini istedikleri sayfa, sure veya cüzden başlayarak okuma, içerisinde arama ve araştırma yapma imkânı sunulmaktadır.

Hayrat.com.tr sitesinde yer alan Learn Qur'an menüsü tıklanıldığında yeni bir pencere açılmakta ve Hayrat Neşriyat tarafından yayınlanan <http://www.learnquranonline.com> sitesine bağlantı verilmektedir. Learnquranonline.com sitesinde 40 ülke için 9 dilde online Kur'an-ı Kerim öğrenimi için multimedya destekli dersler yer almaktadır. Sitenin sağ üst kısmında Hz. Muhammed'in “Sizin en hayırlınız Kur'an'ı öğrenen ve öğretenidir” hadis-i şerifi 9 dilde yayınlanmaktadır. Kur'an Resimleri menüsünde; Kur'an Duvar Kâğıtları

(Bilgisayar için arka resimler), Kur'an Kapak, Kur'an ve İnsan, Kur'an ve Cami ve Kur'an ve Çocuk kategorilerinde resimler yer almaktadır. Ayrıca sitede Hayrat Neşriyatın sosyal medya sayfalarına da linkler verilmektedir.

Ayrıca Online Kur'an Hizmetleri başlığında; Kur'an Öğren, Kur'an Oku, Meal Oku ve Cevşen Oku menüleri de yer almaktadır. Online Kur'an Hizmetleri sayfasında site yönetimi Kur'an-ı Kerim öğrenmek isteyen internet kullanıcılarına şu mesajı iletmektedirler: "Hayrât Neşriyat olarak sizler için hazırlamış olduğumuz sitemizden herhangi bir yardımcıya ihtiyaç duymaksızın Kur'an-ı Kerim'i Allah'ın izniyle kolayca öğrenerek kısa sürede okumaya başlayabilirsiniz." (www.hayrat.com.tr, 2014)

Hayrat com tr sitesi aracılığıyla mahkum, hafızlık talebesi, yaşlı ve hastalardan Kuran-ı Kerim'i maddi zorluklardan ötürü temin edemeyenle gönderilmek üzere Kuran-ı Kerim hediye etmek istiyorum kampanyası da düzenlenmektedir. İlgili sayfada yer alan butona tıklanarak açılan sayfadan hediye edilecek Cami, Rahle Boy, Orta Boy ve Hafız Boy Kuran-ı Kerimler arasından yapılan seçim ve ödeme işlemi ile, Kur'ân-ı Kerim isteğinde bulunan maddi zorluk içerisindeki yaşlılara, hastalara, hafızlık talebelerine, ilim talebelerine, mahpuslara, engellilere Hayrat Neşriyat tarafından gönderilmek suretiyle sistem işlemektedir. (www.hayrat.com.tr, 2014)

Hadis ve Sünnet İle İlgili Organizasyonlar

İnternette Hadis ve sünnet başlıkları altında siteler var olmakla beraber, farklı isimlerdeki dini içerikli genel sitelerde de Hadis ve sünnet ile ilgili bilgi, belge ve multimedya malzemelerini bulmak mümkündür. Diğer yandan sosyal medya ve e-postalar aracılığıyla

da Hadis ve sünnet konularında paylaşımlar olmaktadır. Hadis ve sünnet ile ilgili internet sitelerinde yaygın olarak Kütüb-i Sitte'ye ulaşılmaktadır. İnternet ortamında Arapça olarak yazılmış daha sonra Türkçeye çevrilmiş olan diğer hadis külliyatlarına da ulaşmak mümkündür. Ayrıca hadis alanında uzmanlaşmış kişilerin hadis derslerine ait eserler ve videoların yayınlandığı internet siteleri de mevcuttur.

Hadis ve sünnet ile ilgili hazırlanmış siteler, kullanıcılara internet ortamında hadis ve sünnet ile ilgili bilgilere ulaşım imkânı sağlarken, aynı zamanda hadis-i şerifler ile ilgili bilgi, belge ve videoların paylaşılıp, kişisel bilgisayar ve akıllı telefonlara indirilerek kullanılabilesine imkân sağlayan mobil uygulamalar da bulunmaktadır.

Sosyal medya olarak adlandırılan paylaşım sitelerinde hadis ve sünnet ile ilgili sayfalar ve yorumlar yer almakla birlikte, bazı dini içerikli siteler de üyelerinin e-posta adreslerine her gün için bir hadis mealini göndererek üyelerini bilgilendirmektedirler.

E-Hadis.net sitesi hadislerin konularına ve ravilerine göre aranması konusunda internet kullanıcılarına hizmet vermektedir. Sitede Kütüb-ü Sitte başlığında; alfabetik sıra ile Kütüb-ü Sitte'de yer alan konu başlıkları yer almakta ve kelime esaslı arama da yapılabilmektedir. Raviler başlığında; hadisler ravilerine göre aranabilmekte ve aranılan ravinin rivayet ettiği hadisler listelenmektedir.(www.e-hadis.net, 2014)

Hadis Dersleri.com, sitesinde, Prof. Dr. Yaşar Kandemir, Prof. Dr. İsmail Lütfi Çakan, Prof. Dr. Cevat Akşit ve Nureddin Yıldız'ın yapmış olduğu hadis dersleri görüntülü kayıtlar halinde sunulmaktadır. Şi-ŕa-i Şerif hadis dersi Prof. Dr. Yaşar Kandemir, Mişkatü-l Mesabih ha-

dis dersi Prof. Dr. İsmail Lütfi Çakan, Ramüzü'l-Ehadis hadis dersi Prof. Dr. Cevat Akşit ve Riyazü's Salihin hadis dersi de Nureddin Yıldız tarafından yapılmaktadır. (www.hadisdersleri.com, 2014)

Ayrıca Kırk Hadis öğrenme ve öğretme geleneği çerçevesinde yer alan internet siteleri de mevcuttur. 40 Hadis.com sitesinde sunulan kırk hadis Türkçe açıklamaları ile tek bir sayfa halinde sıralı olarak listelenmektedir. (www.40hadis.com, 2014)

Kırk Hadis.org, sitesinde Hz. Muhammed'e ait kırk hadise yer verilmektedir. Sitede ayrıca Neden Kırk Hadis başlıklı bir makale ile kırk hadis hakkında bilgi verilmektedir. Sitede yer alan hadisler Arapça metni, Türkçe açıklaması ve görsel temalarla sunulmaktadır. (www.40hadis.org, 2014). Diğer yandan dini içerikli sitelerde bölüm olarak kırk hadis geleneği çerçevesinde çeşitli kırk hadis derlemeleri ve Diyanet İşleri Başkanlığı'na ait kırk hadis derlemelerine de yer verilmektedir.

Sonpeygamber.info sitesinde de Online Hadis Platformu ile internet üzerinden katılımcılara yetkin bir ilahiyatçı rehberliğinde hadis alanında ilmî alt yapı sağlayan bir bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Platformun amacı ise katılımcıların ilahiyat fakültesi mezunları düzeyinde hadis bilgisine sahip olmalarını sağlamaktır. Platform oturumları internet üzerinden gerçekleştirildiği için dünyanın her yerinden programa iştirak edebilmek mümkündür. Şimdilik sadece Türkçe oturumların gerçekleştirildiği programda İngilizce oturumların başlatılması için altyapı ve içerik çalışmaları devam etmektedir. (www.onlinehadis.com, 2014)

İslam Hukuku (Fıkıh) İle İlgili Organizasyonlar ve Online Fetva

İnternette İslam Hukuku ve Fıkıh başlıkları altında siteler var olmakla beraber, farklı isimlerdeki dini içerikli genel sitelerde de İslam Hukuku ve Fıkıh ile ilgili bilgi, belge ve multimedya malzemelelerini bulmak mümkündür. İslam Hukuku ve Fıkıh başlıkları altındaki siteler genel İslami konular hakkında yayın yapmazken, genel İslami içeriklere sahip siteler, bir veya birkaç başlık altında İslam Hukuku ve Fıkıh konularına değinmişlerdir. İnternet kullanıcıları tarafından sorulan soru ve cevapları yayınlayan sorularlaislamiyet.com, hikmet.net, sorusorucevapbul.com vb. sitelerin içeriğinde İslam Hukuku ve Fıkıh ile ilgili kategori ve başlıklar yer almaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı'na ait Alo Fetva hattına yöneltilen sorular, teknolojik gelişmeler sonucunda sanal ortamda da uygulanabilir hale gelmiş ve Dini Sorular başlığı altında Diyanet İşleri Başkanlığının web sitesi olan diyanet.gov.tr sitesinde dijital olarak da yayınlanmaktadır. Ayrıca kişisel olarak hazırlanan İslam Hukuku ve Fıkıh içeriğine sahip sitelerde mevcuttur.

Diğer yandan sosyal medya ve e-postalar aracılığıyla da İslam Hukuku ve Fıkıh konularında paylaşımlar olmaktadır. İnternet sitelerinde yaygın olarak ulaşılan İslam Hukuku ve Fıkıhla ilgili eserler; Ömer Nasuhi Bilmen'in Büyük İslam İlmihali, Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları'nın hazırladığı ilmihal ve Arapça olarak yazılmış daha sonra Türkçeye çevrilmiş Vehbe Zühayli'nin İslam Fıkıhı Ansiklopedisi'ne internet ortamında ulaşmak mümkündür. Ayrıca İslam Hukuku ve Fıkıh alanında uzmanlaşmış kişilerin konferans, ilmi toplantı ve televizyon programlarına ait videoların yayınlandığı internet sitele-

ri de bulunmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırılan paylaşım sitelerinde İslam Hukuku ve Fıkıh ile ilgili sayfalar ve yorumlar da yer almaktadır.

Sorularla İslamiyet.com, İslam dini ile ilgili her türlü soruya uzmanları tarafından cevaplar verilen geniş bir içeriğe sahip olan bir sitedir. İnternetin dünya çapında çok büyük kitlelere ulaşan bir iletişim aracı olmaya başladığı bir zamanda internetteki İslam karşıtı fikirlerin önünü almak, insanlara doğru İslamiyeti ve İslamiyete yakışır doğruluğu ikna edici metotlarla anlatabilmek amacıyla 2002 yılında bir grup akademisyen tarafından Sorularla İslamiyet'in temelleri atılmıştır. 2003 yılı ortalarına kadar test yayını ile yayın hayatına devam eden Sorularla İslamiyet aynı yılın Temmuz ayından itibaren profesyonel alt yapı, alanında uzman ilmi heyet, editör ve teknik kadrosuyla yayın hayatına başlamıştır.

2006 yılına kadar günlük yüzlerce sorunun cevaplandırıldığı bir araştırma merkezi halini alan Sorularla İslamiyet, bu süre zarfında milyonlarca insanla sanal ortamda buluştuktan sonra 2006'dan itibaren İngilizce ve Almanca, 2008 de Rusça ve Azerice ile yayın yapmaya başlamıştır. 2014 yılı itibari ile Kürtçe de dahil olmak üzere 11 dilde yayın yapmaktadır.

Sitede meydana gelen yenilikler ve güncel konular hakkında sitede yayınlanan haberler üyeler arasında oluşturulan haber grubu aracılığıyla internet kullanıcılarına ulaştırılmakta ve haftalık cuma mailleri ve özel dini günlerle alakalı hazırlanmış olan dosyalar da bu haber grubu vasıtasıyla paylaşılmaktadır.

Sitede yer alan içerikler Facebook ve Twitter uygulamaları aracılığıyla sosyal medyada da yer almaktadır. Sitede detaylı arama hizmeti ile daha önce sorulan sorulara ulaşılabilir. Sitede gö-

rüntülü ve sesli sorular ve cevaplar da yer almaktadır. Ayrıca İslam dinin temel kaynakları olan İlmihaller, İslam Fıkıh Ansiklopedisi ve İmani Esaslarla ilgili kaynak eserler de sunulmaktadır. (www.sorularlailslamiyet.com, 2014)

Fıkıh.info sitesi internet kullanıcıları tarafından kendilerine sorulan sorulara Kur'an-ı Kerim, Hadis-i Şerif ve Risale-i Nur ışığında cevaplar vermektedir.

Site, sorulan soruları: "Allah (c.c.), Ahiret, Ahirzaman, Aile, Asr-i Saâdet, Bela ve Musibet, Büyü, Fal ve Kehanet, Cami ve Mescid, Cennet ve Cehennem, Cihad, Diğer Dinler, Dua, Duygular, Felsefe, Gayb, Hacc ve Umre, Hadis, Hak ve Hukuk, Helal ve Haram, Hz. Muhammed (sav), İbadet ve Kulluk, İhlâs ve Uhuvvet, İlim ve Teknoloji, İman ve Küfür, İnsan ve Sosyal Hayat, İslamiyet, Kader, Kadın, Kâinat ve Yaratılış, Kıyamet, Kuran-ı Kerim, Kurban ve Adak, Mahrem Konular, Melek, Şeytan ve Ruh, Mezhep ve Meşrepler, Mübarek Gün ve Geceler, Muhtelif Konular, Namaz, Ölüm ve Kabir Hayatı, Peygamberler, Ramazan ve Oruç, Söz, Nişan ve Evlilik, Sünnet-i Seniyye, Tarikât ve Tasavvuf, Ticaret ve Faiz, Zekât ve Sadaka" başlıkları ile kategorilere ayırmaktadır.

Site, En çok okunanlar, En son eklenenler, En popüler etiketler başlıkları ile internet kullanıcılarının dikkatini çekmektedir. Sitenin gelişmiş arama sayfası ile aranan konu ile ilgili girilen bir kelime aracılığıyla o konu ile ilgili sitede yer alan bilgiler listelenmektedir. Sitede yer alan soru gönderme formu ile internet kullanıcılarının sorularını sormaları mümkündür. Risale-i Nurdan başlığında, Risale-i Nur ile ilgili sorulan sorulara cevaplar verilmektedir. Anasayfasında Güncel dini konularla ilgili önemli konulara anasayfada yer verilmektedir. (www.fikih.info, 2014)

Fetva Meclisi.com, internet kullanıcılarının sormuş oldukları sorulara yazılı ve görüntülü fetvalar veren bir sitedir. Sitede sorulan sorulara Nureddin Yıldız ve Ahmed Hamdi Yıldırım Hoca Efendiler cevap vermektedirler. Site Video Fetva, Yazılı Fetva, Mektuplar ve Fıkıh Dersleri bölümlerinden oluşmaktadır.

Video Fetva bölümünde; Nureddin Yıldız ve Ahmed Hamdi Yıldırım Hoca Efendilerin sorulan sorulara vermiş oldukları cevapların video görüntüleri yayınlanmaktadır. Yazılı Fetva bölümünde; Nureddin Yıldız Hoca Efendinin sorulan sorulara vermiş olduğu kısa ve öz yazılı cevapları kapsamaktadır. Mektuplar bölümünde; Nureddin Yıldız Hoca Efendinin sorulan sorulara mektup boyutu ve formatında vermiş olduğu cevapları içermektedir. Fıkıh Dersleri bölümünde; Nureddin Yıldız Hoca Efendinin vermiş olduğu fıkıh derslerinin ses kayıtlarına yer verilmektedir. Sitede yer alan fıkıh derslerinin ses kayıtları internet kullanıcıları tarafından bilgisayara da indirilebilmektedir.

Fetva Ara menüsü ile sitede yer alan fetvalar için gelişmiş arama fırsatı sunulmakta ve Fetva Sor menüsü ile de internet kullanıcılarının soru sormalarına imkan tanınmaktadır. Fetva Meclisi.com, Her Güne Bir Fetva isimli Facebook uygulaması ile sosyal medyada da yer almaktadır. Facebook sayfasında Fetva Meclisi.com sayfasında yer alan kısa ve öz fetvalar, videolar ve bunlarla ilgili olarak üyelerin yapmış oldukları yorumlara yer verilmektedir. (www.fetva.meclisi.com, 2014)

Hız. Muhammed'in Hayatı ve Siyer Araştırmaları Organizasyonu

Hız. Muhammed'in Hayatı, Siyer ve sahabe hayatına yönelik sayısız içerik ve sayfalar internette yer almaktadır. İnternette dini içerikli yayın yapan genel siteler de birer başlık halinde Hız. Muhammed'in Hayatı ve Siyeri ile ilgili detaylı bilgiler ve e-kitaplar yer almaktadır. Diğeryandan sadece Hız. Muhammed'in Hayatı ve Siyeri ile ilgili yayın yapan sitelerde mevcuttur.

Siyeri Nebi com, Siyer-i Nebi Eğitim ve Araştırma Derneği tarafından yayınlanmakta olan bir sitedir. Sitede Hız. Muhammed'in Hayatı, Siyer-i Nebi Dersleri, Sahabe, Kur'an-ı Kerim, Sünnet ve Hız. Muhammed'in Duaları'na yer verilmektedir. Materyal bölümünde Ortaokul ve Liselerde okutulan Siyer derslerine yönelik içerikler sunulmaktadır. Sitede ayrıca Siyer-i Nebi Eğitim ve Araştırma Derneği tarafından ıkarılan Siyer-i Nebi Dergisine abonelik ve derginin geçmiş sayılarının e-dergi formatına erişim de sağlanmaktadır. (www.siyerinebi.com, 2014)

Meridyen Derneği tarafından "Önyargısız İslam" sloganıyla yola çıkılarak kurulan Sonpeygamber.info Web Portalı kurulduğu günden buyana uluslararası bir perspektifle hareket etmekte ve Türkçenin yanı sıra İngilizce, Almanca ve Rusça olmak üzere toplam 4 dilde yayın çalışmalarını sürdürmektedir. Ayrıca dünya çapında yaygın olarak konuşulan İspanyolca, Fransızca, Çince vb. dillerde de yayın yapmak üzere çalışmalarına devam etmektedir. Sonpeygamber.info sayfalarının/projelerinin yayın çalışmaları profesyonel bir editöryal kadro tarafından geniş bir akademik danışma kurulunun rehberliğinde yürütölmektedir.

Hız. Peygamber'in tüm yönleriyle bilimsel veriler ışığında ve yeni bir dille tüm dünyaya tanıtılması amaçlanarak kurulan web portalı, alanlarında birer otorite kabul edilen akademisyenlerin danışmanlığında yayın hayatını sürdürmektedir. Sitede yer alan Sonpeygamber.info Çocuk Sayfası, özgün ve sürekli güncellenen içeriğiyle çocuklara hitap etmektedir.

Sonpeygamber.info web portalı, kuruluşunun birinci yıldönümünde, Birleşik Arap Emirliklerinde Devlet Başkanı Şeyh Muhammed bin Zayed al-Nahyan'ın himayesinde ve Başbakan Şeyh Abdullah bin Zayed'in onursal başkanlığında düzenlenen Al-Mahabba Ödülleri kapsamında "Dünyada Hız. Muhammed (sav)'i en iyi anlatan kitle iletişim aracı" ödülüne layık görülmüştür.

Yayın hayatına başladığı günden bu yana internet alanındaki büyük bir boşluğu doldurduğu belirtilen Sonpeygamber.info Web Portalı, hadis ve sîret alanlarında yapılan çalışmalara da çeşitli projelerle katkıda bulunmaktadır.

Hadis ve sîret alanlarında ülkemizde yapılan bilimsel çalışmalara destek sağlamak amacıyla 2008 yılından beri Sonpeygamber.info tarafından "Hadis ve Sîret Araştırmaları Ödülleri Yarışması" düzenlenmektedir. Yarışma kapsamında yüksek lisans ve doktora olmak üzere iki ayrı kategoride hadis-sîret alanlarında ülkemizde yapılmış akademik tezler ödüllendirilmektedir. Ayrıca her yıl hadis ve sîyer alanındaki çalışmaları ile tanınmış akademisyen ve alimlere Sonpeygamber.info okurlarının oylarıyla "Hadis ve Sîrete Hizmet Onur Ödülü" de verilmektedir. 2008 yılında Prof. Dr. Yaşar Kandemir, 2009 yılında Prof. Dr. İsmail Lütfi Çakan, 2010 yılında merhum Prof. Dr. İbrahim Canan, 2011 yılında Emin Saraç ve 2013 yılında ise Prof. Dr. Mustafa Fayda Sonpeygamber.info okurları tarafından ödüle la-

yık görülmüşlerdir.

Sonpeygamber.info tarafından, tür ve nicelik olarak hızla artan siyer literatürünü değerlendirmek ve bu sahanın günümüzdeki ihtiyaçlarına dikkat çekmek suretiyle, Türkiye ve dünyadaki siyer çalışmalarına katkıda bulunmak ve yeni siyer çalışmalarına yön vermek amacıyla Siyer Atölyesi çalışmaları düzenlenmektedir. Atölye projesinin ilk toplantısı 2009 yılı Nisan ayında İstanbul'da "Cumhuriyet Devri Türkçe Akademik Siyer Literatürü Değerlendirmesi" başlığıyla gerçekleştirildi. Her yıl farklı kadro ve temalarla organize edilen atölye çalışmaları; 2010 yılında "Siyer-Edebiyat İlişkisi", 2011 yılında "Türkiye'de Popüler Siyer Çalışmaları" ve 2012 yılında ise "Türkiye'de Çocuklara Yönelik Siyer Çalışmalar"ı temasıyla gerçekleştirilmiştir.

Proje kapsamında organize edilen oturumlarda akademisyen, yazar ve yayıncılar başta olmak üzere konunun ilgilisi pek çok isim bir araya gelmiş ve toplantılarda sunulan ve müzakere edilen tebliğler ayrıca bir araya getirilerek Meridyen Kitaplığı'nca yayımlanmıştır. (www.sonpeygamber.info, 2014)

Dini Gruplar ve Cemaatlerin Organizasyonları

Dinî grupların ikinci çeşidi olan sırf dinî gruplar üyelerini her şeyden önce din bağı ile birbirine bağlamış topluluk şekilleridir. Bu tür gruplarda manevî ve dinî bağ, tabii ve organik bağlardan daha güçlüdür ve bu gruplardaki üyelerin birbirleriyle olan münasebetleri "din kardeşliği" esasına dayanır ve grup manevî bir bütünlük arz eder.

Dini gruplar içinde bulundukları toplulukta kendilerini tanıtmak, gruplarına katılımları arttırmak ve grup içindeki mensuplarını

dagrularının iç dinamikleri çerçevesinde zinde tutmak için zamanlarına ait olan bütün kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. Bu süreçte yazılı, basılı, sesli, görsel iletişim araçlarını kullanan dini gruplar, günümüzde ise internet ile birlikte bütün kitle iletişim araçlarını bir arada kullanmaktadır. Dini grup ve cemaatler düzenledikleri ders sohbet, konferans, toplantı, kermes, yardım vb. birçok organizasyonlarının tanıtımını ve bu organizasyonlara ait belge ve dokümanları dijital ortama aktarmaktadırlar. Dini Grupların internette yer almaları kurumsal olmanın yanı sıra mensupları tarafından bireysel olarak da gerçekleştirilmektedir.

İskenderpaşa.com, Mehmed Zâhid-i (Kotku) Bursevî Hazretleri'yle Nakşî Tarikatı'nın, Halidiyye kolunun, Gümüşhâneviyye şubesine ait tasavvuf ekolüne ait internet sitesidir. Sitede, Kur'an-ı Kerim okuma, dinleme ve bilgilenme, Son Peygamber Hz. Muhammed'in hayatı ve Hadis-i Şerif'in Önemi, Tasavvuf, Tasavvufa Dair, Nakşibendiliğin Esasları, Silsile-i Şerif, Hatm-i Hâcegan ve Evrad-ı Şerif 'te günlük evradlar yer almaktadır. M. Zahid Kotku (Rh.A.) ve M. Esad Coşan (Rh.A.)'ın hayatı, kitapları, sohbetleri, fotoğrafları ve makaleleri sunulmaktadır.

Namaz vakitlerinin yanı sıra namaz kılınması mekruh olan ke rahat vakitleri de sitede güncel olarak yayınlanmaktadır. Sık sorulan sorular başlığı altında Akaid ve Fıkıh konularındaki sorulara cevaplar verilmektedir. Ayrıca sitede grubun desteklediği kuruluşlardan olan Akra FM, Kadın ve Aile internet sitesi ve Sağduyu Partisinin internet sitelerine linkler de verilmektedir. Site ile bağlantılı olarak sosyal medyada <http://www.facebook.com/iskenderpasacemaatilhvanlari>, başlığı altında sosyal paylaşımlarda bulunmaktadır. (www.iskenderpasa.com, 2014)

Semazen.net, Mevlana ve Mevlevilik ile ilgili yayın yapan bir internet sitesidir. Sitede semazen.net ekseninde dini musikiyi içeren mutriban.com, semazen çocuk, semazen akademi ve dergah web siteleri üzerinden oluşan Mevlevi web portalı da mevcuttur. Sitede, Hz. Mevlana, Bahaeddin Veled, Seyyid Burhaneddin, Şems-i Tebrizi, Selahaddin Zerkubi, Sultan Veled ve Hüsameddin Çelebi'ni hayatları ve eserleri yer almaktadır.

Mevleviliğin esasları, adab ve erkânı, mertebeleri, Mevlevi ayinleri, Mevlana İhtifalleri, Mesnevi Sohbetleri, Mesnevi Hikayeleri, Evrad-ı Şerif hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır. Ayrıca Semazen video, Semazen forum, Semazen Market, Semazen Radyo, E-Kart uygulaması, Bağış Ekranı ve Semazen e-groups sitede yer alan diğer uygulamalardır. (www.semazen.net, 2014)

Nakşibendi Tarikati.com, Nakşibendiliğin Menzil kolunun tanımını yapan bir sitedir. Sitede Menzil kolunun silsilesinde bulunan evliyaların hayatları detaylı olarak anlatılmaktadır. Tasavvuf- Nakşibendilik, Nefis Terbiyesi, Zikir-Vird, Rabıta, Hatme-i Hâcegan, Cezbe, Kalp Âlemi ve Tasavvuf İlminin Ortaya Çıkışı başlıklarında tasavvuf ile ilgili makalelere de sitede yer verilmiştir. Diğer yandan Semerkand Şirketler Gurubu bünyesinde faaliyet gösteren, Semerkand Dergisi, Semerkand TV. Mostar Dergisi ve Radyo Onbeş için linkler de verilmektedir. (www.naksibenditarikati.com, 2014)

Haznevi.net, Nakşi-Haznevi ekolüne ait bir internet sitesidir. Sitede Akaid, Fıkıh Usulü, Hadis, İslam Büyüklüğü, İslam Tarihi, Kıyamet Alametleri, Tefsir ve Tasavvuf alanında makale, video ve ses kayıtları yayınlanmaktadır.

Haznevi Ekolü başlığında, Nakşibendiliğin Haznevi ekolünü temsil eden evliyaların hayatları ve sohbetlerine yer verilmiştir. Tav-

siye kitap başlığında İslam ve Tasavvuf ile ilgili kitaplar tanıtılmaktadır. Twitter ve Facebook hesapları ile Haznevi.net'te yer alan içerikler sosyal medyada da yer almaktadır. (www.haznevi.net, 2014)

Nur Pencersi.com, Risale-i Nur ile ilgili olarak hazırlanmış bir sitedir. Sitede Mehmed Kırkinci Hocaefendi'nin görüntülü Risale-i Nur sohbetleri, mp3 formatında yayınlanan Risale-i Nur ses kayıtları, vaazlar, hutbeler, evradlar, günlük maneviyat programları ve görüntülü Risale-i Nur sohbetleri yer almaktadır. Nur Penceresi.com Twitter ve Facebook hesapları ile sosyal paylaşım sitelerinde de yayın yapmaktadır. (www.nurpenceresi.com, 2014)

Herkul.org, Fethullah Gülen Hocaefendi'nin yazılı, görüntülü ve mp3 ses kaydı biçimindeki sohbetlerinin yer aldığı bir sitedir. Site Bamteli, Kırık Testi, Sizden Gelenler, Herkül Nağme, Kur'an Kürsüsü, Hadis Atlası, Düşünce Helezonu ve Dua Ufku bölümlerinden oluşmaktadır.

Bamteli bölümünde; 2003 yılından günümüze kadar gelen süreçte Fethullah Gülen Hocaefendi'nin görüntülü ve sesli mp3 biçimindeki sohbetleri yer almaktadır. Kırık Testi bölümünde; 2001 yılından günümüze kadar gelen süreçte Fethullah Gülen Hocaefendi'nin sohbetlerinden yapılan çözümlemelerin metinleştirilmiş hali sunulmaktadır. Sizden Gelenler bölümünde; ziyaretçilerin görüş ve önerileri yayınlanmaktadır. Herkül Nağme bölümünde, Herkul.org'un Twitter hesabı ile sosyal medya uygulamasına yer verilmektedir. Kur'an Kürsüsü bölümünde; bireysel ve ortak Kur'an-ı Kerim okuma programları, dünyaca ünlü Kur'an-ı Kerim okuyucularına ait mp3 ve mp4 formatında dosyalar yayınlanmaktadır. Hadis Atlası bölümünde; sitede yayınlanan hadislerle yer verilmektedir. Düşünce Helezonu bölümünde; Herkul.org'un yazarlarının makaleleri sunulmakta

ve Dua Ufku bölümünde ise; sitede yayınlanan ve okunması tavsiye edilen ortak dualar bulunmaktadır. (www.herkul.org, 2014)

Dini Pratiklerin Uygulanması İle İlgili Dini Dijital Organizasyonlar

Dini pratiklerin uygulanması ile ilgili internette yer alan siteleri incelediğimizde ibadetlerin öğrenilmesi ve uygulanması ile ilgili organizasyonları içeren siteler ön plana çıkmaktadır. İnternette İslam dini ibadet ve muamelatının öğretimini içeren siteler ayrı başlıklar halinde veya genel İslami sitelerin içinde bir bölümler olarak yer almaktadırlar. İbadetlerin uygulamasına yönelik olarak da farklı yardım kuruluşlarının, evlendirme vakıflarının ve hac ve umre organizasyonu yapan kuruluşların siteleri öne çıkmaktadır.

Kaza Namazı.org, namaz ve kaza namazı ile ilgili detaylı bilgilerin yer aldığı bir sitedir. Sitede, namaz ve kaza namazı hakkında makaleler ve ilmihal bilgileri sunulmaktadır. Namaz ile ilgili kaynaklar, Risale-i Nur Külliyyatı'nda yer alan namaz ile ilgili kısımlar, namaz ile ilgili hatıralar, namaz ile ilgili kitap tanıtımları, namaz vakitleri, videolar ve namazla ilgili duvar kâğıtları, fıkıh ile ilgili soruların sorgulandığı fıkıh arama motoru da sitede yer alan uygulamalardandır.

Kaza Namazı.org sitesinin ana sayfasındaki “Kaza Namazı Borcu Hesaplayıcı” butonunu tıklayarak, doğum tarihi bölümünü doldurup, bugüne kadarki kılınmamış olan namaz borçlarının ne kadar olduğu hesaplanabilmektedir. Ayrıca sitede namaz ile ilgili güncel konulara, soru-cevaplara, makalelere ve namaz ile ilgili kitap tanıtımlarına da yer verilmektedir. (www.kazanamazi.org, 2014)

Zekat.org, zekat ile ilgili ilmihal bilgilerinin yer aldığı bir sitedir. Sitede zekat ile ilgili ayetler, Zekat Nedir?, Kimler Zekat Vermelidir?,

Hangi Mallara ve Ne Oranda Zekat Verilir?, Zekatı Verilecek Malın Özellikleri Nelerdir?, Zekatın Şartları, Zekatın Ödenme Zamanı, Zekatın Ödenme Şekli, Zekat Kimlere Verilir? vb. konular detaylı olarak sunulmaktadır. (zekat.org, 2014)

Hac.Diyamet.gov.tr, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın hac ve umre organizasyonlarını yapan Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü'nün internet sitesidir. Hac.Diyamet.gov.tr, hac ve umre ile ilgili detaylı bilgilerin, kampanyaların, broşürlerin, yetkili acentelerin, hac kura esasları ve kura sorgularının yer aldığı bir sitedir. Sitede yer alan Hac ve Umre rehberi ile Hac ve Umre ilgili bilgilendirmeler yapılmaktadır. Sitede, Ramazan Umre kampanyası, Ara Tatil ve Yaz Dönemi Öğrenci Umresi kampanyası, Umre kayıt ekranı olmak üzere umre ile ilgili bütün hizmetler sunulmaktadır. (www2.diyamet.gov.tr, 2014)

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dışında hac ve umre organizasyonu düzenleyen şirketler, hac ve umre malzemesi satan şirketler ve hac ve umre ile ilgi bilgilerin yer aldığı sitelerde internet ortamında bulunmaktadır.

Alo Adak Com, internet ve telefonla kurbanlık satış sistemi gerçekleştiren bir sitedir. Kurban ve Adak kurban kestirmek isteyenler Alo Adak.Com sitesinden irtibat kurarak kurbanlık alımı yaptıktan sonra internet üzerinden canlı olarak kesim işlemini izleyebilmektedir.

Telefon ya da internette verilen kurban siparişler şirketin mezbahanesinde İslamî usullere göre veteriner kontrolünde kesilip adrese teslim edilmektedir. Kurban alacaklar için Alo Adak.Com sitesinde kurbanın tarihçesinden İslam'da kurban ve kurban edilecek hayvanların özelliklerine kadar ilgili tüm sorulara cevap verilirken

hayvanların sağlık durumlarıyla ilgili pratik bilgiler de sunulmaktadır. (www.aloadak.com, 2014)

İhh.org.tr, yeryüzünde adaletin ve iyiliğın hâkim olması için evrensel kardeşlik bilinciyle nerede olursa olsun muhtaç ve mazlum tüm insanlara ihtiyaç duydukları insani yardımı ulaştırarak onurlu bir yaşam sunmak amacıyla kurulmuş olan İnsani Yardım Vakfı'nın internetsitesidir.

İHH, Acil Yardım Çalışmaları, (savaş ve doğal afet gibi kriz durumlarına en hızlı şekilde müdahale ederek mağdurların acil ihtiyaçlarını karşılama) Sosyal, Eğitim, Kültürel, (Camii ve ibadethane açılması) Sağlık yardımlarının yanı sıra bilinçlendirme çalışmalarında da bulunmaktadır. İHH bünyesinde ramazan aylarında, iftar programları, kumanya dağıtımı, gezici aşevi ile iftar programları, yetimlere ve ihtiyaç sahibi çocuklara bayramlık, zekât ve sadaka yardımları gerçekleştirilmekte ve yapılan bütün faaliyetlerin tanıtımı ve duyurusu İHH.org.tr'de yayınlanmaktadır.

İHH, savaş, afet vb. sebeplerle babasını ya da anne-babasını kaybetmiş çocuklara da sahip çıkmaktadır. 36 ülkede 25.740 yetimin bakımını üstlenen İHH, her Ramazan ayında öncelikli olarak yetimler için iftarlar düzenlemekte, bayramlıklar hediye etmekte ve ailelerine kumanya yardımları yapmaktadır. Yetimlerle ilgili yapılan çalışmalar internetsitesinden de duyurulmaktadır.

İHH.org.tr bünyesinde kurban sayfası da yer almakta ve bu sayfada kurban organizasyonu hakkında bilgi verilmekte, kurbanla ilgili fıkhi konular işlenmekte, kurban organizasyonu ile ilgili raporlar yayınlanmakta ve kurban için online bağış da alınmaktadır. Ayrıca sitede adak ve akika kurbanı kabulü ile ilgili tanıtımlar da yapılmaktadır.

İmkânsızlıklar nedeniyle dini vecibelerini toplu olarak yerine getirmede sıkıntı yaşayan insanlar için uygun ibadet mekânları oluşturmak, farklı kabilelere insanların arasındaki çatışmaları sona erdirip, İslam'ın birlikte yaşama, kardeşlik ve paylaşma prensibini yaygınlaştırmak, Müslümanların azınlıkta olduğu ve misyonerlerin yoğun faaliyet gösterdiği bölgelerde insanlara dinlerini öğrenip yaşayabilecekleri ortamlar sağlamak amacıyla İHH'nın cami projesinin tanıtımı sitede fotoğraf, slâyt ve videolarla anlatılmaktadır. Siteden cami projesine destek olmak isteyenler için online bağış imkanı da sunulmaktadır.

İHH, cami projesi ile kabile farklılıkları, siyasi çatışmalar, yoksulluk ve benzeri toplumsal nedenlerle ayrı düşen Müslümanları bir araya getirmekte, camilerin yanına inşa edilen su kuyuları suya ulaşmak için kilometrelerce yol yürümek durumunda kalan insanların su ihtiyacını karşılamakta; medreseler ile de bölgenin eğitimine katkıda bulunmaktadır. Cami, etrafında filizlenen sosyal hayatın merkezi olmakta ve misyonerlik çalışmaları karşısında Müslümanların dinlerini koruyabilmelerine destek olmakta ve bölge Müslümanlarına güven vermektedir. (www.ihh.org.tr, 2014)

Kimse Yok Mu org.tr, toplumun yardım değerlerini etkin hale getirerek din, dil, ırk, cinsiyet ayrımı gözetmeksizin, saygınlıklarını koruma hassasiyetiyle yurt içi ve yurt dışındaki ihtiyaç sahiplerine acil ve kalıcı çözümler oluşturup yardımda bulunmak, evrensel huzur, adalet ve birliktelik için ihtiyaç sahibi ve bağışlayan arasında iyilik elçisi olmak amacıyla kurulmuş Kimse Yok Mu Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği'nin internet sitesidir.

Sitede, Kimse Yok Mu Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği'nin Ramazan, Kurban, Yetim, İnsani Yardım, Eğitim, Sağlık ve Arama-

Kurtarma vb.faaliyet ve projelerine destek olmak isteyenler için online bağış imkanı da sunulmaktadır. Ayrıca yapılan çalışmalarla ilgili raporlar detaylı bir şekilde sitede yer almaktadır. (www.kimseyokmu.org.tr, 2014)

Mehir.org, ihtiyaç sahibi gençlerin evlenmeleri için maddi yardımlar yapmakta olan Gençleri Evlendirme ve Mehir Vakfı'nın kurumsal internet sitesidir. Vakıf 16 yılda 9500 çiftin evlendirilmesine yardımcı olmuştur.

Sitede, yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirilmiş olan evlilikler ile ilgili raporlar, düşümler, yayınlar, projeler, videolar, haberler, vakfın yardımları, yardım için başvuru ve sık sorulan sorular ile ilgili detaylı bilgilendirmeler sunulmaktadır. Sitenin Twitter, Facebook ve Youtube hesapları ile sosyal paylaşım sitelerinde tanıtımı da yapılmaktadır. (www.mehir.org, 2014)

İslami Evlilik.com, isteyen inançlı kişileri ilk tanışma amacıyla buluşturan bir sitedir. Sitenin kuruluş amacı site yönetimi tarafından şu şekilde ifade edilmektedir; "En başta gelen amaç, özellikle coğrafikya da sosyal çevre şartlarından dolayı birbirlerinden uzakta bulunan ve evlilik niyetinde olan inançlı insanların ilk tanışmalarına ve birbirleri hakkında ilk bilgileri edinmelerine vesile olmaktır."

Tesettürlü hanımlar, dindar erkekler gibi kategorilerin yer aldığı sitede genel üyelik ve aktif üyelikler bulunmaktadır. Siteye 18 yaşın üzerindeki kişilerin üyelikleri alınmaktadır. Siteye üyelik işlemleri sırasında profil oluşturulması gerekmekte ve profilin oluşturulmasından sonra ise üyeye doldurmuş olduğu bilgilerinin doğruluğuna dair yemin ettirilmektedir. Sitede tanışmadan sonrasında sohbetlerin yapıldığı bir "Chat" odası yer almaktadır. Siteyi diğer "Chat" sitelerinden ayıran en önemli özelliklerden biri ise site de kişilerin so-

runlarına çözüm üretmeye çalışan “Kalp Abi”si uygulamasıdır.

Sitede yer alan bilgi bankası, evlilikle ilgili ayet ve hadislerin, ni-kâh, mehir, nafaka, gibi konularda gerekli bilgilerin yer aldığı, İslami Evlilik ile ilgili konuların işlendiği, her geçen gün eklenen kaynak-larla ve merak edilen sorulara verilen cevaplarla, büyük aşklardan ve ibretli hikâyelerden örneklerin verildiği evlilik ve aile huzuru için güncel bir kaynak olarak sunulmaktadır.

Ayrıca bilgi bankasında özel fıkıh soruları başlığında; “ Kendini elle tatminin hükmü nedir? Cinsî sapıkların bazıları erkekle ilişki ku-ruyor, bazıları da hayvanla, erkeğin erkekle, yahut hayvanla ilişki kurmasının İslâm hukukundaki cezası nedir?, Bir kadın, yabancı bir erkeğin elini tutup sıkabilir mi?, Değişik bir ifadeyle, bir erkek ya-bancı bir kadınla tokalaşabilir mi?, Memleketimizde nişanlı gençler bazen yalnızca bir araya geliyor, birlikte gezip tozuyorlar. Bazıları ni-şanlıların böyle yalnızca bir arada gezip tozmalarının caiz olmayaca-ğını söylüyor, bazıları da, nisanlısıdır, mahzur olmaz, diyorlar. Ne dersiniz?, Dinimiz Flörte izin verir mi?, Gizli dini nikah yaptırmak doğru olur mu?, Mut'a nikahı yaparak evlenmek caiz midir?, Müsteh-cen görüntülere bakmanın hükmü nedir?, Aile mahremiyetinde mutluluğu artıran tedbirler caiz mi?, Evlenirken önce istişare mi yapmalı, yoksa istihare mi?, Nişanlılık döneminde dini nikah kıymak doğru mu?, Nişanlılık döneminde, dini nikahta ve düğünde nelere dikkat etmeli?” vb. soru ve cevapları yer almaktadır.

Sitenin sunmuş olduğu hizmetlerden biri de İslami Evlilik Der-gisidir. İslami Evlilik Dergisi internet ortamında İslami Evlilik.com üzerinden yayınlanan bir e-dergidir. Dergide Aile, Kalp Abi, Evlilik Öncesi, Evlilik Yaşamı ve Araştırmalar bölümleri yer almaktadır.

Site üyeleri arasında dua zinciri oluşturularak, diğer üyelerden

dua talep edilmektedir. Dua zinciri bölümündeki dua formu kullanılarak dua talebi oluşturulmaktadır. Sitede e-kart, meclis isimli forum ve anket uygulamaları yapılmaktadır. (www.islamievlilik.com, 2014)

Hanımlar.com, kadınlara rehberlik eden bir sitedir. Sitede hanımlar kulübü adıyla bir forum yer almakta ve bu forumda üyeler yemek tarifinden çocuk bakımına kadar her türlü konuyu ve aynı zamanda dini hayat ile ilgili her türlü bilgiyi paylaşmaktadırlar.

Sitede aile rehberi, mutfak, belgeseller, sağlık, çocuk, Esmâ-ül Hüsna, Hanım Sahabeler ve İslami videolar başlıklarında videolar sunulmakta, Rehber Abla uygulaması ile kadınların dini konularda sormuş oldukları online sorulara cevaplar verilmekte ve mahrem olmayan soru ve cevapları da yayınlanmaktadır.

Sitede mübarek gün ve gecelerin kutlanması ile ilgili olarak Ya-sin-i Şerif ve salâvat duaları paylaşılmakta ve duaları da yine site üzerinden gerçekleştirilmektedir. Kitap okuma kampanyaları düzenlenmekte ve okunacak kitap listeleri paylaşılmaktadır. Sitede hiçbir reklam yer almamakta ve sitenin maddi ihtiyaçları bağışlarla karşılanmaktadır.

Duyurular bölümünde; her gün için Hz. Muhammed'in bir sünnetini hayata uygulama kampanyası ve uygulanacak sünnetlerin listesi ilan edilmektedir. Hayatın içinden başlığı ile ibret verici hikâye ve olaylar aktarılmaktadır. (www.hanimlar.com, 2014FF)

Din Öğretimi ile ilgili Organizasyonlar

Din öğretimine yönelik içerikler genelde örgün eğitim içerisinde yer alan müfredatlar ekseninde kurulmuş Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi, İmam Hatip Lisesi Meslek Dersleri ve Kur'an Kursları ile ilgili

web sitelerinden oluşmaktadır.

Din Dersi.com, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmeni Mevlüt Baki Tunç tarafından 15 Ocak 2003 tarihinde açılan, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmenlerinin internet üzerinde kaynak ihtiyaçlarının karşılandığı, bilgi ve dosya paylaşımının yapıldığı bir sitedir.

Sitede Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersine yönelik, dokümanlar, günlük ve yıllık planlar, multimedya, örnek videolar, sunular, sınavlar, zümreler, belirli gün ve haftalar etkinlikleri, sosyal kulüpler, çizelgeler, mevzuat, proje ve performans ödevleri, rehberlik, e-kitaplar, programlar, dualar, mezunlar günü ve davetlerle ilgili bilgi belge ve dokümanlar yer almaktadır.

Sitede üyelik sistemi uygulanmakta ve sitenin 50.000'i aşkın üyesi bulunmaktadır. Sitede bulunan e-posta gurubu uygulaması ile e-posta gurubu üyeleri arasında anlık bilgi ve belge paylaşımı yapılmaktadır. Ayrıca sitede hazırlanan özel dokümanların kullanımının yıllık olarak ödenen bir ücret karşılığında hizmet veren Din Dersi.com Vip Üye Portalı da bulunmaktadır. Vip Üye Portalı'nda İlköğretim, Ortaöğretim, İmam Hatip Lisesi ve Kur'an Kursları öğretmenlerinin ihtiyaçları olan her türlü doküman sunulmaktadır. (www.dindersi.com, 2014)

Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenleri Materyal Paylaşım Portalı olan Din Kültürü Öğretmeni.com sitesinde ise, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi dersi müfredatında yer alan üniteler bazında çalışma kâğıtları, kavram haritaları, ayet-hadis, hazırlık çalışmaları, çalışma kâğıtları, kavram haritaları, ders notları, kavramlar, sorular, kitaplar, hikayeler, resimler, dualar, şiirler, haritalar, çizim-grafikler, sunular, oyunlar-eğlence, bulmacalar, afişler, ses-müzik, kurumlar, gezi mekanları, filmler, etkinlikler, yazılı sınavlar, plan, tutanak, form, müfre-

dat, mevzuat, dilekçe, resmi belge, kutlu doğum etkinlik örnekleri ve genel testleri içeren malzemeler bulunmaktadır.

Din Kültürü Öğretmeni.com, ve DKAB (Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmenleri Platformu) işbirliğinde yıl içinde Ensar Vakfı merkezinde seminerler, atölye çalışmaları, interaktif tartışmalar ve müfredat bağlamında grup çalışmaları yapılmaktadır. Yapılacak çalışmalar ve çalışmaların sonucu da e-posta aracılığıyla DKAB Öğretmenleri Platformu Mail Grubuna gönderilerek duyurulmaktadır. (www.dinkulturuogretmeni.com, 2014)

İmam-Hatip Lisesi Öğretmenlerine yönelik olarak hazırlanan İmam-Hatip Lisesi Öğretmeni.com sitesinde, Kur'an-ı Kerim, Arapça, Tefsir, Hadis, Fıkıh, Kelam, Siyer, İslam Tarihi, Dinler Tarihi, Temel Dinî Bilgiler ve Hitabet dersleri için ünitelere göre gruplanmış materyaller bulunmaktadır. Her ünite için ayrı olarak hazırlanmış ders notları, ayetler, hadisler, resimler, sunular, sorular, kavramlar, kavram haritaları gibi materyallerle öğretmenlerin en çok ihtiyacı olan yardımcı araçlar yer almaktadır.

Ayrıca sitede yıllık ve günlük plan örnekleri ve zümre tutanakları, öğretim yöntem, teknik ve teknolojileri, kavramlar, kitaplık, sık sorulan sorular, haberler-aktiviteler, linkler, müfredat ve mevzuat ve iletişim gibi bölümlerle zengin bir içerik sunulmaktadır. (imamhatipogretmeni.com, 2014)

Kur'an Kursları.com, Kur'an Kursları Öğretmenlerine yönelik hazırlanmış bir sitedir. Sitede mevzuat, Kur'an Kursları Öğretim programları, yıllık planlar, Hafızlık Eğitimi, ibadet, ahlak, inanç, mesleki gelişim, seminer, video-sunu, rehberlik ve Kur'an Kurslarımız başlıklarında zengin bir içerik yer almaktadır. Ayrıca siteden Diyanet İşleri Başkanlığı, Diyanet Dergisi, Diyanet Çocuk ve DİB Web Kü-

tüphanesi için linkler verilmekte ve e-posta gurubu aracılığıyla üyeler arasında bilgi alışverişi de gerçekleştirilmektedir. (www.kuran kurslari.com, 2014)

Arapça Dersanesi.Com, Arapça eğitim ve öğretim ile ilgili bir sitedir. Sitede Arapça dersler, YDS Arapça sınavına yönelik deneme sınavları, Arapça dokümanlar ve Arapça videolar yayınlanmaktadır. Sitede Arapça ile ilgili her türlü malzemenin olduğu bir forum da bulunmaktadır. (www.arapcadersanesi.com, 2014)

Online Arabic.net Arapça eğitimi sahasında hizmet veren bir portaldır. Arapçaya sıfırdan başlayacaklara ve Arapça bilgisi olup da geliştirmek isteyenlere hizmet veren site Pratik Arapça, AÖF İlahiyat, Önlisans Arapça gibi online dersleri ile üyelerine destek vermektedir. Online Arabic.net, başta üniversite görevlileri ve akademisyenler olmak üzere YDS sınavına hazırlananların, Arap Dili Filolojisi öğrencilerinin, İlahiyat öğrencilerinin, İHL öğrencilerinin ve Arapçaya ilgi duyan her kesimden katılımcıların ilgi gösterdikleri bir sitedir. Site pratik konuşma bilgilerinden, canlı Arap Tv'lerine, Arapça çizgi filmlerden soru bankasına kadar birçok içeriği kapsamaktadır. Üyelerinin Türkçe ve Arapça yazışabildiği forum köşesi ise en popüler bölümlerden biridir.

Online Arabic.net, Facebook uygulaması ile sosyal medyada da yer almaktadır. Online Arabic.net'in Facebook uygulamasında, Arapça videolar, çizgi filimler, Arapça eğitimi ile ilgili ders notları, sınav soruları ve Arapça Flash oyunlar vb. uygulamalar yer almaktadır.

Ayrıca Online Arabic.net bünyesinde faaliyet gösteren Arapça Sözlük.net, Türkçe - Arapça ve Arapça - Türkçe internet sözlüğü sitesidir. 200bini aşan kelime kapasitesiyle üyelerine aradıkları bir sözcüğü bir kaç tuşla listeleyebilmektedir. Sözlük kapsamında en mo-

dern kelimelerin karşılıklarından kalıp ifadelere, tamlamalardan birleşik kuruluşlara kadar birçok Arapça kullanımı mevcuttur. (www.onlinearabic.net/, 2014)

Dini ürün satışı (Kitap, dergi, hac malzemeleri, tesettür ürünleri, helal gıda)

Dini içerikli ürünlerin tanıtımı ve satışı ile ilgili dijital içeriklere her geçen gün yeni bir site daha eklenmektedir. İnternet ortamında dini içerikli kitapların tanıtımı ve satışı yapılmakta ve aynı zamanda e-kitap olarak da yayınlanmaktadır. Dini içerikli kitap basan yayınevlerinin yeni basım kitaplarının elektronik biçimi de internet üzerinden satışa sunulmaktadır. Dini içerikli olarak basılan süreli yayınların sitelerinde satış ve abonelik işlemleri de gerçekleştirilmektedir.

Hac ve umre düzenleyen turizm şirketlerine ait internet siteleri ile hac ve umre ziyaretleri ile ilgili tanıtım faaliyetleri düzenlenirken diğer yandan hac ve umre ziyaretinde bulunanların ihtiyaç duyduğu her türlü malzemenin satışının yapıldığı internet siteleri de bulunmaktadır.

Tesettür giyim alanında faaliyet gösteren ticari kuruluşlar, firmalarının ve ürünlerinin tanıtımını yaparlarken aynı zamanda tesettür giyimlerinin satışını yapan siteler de bulunmaktadır. Tesettür giyim ekseninde yayın yapan dergilere ait sitelerde, basılı olarak satışa sunulan dergilerin e-dergi formatı da internet kullanıcılarına sunulmaktadır.

Helal ve sağlıklı ürünleri araştırma ve sertifikalandırma çalışmaları yapmak üzere kurulmuş bir sivil toplum kuruluşu olan GİMDES (Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalama Araştır-

maları Derneği) ait gimdes.org sitesinde helal gıda hakkında bilgilendirmeler yapılmaktadır. Helal sertifikası alan firma ve ürünlerin ilanı ile birlikte helal sertifikası iptal edilen firma ve ürünlerin duyurusu da yapılmaktadır. (www.gimdes.org, 2014)

E-Kitap, E-Dergi ve Kütüphane Katalogları İle Sunulan Dijital İslami İçerikler

Dini içerikli internet sitelerinde Temel İslami Bilimlerle ilgili klasik eserlerin büyük bir kısmına doc, pdf ve rar dosyalar halinde erişilebilmektedir. Diğer yandan e-kitap üzerine kurulmuş olan internet siteleri dini ve manevi kitapların e-kitap halinde ücretsiz olarak bilgisayarlara indirilmesine izin vermektedirler.

Dini ve manevi içerikli olarak yayınlanan Diyanet İlmi Dergisi, Diyanet Aylık Dergi, Diyanet Çocuk Dergisi, Diyanet Avrupa Dergisi, Umran, Kadın ve Aile, Altınoluk, Sızıntı, Yeni Ümit, Keşkül, Semerkand, Mostar, Kur'an-i Hayat, Yeni Dünya, Beyan, Gülistan, Rahle, Vuslat, Zafer, Köprü, Moral Dünyası, Feyz vb. aylık dergilerin internet sitelerinde de güncel ve geçmiş sayılarının elektronik şekli yayınlanmaktadır.

Bünyesinde dini ve manevi kitap ve eserleri barındıran kütüphaneler internet ortamına taşıdıkları katalogları ile kitap ve makale taranabilmekte ve kütüphaneye gitmeden sanal ortamda kitap sorgulaması yapılabilmektedirler. Türkiye Diyanet Vakfı İslami Araştırmalar Merkezi (İsam)'nin isam.org.tr uzantılı internet sayfası aracılığıyla, kitap sorgulaması yapılabilmekte ve İlahiyat Fakülteleri Makaleler Veri Tabanı ile yayınlanmış ilahiyat konusunda yayınlanmış olan bütün makalelere erişim sağlanabilmektedir. İlahiyat Fakültelerinde Devam Eden Tezler Veri Tabanı ile de araştırmacılar üzerin-

de çalışılmakta olunan tez konuları hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler. Diğer yandan Türkiye Diyanet Vakfı tarafından hazırlanmış olan 44 ciltlik İslam Ansiklopedisi, islamansiklopedisi.info adresinde araştırmacıların ve internet kullanıcılarının hizmetine sunulmaktadır. (www.isam.org.tr, 2014).

Dini İçerikli E-Posta Grupları Organizasyonu

E-posta grupları, (e-groups) internet kullanıcıları arasında zincirleme haberleşme imkânı sağlayan, istenilen niteliklere sahip kişilerle elektronik ortamda haberleşmek için kurulan ve grup yöneticileri (moderatör) tarafından üyeleri belirlenen ve yönetilen gruplardır. E-posta grup üyeleri ortak bir amaç, proje ve konu etrafında toplanmakta ve grup dinamikleri çerçevesinde haberleşmektedirler.

İnternette yer alan İslami içeriklere sahip internet siteleri ve bağımsız kişilerin kurmuş oldukları e-posta grupları ve üye sayıları günden güne artmaktadır. İslami içeriklere sahip e-posta gruplarında, grubun inşasına temel olan duygu ve düşünce etrafında, günün şartları çerçevesinde aktif bir haberleşme trafiği yaşanmaktadır.

E-posta grupları, dini ve manevi danışmanlık alma ve verme, dini aktiviteler planlama, dua isteme, dini ve manevi konularda paylaşımda bulunma, kurban, zekât, hac, oruç, namaz, fitre vb. dini sorumlulukları yerine getirme, din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskılarla mücadele etme, kutsal zaman dilimlerini değerlendirme ve kutlama amacıyla e-posta alıp-göndermektedirler.

Basın ve Yayın Kuruluşlarına Ait Sitelerle Sunulan Dijital İslami İçerikler

Sürelî olarak basılan gazete-dergi vb. yayınlarda kutsal zaman dilimleri ve güncel dini konular çerçevesinde dini ve manevî içerikli bilgiler yayınlanmakta ve bu yayınların basılmış olan haber içerikleri internet sayfalarında da yer almaktadır. Dini içerikli bilgi elde etmek isteyen internet kullanıcıları sürelî olarak basılan gazete-dergi vb. yayınlardaki dini ve manevî içerikli bilgilere ulaşmak internet kullanmaktadırlar.

Dini ve manevî içerikli olarak basılan gazete-dergi vb. sürelî yayınların yayın politikaları çerçevesinde dini içerikli haberler, alanında uzman ilahiyatçıların köşe yazıları ve makaleler, kurban, zekât, hac, oruç, namaz, fitre vb. dini sorumlulukların yerine getirilmesi ile ilgili haberler içerikleri, din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskıların duyurulması ve kutsal zaman dilimleri ve güncel dini konular çerçevesinde dini ve manevî içerikli bilgiler yayınlanmaktadır. Dini ve manevî içerikli olarak basılan gazete-dergi vb. sürelî yayınların basılmış olan haber içerikleri internet sayfalarında da yer almakta ve internet kullanıcıları tarafından dini ve manevî içerikli bilgi elde etmek için kullanılmaktadır.

Dini içerikli televizyon ve radyoların kendi internet siteleri üzerinden canlı yayınlar takip edilebilmekte, aylık, haftalık ve günlük yayın akışları yayınlanmakta ve geçmiş programların arşivleri de tutulmaktadır. İnternet kullanıcıları bu siteler aracılığıyla canlı yayını takip edebildikleri gibi geçmiş programları arşivden dinleyip izleyebilmekte ve bilgisayarlarına da indirebilmektedirler. Ayrıca televizyon ve radyoda yayınlanan programların e-posta adresleri ile dinle-

yici ve izleyicinin soru ve görüşleri de alınabilmektedir.

Diğer yandan internet haberciliği yapan internet siteleri de bulunmakta ve bu sitelerde de yayın politikaları gereği dini içeriklerle ilgili yayınlar ön plana çıkmaktadır. Bu sitelerde dini sorumlulukların yerine getirilmesi, din ve inanç özgürlüğüne yönelik sosyal baskılar ve çözümleri, kutsal zaman dilimleri ve güncel dini konular çerçevesinde dini içerikli haber, yorum ve köşe yazıları yayınlanmaktadır. Sitelerin üyeleri dini içerikli haberlerle ilgili duyarlılıklarını ifade eden yorumlarda ve tartışmalarda bulunmaktadırlar.

Resmi Kurumlara Ait Sitelerle Sunulan Dijital İslami İçerikler

İlahiyat Fakülteleri, Diyanet İşleri Başkanlığı, Müftülükler, Kur'an Kursları ve İmam Hatip Okulları adına açılmış olan siteler, resmi kurumlar tarafından açılmış olan ve görev ve sorumluluk alanları ile sınırlı şekilde dijital dini içerikler sunan siteler olarak internette yer almaktadırlar. İlahiyat Fakülteleri ve İmam Hatip Okullarına ait siteler, eğitim ve öğretimin işleyişine yönelik içerikler, akademik kadronun tanıtımı, kurumların tanıtımı ve öğrencilerin bilgilerine erişim sunan sayfalardan oluşmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı, Müftülükler ve Kur'an Kurslarına ait sitelerde ise kurumların tanıtımı, örgün ve yaygın eğitim ile ilgili bilgiler ve personelin sorumluluk alanını içerisindeki görevi ile ilgili işlemlerin yer aldığı sayfalardan oluşmaktadır.

Diyanet.gov.tr, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın resmi sitesidir. Site resmi bilgilerle birlikte dini içerikli bilgilerde sunulmaktadır. Resmi olarak sunulan bilgilerde Kurumsal başlığında; Diyanet İşleri Başkanlığına bağlı resmi birimlere ait sayfalar yer almaktadır. Mevzuat

başlığında; Genel Mevzuat, Başkanlık Mevzuatı, Mali Mevzuat, Kanunlar, Bakanlar Kurulu Kararları, Yönetmelikler, Tebliğler ve Yönergelere yer almaktadır. İstatistikler başlığında; Personel, Cami, Kur'an Kursu, Hac, Din Hizmetleri ve Bütçe hakkında istatistiksel tablolar sunulmaktadır. E-Kütüphane başlığında; Diyanet İşleri Başkanlığı kütüphanelerinde yer alan eserlerle ilgili katalog taramaları yapılabilmektedir. Bilgi edinme başlığında; Bilgi Edinme Hakkı Kanunu çerçevesinde bilgi edinmek isteyenler için hazırlanmış form aracılığıyla bilgi edinme hizmeti sunulmaktadır.

Sitede sunulan dini içerikler ise; Kur'an-ı Kerim, Hadis-i Şerif, Hac ve Umre, Dini Sorular, Dini Günler ve Geceler, Dua, Diyanet Çocuk, Dini Yayınlardan Süreli-Sesli ve Görsel yayınlar olarak sunulmaktadır. Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığı, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği'nin Facebook ve twitter uygulamaları ile sosyal medyada da yer almaktadır. Sitede Mekke-i Mükerrreme ve Medine-i Münevvere'den canlı yayınlar yapılmakta, Bir Ayet-Bir Hadis uygulaması ile her gün bir ayet ve hadis yayınlanmaktadır. Namaz vakitleri uygulaması ile Türkiye ve Dünya üzerindeki herhangi bir yerin namaz vakti ve bir sonraki vakit için kalan süre sayaç halinde verilmektedir. (www.diyanet.gov.tr, 2014)

Sonuç:

Dini bilgi ve dini hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yardımcı bilgiler sunma veya dini bilgilerin yüz yüze alınabileceği kişi ve kurumlara yönlendirilmelerde internet, önemli bir iletişim işlevini yerine getirmektedir. Dini kurumlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de internet aracılığıyla hızlı ve yaygın bir şekilde kitlelere ulaştırılmaktadır. Aynı zamanda yapılan dini toplantı, seminer ve konferansların metinlerine internet'in arşivleme hizmetini kullanarak ulaşmak mümkündür.

Bireyin zararlı alışkanlık ve davranışlardan korunması, dinin tanıtılması, dini bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaştırılması için internetimkânları yaygın olarak kullanılmaktadır.

Din konusunda eğitici veya öğretici materyaller bulma, dini ve manevi danışmanlık isteme verme, ibadetle ilgili veya ilham verici kaynaklar arama, kutsal zaman dilimlerini kutlama, dini törenlere katılma, dini grup önderleri veya manevi öğüt vericiler ile etkileşimde bulunma, dini gruplara ait dernek ve vakıfların çalışmalarına katılma, dini aktiviteler planlama, dua isteme, dini ve manevi tartışmalara katılma, dini ve manevi konularda paylaşımda bulunma vb. Faaliyetleri internet kullanılarak yerine getirmek mümkündür.

Yaratılıştta iletişim kurmaya programlanan insan, yaşamını devam ettirmek, gelişmeler karşısında tutum ve davranışlarını olumlu

veya olumsuz olarak yönlendirebilmek için iletişime ihtiyaç duyar. İletişim bazen açıklıkla mücadele etmek için bazen de ruhsal açıklıkları doyurmak için gerçekleştirilir. Din, ruhsal açıklıkları beslerken gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanmakta sakınca görmez. İlk insanın gerçekleştirdiği yüz yüze iletişimle iletmeye başlayan dini mesajlar, yazı, baskı aletleri, radyo, kayıt cihazları, televizyon, bilgisayar ve en son olarak da internet ile de iletmeye devam etmiştir. (Vardi, 2013, s.133)

Yüz yüze başlayıp, sesli, görsel ve sanal (internet) olarak devam eden dini iletişim gelişen ve değişen iletişim araçlarını dini iletileri iletmek üzere kullanmıştır. Nesilden nesile aktarılan dini metinler, söz olarak başladığı yolculuğunda önce harflerle yazıldı, baskı makinelerinde basıldı, radyo yayınları ile evlere sesini ulaştırdı, televizyon ile görüntüsünü izleyiciye aktardı, bilgisayar ile yazı ve sesi birleştirdi ve son olarak da internette bütün geçmişi ile birlikte muhataplarına ulaştı.

Din, iletişim alanındaki gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanarak iletilerini muhataplarına iletmekte ve iletişim araçları da, dini iletinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Din iletişim araçlarının sunduğu imkânları zamanına ve yerine göre değişik formlarda kullanmaktadır. Din gelişmiş iletişim araçlarını kullanırken diğer iletişim araç ve formlarının kullanımını da terketmemektedir. İletilerini iletirken gereken tüm iletişim araçları ve formlarını kullanmaktadır. İnternet, bilgilenme, tanıtım, karşılıklı sohbet, bilgi alışverişi, kitap okuma, kaynak eserlere ulaşma, ibadet uygulamalarını öğrenme, dini soru ve problemlere cevap arama gibi konularda dini iletişimi sağlamaktadır. İnternetle, dini iletiler sınırsız kitleye hızlı bir şekilde iletilmiştir.

KAYNAKÇA:

Hüseyin Gazi Topdemir, İ. E. (2004). Türk Matbacılığının Gelişiminde Bir Sayfa: Cevaib Matbası. *Nüsha Şarkiyat Araştırmaları Dergisi* (14).

Kocadaş, B. (2012). Yazılı Basında Meydana Gelen Gelişmelerin Topluma Etkisi-Sosyolojik Bir Analiz-. *Akademik Bakış Dergisi* (33).

Küçükcan, Talip., (2005) *Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler)*, II.Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi, Ankara

Pekman, C. (2000). *"Yüzyılın Radyosu" İstanbul Radyosu: Anılar, Yaşantılar*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Vardi, Recep., (2013) *İletişim Araçları ve Din*, İstanbul, Akademi Titiz

Yel, Ali Murat., 2005, Yaz 2005 *"İnternetin Din Değiştirme Süreci Üzerindeki Etkileri"*, Köprü,, 91.Sayı, s.253-260

www.internetarsivi.metu.edu.tr/10yil_konusma.php. (2003, Nisan 17). Ekim 05, 2014 www.internetarsivi.metu.edu.tr

<http://www.ortakhatim.com/html/>, erişim tarihi: 10 Ekim 2014

<http://www.mukabele.com/> erişim tarihi: 10 Ekim 2014

<http://www.hizmetvakfi.org/> erişim tarihi: 10 Ekim 2014

<http://www.hayrat.com.tr/default.aspx>, erişim tarihi: 15 Ekim

2014

<http://www.hayrat.com.tr/icerik/kuran-ikerim/kuran-ikerim-hediye-etmek-istiyorum.aspx>, erişim tarihi: 15 Ekim 2014

<http://www.e-hadis.net/>, erişim tarihi: 20 Ekim 2014

<http://www.hadisdersleri.com/>, erişim tarihi: 20 Ekim 2014

<http://www.40hadis.com/>, erişim tarihi: 20 Ekim 2014

<http://www.40hadis.org/>, erişim tarihi: 20 Ekim 2014

<http://www.onlinehadis.com/>, erişim tarihi: 20 Ekim 2014

<http://www.sorularlailamiyet.com/>, erişim tarihi: 25 Ekim

2014

<http://www.fikih.info/>, erişim tarihi: 28 Ekim 2014

<http://www.fetvameclisi.com/>, erişim tarihi: 28 Ekim 2014

<http://www.siyerinebi.com/>, erişim tarihi: 5 Kasım 2014

<http://www.sonpeygamber.info/>, erişim tarihi: 5 Kasım 2014

<http://www.iskenderpasa.com/>, erişim tarihi: 11 Kasım 2014

<http://www.semazen.net/>, erişim tarihi: 11 Kasım 2014

<http://www.naksibenditarikati.com/>, erişim tarihi: 15 Kasım

2014

<http://www.haznevi.net/haznevi.aspx>, erişim tarihi: 15 Kasım

2014

<http://www.nurpenceresi.com/>, erişim tarihi: 15 Kasım 2014

<http://www.herkul.org/>, erişim tarihi: 15 Kasım 2014

<http://www.kazanamazi.org/>, erişim tarihi: 20 Kasım 2014

<http://zekat.org/>, erişim tarihi: 20 Kasım 2014

<http://www2.diyanet.gov.tr/hacveumregenelmudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>, erişim tarihi: 20 Kasım 2014

<http://www.aloadak.com/index.html>, erişim tarihi: 20 Kasım 2014

<http://www.ihh.org.tr/>, erişim tarihi: 25 Kasım 2014

<http://www.kimseyokmu.org.tr/>, erişim tarihi: 25 Kasım 2014

<http://www.mehir.org/>, erişim tarihi: 28 Kasım 2014

<http://www.islamievlilik.com/>, erişim tarihi: 28 Kasım 2014

<http://www.hanimlar.com/>, erişim tarihi: 28 Kasım 2014

<http://www.dindersi.com/>, erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://www.dinkulturuogretmeni.com/>, erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://imamhatipogretmeni.com/>, erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://www.kurankurslari.com/>, erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://www.arapcadersanesi.com/>, erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://www.onlinearabic.net/>, <http://www.onlinearabic.net/> erişim tarihi: 4 Aralık 2014

<http://www.gimdes.org/>, erişim tarihi: 6 Aralık 2014

<http://www.isam.org.tr/>, erişim tarihi: 6 Aralık 2014

<http://www.diyenet.gov.tr/>, erişim tarihi: 20 Aralık 2014

DİNİN DİJİTALLEŞMESİ VE MOBİL UYGULAMALAR

Ömer MENEKŞE

Giriş

İletişim ve teknolojinin insana tanıdığı imkanlarla modern dünyanın küresel boyutta büyük bir dönüşüm yaşadığı günümüzde, hızlı bilgi üretimine bağlı olarak her alanda sürekli yenilikler ve devasa gelişmeler meydana gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler, insanlığa yepyeni imkânlar sunmaktadır.

Hızlı iletişim ağları sayesinde ülkeler, hatta kıtalar arasında haberleşmeler, kültürel ve bilişsel alışverişler kolayca yapılabilmekte, yüksek erişim vasıtalarıyla devasa hacimli bilgi terminallerinden ihtiyaç duyulan veriler rahatlıkla alınabilmektedir. Nitekim bugün uydu, bilgisayarlar, akıllı telefonlar, mobil cihazlar sunduğu hizmetlerle bilgiyi yanı başımıza kadar getirmektedir.

Kitle iletişim araçları ve küreselleşme dalgası, zaman ve mekan farklılıklarını ve fiziki sınırları ortadan kaldırmış ve dünyayı küresel bir köye dönüştürmüş, insanlar arası iletişim ve beraberinde etkileşim de ivme kazanmıştır.

Yeni medya (internet, mobil iletişim, dijital platformlar, sosyal ağlar vb.) olarak isimlendirilen ve insanlar arası etkileşimi geleneksel medyaya (gazete, dergi, radyo, TV, sinema vb.) oranla müthiş bir hıza ulaştıran yeni iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması sosyal, kültürel ve siyasal alanlarda olduğu kadar din alanında da bir dizi yeni açılım ve değişimlere zemin hazırlamıştır.

Öyle ki din yeni gelişmelerin gerisinde kalmamaya, toplumsal değişime ayak uydurmaya özen göstermiş, gelişen dijital teknoloji ile birlikte dinî bilgi ve mesajlarını, inanç, ilke ve doktrinlerini, kutsal metin ve ritüellerini fiziksel ortamdan sanal ortama taşımış, yüz yüze başlayıp sesli, görsel ve sanal (internet) olarak iletişimini devam ettirmiş, böylelikle de çok sayıda sanal cemaatler, dinî aktiviteler (sanal ritüeller), kullanıcıların birbirleriyle etkileşimini ve bilgi paylaşımını sağlayan sanal alanlar (blog, haber grubu, forum vb.) oluşmuştur.

Nitekim bu kapsamda günümüzde bir kitle iletişim aracı olmanın ötesinde, günlük hayatın bir parçası haline gelen mobil uygulamalar rahat erişimi, basit kullanımı ve interaktif yapısıyla dinî bilgiye ulaşmada pratiklik sağlamıştır.

Çalışmanın amacı da dinin dijitalleşme sürecinin mobil uygulamalar boyutunu ortaya koymak, dijital din kavramı çerçevesinde dinî mobil uygulamalar hakkında bilgi sunmaktır.

Çalışma; dinî mobil uygulamaların kişilerin pratik hayatına ne kattığı, uygulamaların din mensupları tarafından nasıl karşılandığı, söz konusu uygulamaları ortaya koyanların neyi hedeflediklerini tespit edebilmeye yönelik bir deneme mahiyetindedir.

Bu itibarla çalışmada öncelikle dinin dijitalleşme süreci ele alınmış, mobil uygulamaların önemi vurgulanmış ve bu kapsamda mobil platformlarda yer alan dinî uygulamaların muhtevası hakkında bilgi verilmiştir.

Dinî İletişim ve Dijitalleşme

Yirminci yüzyılın sonlarında iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim, kitleleri beraberinde sürükleyerek bilgi ve enformasyonun toplum hayatına hâkim olduğu postmodern bir çağın kapısını açmıştır. İletişim teknolojilerinin özellikle de internetin sosyal hayatın her alanına nüfuz etmeye başlaması, iletişim kavramına yeni bir boyut kazandırmış, interaktif bir iletişim ortamı meydana getirmiştir. Din olgusu da bu yeni iletişim ortamındaki yerini almış, dinler kendilerini temsil eden kitle iletişim araçları aracılığıyla vizyon ve misyonlarını kitlelere ulaştırma imkanı elde etmişlerdir (Haberli, 2013, s. 860-861).

Bu interaktif ortam da dinî iletişim açısından bir dönüm noktası olmuştur; çünkü bu gelişme dinî eğilimlerin yükseliş trendi gösterdiği ve dinî hareketlerin toplumsal ivme kazandığı bir döneme denk düşmüştür.

Dinî değerler modern dünyada tekrar keşfedilmeye başlanmış ve toplumsal hayatın önemli aktörlerinden biri olmuştur. Modernleşme süreci ile sekülerleşme arasında pozitif bir korelasyon kuran toplum bilimciler, 1960 ve 1970'li yıllara kadar modernleşmeyle birlikte dinin toplumsal hayattan silineceği ve önemini kaybedeceği iddiasını tekrarlıyordu.

Batı Avrupa örneğinden hareket eden yani Avrupa'daki kilise üyelikleri ve cemaat sayısındaki belirgin düşüşü modernizmin ve a-

kılıcılığın bir sonucu olarak yorumlayan bu toplum bilimciler, benzer bir sürecin dünyanın diğer bölgelerinde de yaşanacağını iddia ediyordu. Ancak toplumsal olaylar ve dönüşümler bu beklentilerin yanı sıra, modernleştikçe dinin ve maneviyatın gerileyeceği ve zamanla toplumsal hayattaki etkisini kaybedeceği, bireysel olarak dinî pratikler, ibadetler ve ritüellere katılımın azalacağı, modern değerlerin dini toplumsal hayatın dışına iteceği ve artık dinin toplum için bir anlam ifade etmeyecek bir pozisyona gerileyeceği beklentilerinin gerçekleşmediğini göstermiş, aksine din şaşırtıcı bir yükselişe geçmiştir (Berger, 2002, s. 27-31; Küçükcan, 2005, s. 110).

Din; insanlara bir hayat tarzı sunan, onları belli bir dünya görüşü içinde toplayan kurum, bir değer biçme ve yaşama tarzı; aşkın varlığa isteyerek bağlanma, birtakım şeyleri duyma, onlara inanma ve onlara uygun iradi faaliyette bulunma olgusu; inancın gerektirdiği düşünce ve uygulamaların bütünüdür (Arslantürk, 1998, s. 44).

Evrensellik iddiası ve en eski uluslar ötesi (supranasyonal veya transnasyonal) hareket olma özellikleri itibarıyla dinler de (Rudolph, 1997) dinî bilgi ve mesajlarını kitle iletişim araçlarını ve medyayı kullanarak bir taraftan kendi taraftarlarına daha etkin bir şekilde ulaştırmaya, diğer yandan da sahiplendikleri evrensel mesajı diğer insanlara iletmeye başlamışlardır. Öyle ki Johannes Guttenberg'in (1398-1468) matbaasında ilk basılan kitap, İncil olmuştur (Küçükcan, 2006; Bloom, 2003, s. 16). 1455 yılında Almanya'nın Mainz kentinde Latince olarak basılan bu İncil, her sayfası 42 satırlık 2 sütundan oluşan 10 bölüm halinde, 643 yapraktan ibarettir. Öte yandan 24 Aralık 1906 yılında bir Noel gecesi dünyanın ilk radyo yayını, Amerikalı Reginald Aubrey Fessenden (1866-1932) tarafından dinî bir ayinin ve İncil'den okunan pasajların yayını ile başlamıştır (O'

Neal, 2006; 2014).

Dinler; geçmişten günümüze geniş kitlelere mesajlarını iletebilmek için her çağın gelişen ve değişen teknolojik imkânından yararlanmış, dinî söylem, telkin, propaganda ve dinî öğreti açısından bireysel ve toplumsal hayatında derin etkiler oluşturmuştur. Nesilden nesile aktarılan dinî metinler, söz olarak başladığı yolculuğunda önce harflerle yazılmış, baskı makinelerinde basılmış, radyo yayınları ile evlere sesini ulaştırmış, televizyon ile görüntüsünü izleyiciye aktarmış, bilgisayar ile yazı ve sesi birleştirmiş, internette bütün geçmişi ile birlikte muhataplarına ulaşmış, son olarak da mobil cihazlarda yerini alarak kullanıcıyla buluşmuştur (Vardi, 2012, s. 87).

Mobil uygulamalar da dinler açısından büyük önem kazanmış, metin, görsel ve işitsel özelliklerinin yanı sıra interaktivitesiyle dinlere geleneksel medyanın sunamadığı bir çok imkanı sağlamış, sadece bilgi vermeyip, kendi mensuplarını eğitmeyi, sanal cemaatler oluşturmayı ve ilgili dinin mesajlarını diğer inanç ve din mensuplarına iletmeyi hedeflemiştir (İslam, İslam, & Mazumder, 2014, s. 72-78).

Teknolojik yenilikleri ve sosyal değişimleri takip eden dinî liderler, gruplar ve topluluklar bu değişimlerin gerisinde kalmamak için bugün de çaba göstermektedir. Kitle iletişim araçları ve medya organlarının sağladığı yeni imkanlardan yararlanarak, mesajlarını küresel ölçekte iletme çabasında olan dinler, başta internet olmak üzere elektronik ve dijital ortamın sunduğu fırsatları da değerlendirerek yeni atılımlar gerçekleştirmektedir. Artık görsel ve işitsel sanal dinî yayınlar yapılmakta, sanal camiler, kiliseler ve havralar açılmakta, sanal fetvalar ve sanal günah çıkarma imkanları sunulmakta, dinlerin kutsal metinleri milyonlarca insanın erişebileceği şekilde

sanal ortama aktarılmaktadır (Küçükcan, 2004, s. 213,227, Ayrıca bkz. Subaşı, 2001; Haberli, 2014.)

Mobil Uygulamalar ve Önemi

Teknolojik ürün ve gelişmeler, iletişim ve bilgi teknolojilerinden endüstriye kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Bunlardan birisi olan ve kullanım alanları gittikçe artan tablet ve akıllı telefon (smartphone) gibi mobil cihazlar ve bu cihazlarda yer alan mobil uygulamalar, toplumsal hayatımıza hızlı bir giriş yapmış, pek çok yenilikleri de beraberinde getirmiştir (Uysal, 2010, s. 484).

Mobil cihazlar; 3G, Wi-Fi, GPS gibi teknolojileri destekleyerek, hızlı internet erişimi, ücretsiz iletişim programları ve sosyal medya ağlarına anında bağlanma imkanı sağlamakta, sahip oldukları büyük dokunmatik ekranlar ve sensörler sayesinde gerek internette sörf yaparken, oyun oynarken gerekse mobil programlar kullanırken kolaylık sunmaktadır. Artık müzik dinlemek için mp3 çalar, oyun oynamak için taşınabilir oyun konsolu, internete bağlanmak için dizüstü bilgisayar taşımak yerine, akıllı bir cihaz yetmektedir. Ayrıca bu akıllı cihazlardaki gelişmeler hızla ilerlemektedir. Cihazların işlemci ve bellek büyüklükleri artarken, sahip oldukları işletim sistemleri yenilenmekte, üzerinde çalışan uygulamaların sayısı ise günden güne artmaktadır (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2012, s. 259).

Nitekim Dünya Mobil Uygulama Market Raporu'na göre hızla büyüyen ve 2010 yılında 6,8 milyar dolar olan küresel mobil uygulama pazarının 2015'te 25 milyar dolar olması beklenmektedir (marketsandmarkets.com, 2010).

Ayrıca dünyanın önde gelen araştırma şirketlerinden Gartner'a göre 2010 yılında 64 milyar olan indirilen uygulama sayısının 2017'

ye gelindiğinde 300 milyara ulaşacağı öngörülmektedir (Stamford, 2013). Ayrıca mobil analiz firması GSMA Intelligence; günümüzde kullanılan cihaz sayısının 7,3 milyarı geçtiğini belirtmekte, dünya nüfusunun yüzde 20'sinin kişisel bilgisayar sahibi olurken, yüzde 22'sinin akıllı telefon ve yüzde 6'sının da tablet bilgisayar cihazları olduğunu ifade etmektedir.

Görülen odur ki, dünya çapında kullanımda yaklaşık 1,5 milyar akıllı telefon bulunmakta ve bu sayı her geçen gün büyümekte, kişisel bilgisayarlar yerini artık akıllı telefonlara bırakmakta, haliyle mobil uygulamalara olan ilgi de büyük oranda artmaktadır (connectdivvaki.com, 2014; www.gsmamobileeconomy.com).

Mobil teknolojiler gün geçtikçe daha vazgeçilmez bir nitelik kazanmaktadır. Özellikle uygulama marketlerinin kullanıcılarına sundukları uygulama seçenekleri; bu teknolojilerin vazgeçilmezliğini perçinlemektedir. Hayatı kolaylaştıran, merak edilen konularda bilgi sunan, eğlendiren, yeni beceriler kazanılmasına ve kişinin kendini geliştirmesine imkan sağlayan uygulamalar, uygulama marketleri altında sunulmaktadır. Nitekim önde gelen cihaz üreticilerinden Apple'in Apple Store (50 milyarın üzerinde uygulama indirme, 1 milyonun üzerinde uygulama); Google'in Android Play (1,5 milyonun üzerinde uygulama) ; Microsoft'un Windows Store (20.000'i aşkın uygulama) gibi büyük yatırımlara girmesi bu pazarın büyüklüğünü ve önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Mobil uygulamaların yaygınlaşması ve buna bağlı olarak da mobil cihazların hayatın her alanına dâhil olmasıyla birlikte sosyal hayatımız, toplumsal ilişkilerimiz, habere ulaşma biçimlerimiz, günlük yaşam pratiklerimiz, dünya ve çevre ile kurduğumuz iletişim bütünüyle yeni teknolojik araçların imkânları çerçevesinde şekillenmek-

tedir. Kısaca bu durum insanın sosyalleşme sürecini de etkilemektedir (Aktaş & Çaycı, 2013) . Nitekim ünlü iletişim kuramcısı Marshall McLuhan (1991-1980) *“Teknolojiler yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir, insanları yeniden icat eden araçlardır.”* diyerek araçların insanı şekillendirdiğini belirtmektedir (Altay, 2005, s. 16) .

Hiç şüphesiz bu değişimin ve şekillenmenin bir örneğini de dinî mobil uygulamalarda görmek mümkündür.

Mobil Platform ve Dinî Uygulamalar

Dinî iletişim; internetin yanı sıra mobil uygulamalarla birlikte sınırsız kitleye ulaşma imkanına kavuşmuştur. Öyle ki mobil uygulamalar; kolay taşınabilir, rahat erişim, basit kullanım, yoğun dijital ve interaktif içerikleri sayesinde dinî bilgiye ulaşmada en pratik yöntem olmuştur.

Mobil Cihazlar; insanların dinin inanç, ibadet, bilgi ve ahlak boyutlarını tecrübe etme imkanı bağlamında önemli bir araç haline gelmiştir. Öyle ki dinî kimliği bulunan bütün kişi, kurum ve kuruluşlar mobil cihazları “dine hizmet” bağlamında değerlendiriyor; dinî bilgi öğrenmek, kutsal gün ve geceleri kutlamaya yönelik mesajlar göndermek, dinî kitap ve makaleler hakkında detaylı bilgi edinmek, dinî bilgi ve duygu paylaşımında bulunmak, dinî konulardaki sorularına cevap bulmak, dinlere ait gelenek ve inançları tanımak, dinî içerikli logo ve müziklere ulaşmak, dinî mekanları sanal ortamda da olsa ziyaret etmek için yine mobil platformları kullanıyorlar. Özellikle bu platformlarda yer alan dinî içerikli uygulamalar; kullanıcılarını dinî hizmet hakkında bilgi edinmeye, dinî organizasyonlara katılmaya teşvik ediyor, ayrıca onlara fiziksel ortamda gerçekleştirilen kutsal metin okuma, dinî tören ve ayinler ile ibadet, meditasyon, dua et-

me/isteme/komünyon²⁵ ve Puja²⁶ gibi bir kısım dinî ritüelleri zaman ve mekana bağlı kalmaksızın mobil ortamda tecrübe etme imkanı da tanıyor²⁷.

Günümüzde neredeyse bütün inanç sistemleri mobil ortamda temsil edilmektedir. Dinlerin bu temsil yelpazesi, Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet gibi semavi dinlerden başlayıp, Hinduizm ve Budizm gibi uzak doğu dinlerinden marjinal dinî gruplara kadar uzanmaktadır. Bu temsil çeşitliliği sonucunda, günümüzde dinî mobil uygulamaların sayısı hızla artmıştır.

Öyle ki artık çeşitli din mensupları, kutsal metin okumak, dua etmek, ibadet vakitlerini görmek ve hatta favori ilahiler bulmak ve bilfiil bağış yapmak için mobil uygulamalara yönelmektedir. (Kellner, 2014).

²⁵ Komünyon: Evharistiya, Rabbin Akşam Yemeği veya Ekmek-Şarap Ayini olarak da bilinmektedir. Şükretmek anlamına gelen bu ayin, Hristiyan inanç ve ibadeti- nin temelini oluşturan sakramentlerin en önemlilerindendir. Çarmıha gerilme- den önce İsa'nın havarilerle yediği son akşam yemeğinin hatırasdır Hristiyanlar bu ayini bir çeşit kurban olarak görürler. Bugün de kiliselerde yapılan bu ayinde verilen ekmek ve şarap kurban niteliğindedir. İsa, çarmıhta kendini kurban ettiği için şarap onun kanını, ekmek ise bedenini temsil etmektedir. Hristiyanlar bu a- yini yapmakla bir nevi kurban edilen İsa'nın bedeniyile bütünleşmiş olurlar. Hristiyanlarca çok erken dönemlerden itibaren düzenli olarak yapılan bu ayin, Katoliklerce her gün tekrar edilmektedir. Buna karşın Ortodokslar, Pazar ve bay- ram günleri, Protestanlar ise ayda bir veya yılda dört defa kutlamaktadır. (Bkz. Sarıkçıoğlu, 2000, s. 306-307; Tümer&Küçük, 2002, s. 297)

²⁶ Hinduizm'de tanrıyı temsil eden sembol ve suretler önünde bir takım hareketler yaparak saygı sunma. (Sarıkçıoğlu, a.g.e, s.162.)

²⁷ Dinlerarası bir perspektifle Sanal ritüeller hakkında yapılan kapsamlı çalışmalar için bkz. (Taher, 2006 ; Mohamed Taher, Cyber Worship in Multifaitth Perspectives, The Scarecrow Press, Maryland, 2006; Haberli, Dini Tecrübe Aracı Olarak Sanal Ritüeller, 2013; Jeffrey & Duuglas, 2000, p. S.9)

Kutsal metinleri günlük hayatın bir parçası haline getirmeye yönelik bu uygulamalar “Tanrı’nın sözü yanınızda...” sloganıyla revaç bulmuş, pratik ve kolay kullanımı nedeniyle kullanıcılar tarafından da benimsenmiştir.

Mobil platformlarda kutsal metinlere erişim, meditasyon, anında dua hatırlatmaları almaya yönelik uygulamaların yanı sıra, helal gıda ile hizmet veren en yakın restoranları bulmaya yönelik İslami uygulamalar da (E-Halal, Zabihah vb.) bulunmaktadır.

Amerikalı gazeteci yazar, Cathleen Falsani bir makalesinde, Apple uygulamalarında yer alan birçok dinî uygulama olduğunu belirterek bu uygulamaların, 5 dolardan daha az ve hatta çoğunun ücretsiz uygulamalar olduğunu ifade eder ve bunlardan örnekler sunar (Falsani, 2014).

Edinburg Üniversitesi’nde akademisyen olan ve “Yeni Medya, Din ve Dijital Kültür” alanlarında çalışmaları bulunan Doç. Dr. Heidi Campbell bir makalesinde; Texas A & M Üniversitesi’nde Brian Altenhofen, Wendi Bellar ve James Cho’dan oluşan bir araştırma grubunca App Store’da, İslamiyet, Hristiyanlık, Yahudilik, Budizm ve Hinduizm’le ilgili 451 dinî mobil uygulama üzerine bir araştırma yapıldığını ve bunların 11 ortak kategoride oluştuğunu gözlemlediklerini kaydetmekte, bu kategorileri de şöyle sıralamaktadır:

Dua, Meditasyon, Ritüel, Kutsal Metinler, Mistisizm, Din Hizmetleri, Dinî Sosyal Medya, Dinî Oyunlar, Dinî Bilgelik ve Liderler, Dinî Medya Satış Mağazası, Çocuklar için Dinî Uygulamalar.

Bu araştırmanın da Itunes üzerinde “Din (Hristiyanlık, İslamiyet ve Yahudilik gibi)”, “maneviyat”, “dinî uygulamalar”, “uygulamalar ve din” ve “özel dinî gelenekler” kavramları üzerinden yapıldığını belirten Campbell, Apple Store’de yer alan ve en yaygın olan “Yaşam

Tarzi", "Referans", "Eğitim", "Eğlence", "Kitaplar", "Oyunlar", "Müzik" ve diğer kategoriler baz alınarak arama yapıldığını ve App Store'in günlük alışkanlıkları ve yaşam seçenekleriyle ilgili uygulama işlevleri açıklayan ve geniş kapsamlı olarak hizmet sunan dinî ritüeller, sosyal medya ve aile planlaması gibi uygulamaları içeren, "Yaşam Tarzi" kategorisinde 101; Din konusunda rehberlik ve eğitim uygulamalarını içeren "Eğitim" kategorisinde 92; Kutsal dinî metinleri referans alan kitapların bulunduğu "Kitaplar" kategorisinde 59; Dinî bilgi yarışmalar ile, dijital oyunların bulunduğu "Oyun" kategorisinde 17; İlahilerin, dinî müziklerin yer aldığı "Müzik" kategorisinde 13; kullanıcıların dua, meditasyon vb. dinî pratiklerine yardımcı olmak, amacıyla sunulan "Kamu Hizmetleri" kategorisinde 48; çocukların TV kanallarına erişimini sağlamak amacıyla "Eğlence" kategorisinde 21; diğer kategorilerde ise toplam 100 uygulamanın incelendiğini kaydetmektedir.

Sonuç olarak da iTunes'ta Hristiyanlık ve İslamiyet ile ilgili uygulamaların daha yoğun olduğunun gözlemlendiğini, Temmuz 2013'te yapılan bu araştırmada, arama kısmında "İslam" yazıldığında 3.062 uygulama; Hristiyanlık yazıldığında 4.180 uygulamanın geldiğini, "Yahudilik", 215, "Budizm" 369 ve "Hinduizm" de 91 uygulama gözüktüğünü belirtmektedir (Campbell, 2014, s. 169).

Hristiyan dünyası içerisinde başta Katolik, Ortodoks ve Protestanlık olmak üzere çeşitli mezhep ve cemaatlerce oluşturulan ve en yaygın olan dinî uygulamaların; İncil okumaları, kutsal metin yorumları, dua, vaazlar, e-Kitap, bağış, günah çıkarma (confession), çocuklar için dinî hikayeler, radyo, oyunlar, forum ve tartışma blogları, dinî mesaj ve duaları paylaşmaya yönelik mesaj ve kartpostal oluşturma uygulamaları, ilahiler ile önemli kutsal günleri içeren takvim-

lerden oluştuğu görülmektedir. Söz konusu uygulamaların başta İngilizce, Almanca, Fransızca ve Rusça olmak üzere birçok yabancı dilde de yayımlandığı gözükmemektedir²⁸.

Hristiyanlık; mesajının yayımlanmasına yönelik Roma Katolik Kilisesi (Vatikan) tamamen kendi kurumsal sunumunu yapmak ve kullanıcıların Katolik mezhebi hakkında bilgi edinmelerini sağlamak amacıyla “Vatican.va” adlı İtalyanca bir uygulama geliştirmiştir. Uygulamada papalara ait eski vaaz metinleri, Papa tarafından yayımlanan mesajlar, yapılan ziyaretler yer almaktadır.

Hristiyanlığın en yaygın mobil uygulamaları arasında; birçok dile çevrilen, okuma ve dinleme seçenekleri bulunan “YouVersion” adlı İncil Okuma uygulaması ile görünüşte adeta bir fast-food din gibi gözüken, çeşitli vaazlardan oluşan, günlük İncil okumalarını ve dua metinlerini içeren “Kilise cebinizde” (Church in Your Pocket) adlı bir uygulama bulunmaktadır. Görülen o ki; kilisenin insanları kendisine getirmekte zorlandığı bir dünyada, mobil uygulamalar insanlara kiliseyi getirmektedir.

Mormon kilisesi olarak bilinen LDS (Latter-day Saints)²⁹ için, üst düzey mobil danışmanlığı yapan Clint Bishop'a göre (Lawson,

²⁸ <http://christianiphoneapps.com>; <http://christianmobileapps.com>; <http://singleroots.com/best-phone-apps-for-christians-10-were-digging-right-now>, 2014; Symonds, *Top 12 mobile apps and resources for Christians*, 2010.

²⁹ “Joseph Smith (1805-1845) tarafından 1830'da New York'ta kurulmuş dinî bir hareketin mensuplarına verilen addır.

Dünya çapında yoğun bir misyonerlik gayreti içinde olan Mormonluk, “Son Gün Azizleri İsa’sının Kilisesi” olarak da bilinmektedir. Hristiyanlığa bağlı bir hareket olarak ortaya çıkmış ve zamanla bağımsız bir din görünümünü kazanmıştır. (Bkz. Tümer- Küçük, *a.g.e.* s. 294-295; Mehmet Aydın, “Hristiyanlık”, DİA, XVII, 357); Ayrıca geniş Bilgi için bkz. Aktay, 2004).

2014; Kellner, 2014)

“Uygulamaların nasıl kullanıldığı bir anahtardır. Hedef, insanları Tanrı’ya daha da yakınlaştırmaktır. Kilisenin uygulamaları milyonlarca kez indirilmiştir. Ama öncelikle biz uygulamaların ne sıklıkla kullanıldığını, onu kullanırken ne kadar zaman harcadığını, uygulamaların üyelerin hayatlarında nasıl yankı bulduğunu incelemekteyiz.”

Bishop’un bu açıklamaları, Hristiyanlıkta da mobil uygulamalara son derece önem verildiğini ve bu uygulamaların dinî faaliyetlerin yürütüldüğü birer alan haline geldiğini, dinî iletilerin kitlelere ulaştırılmasına yönelik her türlü kitle aratışım araçlarının rahatlıkla kullanılabildiğini göstermektedir.

Yahudilik te ise en yaygın uygulamaların başında Yahudiliğin kutsal metinlerinden oluşan ve uygulama marketlerinde “Torah”, “Tanach” vb. uygulamalarla yer alan Tevrat; dünyadaki sinagogları içeren harita uygulamasının ve sinagog tanıtımlarının yer aldığı Minyan2Go, App Annie vb. uygulamalar ile dua, tanışma ve forumlar, radyo ve TV, dinî ritüeller, Yahudilikte önemli bir yeri olan “Şukat”, “Şavuat”, “Hanuka”, “Purim”, ve Fısıh” gibi milli ve dinî bayramlar, bu bayramların yaklaşan tarihleri, koşer³⁰ olarak isimlendirilen helal gıdalar, dinî semboller yer almaktadır³¹.

İslamiyet’ te ise en yaygın uygulamaların, Kur’an-ı Kerim, hadis -i şerif, namaz vakitleri, dua, hac ve umre, dinî kitaplar, kible bulucu

³⁰ Kosher (Geniş bilgi için bkz. Ali Osman Kurt, “Yahudilikte Koşer ve Koşer Ekonomisi”, 2010)

³¹ Kapsamlı liste için bkz. <http://jewishiphonecommunity.org>; Miller, <http://thejewishweek.com/blogs/jewish-techs/what-are-top-jewish-apps>, 2012)

vb. konularda olduğu gözlemlenmektedir³².

Apple cihazlarının kullandığı App Store'un ücretsiz kitaplar kategorisinde ilk 20'nin yarısı İslami içerikli uygulamalardan oluşmakta, 'Eğitim' kategorisinde de İslami uygulamaların egemenliği bariz olarak gözükmemektedir. Nitekim e-kitaplar alanının en çok indirilen uygulaması "Holy Qur'an" yani mobil Kur'an-ı Kerim; yaşam tarzı kategorisinde ise Diyanet İşleri Başkanlığı'nın bulunulan yer için namaz saatlerini gösteren Namaz Vakitleri uygulaması (<http://mobiluygulama.diyaret.gov.tr>) 1,5 milyonun üzerinde bir sayıyla en çok indirilenler arasındadır. Ayrıca navigasyon kategorisi listesinde de "Qible Finder" ve "Find Mecca" gibi kıbleyi gösteren uygulamalar dikkat çekmektedir. Referans alanında da nerdeyse hepsi İslamî uygulamalarla doludur: "iQuran", "iHadith", "99 Names of Allah", "Quran Reader", "Quran Explorer" ve daha niceleri...

Mobil platformlarda yer alan dinî uygulamalar arasında çocuklara yönelik uygulamalar da dikkat çekmektedir. Nitekim Mobil reklam ölçümlemesi ve uygulama analitiği platformu adjust, okul mevsimi başlamadan önce 20 Ağustos 2014'te yayımladığı "Okula Dönüş" adlı raporunda (www.adjust.com) çocuklar için yapılmış uygulamalara ilişkin ilginç veriler sunmaktadır. Buna göre ; Apple App Store'da 80.203 tane uygulama çocuk kategorisine girmekte ki bu iOS uygulamalarının %6.2'sine tekabül etmektedir. Mağazadaki toplam uygulama sayısı 1.299.049 olup çocuk kategorisine tür bazından bakıldığında bunun yalnızca %60'lık kısmının eğitici olarak etiketlendiği, geri kalan uygulamaların neredeyse yarısının (%46.5) o-

³² Bkz. <http://orbitislam.com/islamic-apps-for-android>; <http://orbitislam.com/islamic-apps-for-windows>; <http://islamicapp.com/webislamicplus/web>

yunlardan oluştuğu görülmektedir. Çocukların ev ödevlerine yardımcı nitelikteki uygulama sayısı ise 2.069'tur.

App Store ve Google Play gibi iki dev uygulama marketinde yer alan uygulamalar incelendiğinde; ağırlıklı olarak öne çıkan ve tercih edilen uygulamaların başında yabancı dil öğrenimini destekleyen uygulamalar ve çocuklara yönelik etkinlikler içeren uygulamaların geldiği görülmektedir. Nitekim apple uygulamalara dil açısından bakıldığında, uygulamaların 79.109'unun (%98'inden fazlası) İngilizce, 5.092'sinin ise Türkçe olduğu görülmektedir.

Uygulama marketlerinde yer alan çocuklara yönelik uygulamalar arasında önemli bir bölüm teşkil eden uygulamalardan biri de dinî içerikli uygulamalardır. Kutsal metinlerden pasajlar ile dinî hikayeler ve oyunlardan oluşan ve zengin görsel içeriklerle tasarlanan bu uygulamalar, çocukların dikkatini çekmekte ve bu kapsamda marketlerde yerini alan uygulamalar eğlendirirken öğretme prensibiyle çocuklara temel dinî bilgileri sunmaktadır. Uygulamalara genel olarak bakıldığında; çocuklara dinin tanıtılması ve kavratılması ile çocuklar tarafından bunun içselleştirilmesinin hedeflendiği görülmektedir.

Nitekim İslamî uygulamalarda yer alan Kur'an öğrenme, duaları ezberleme, abdest alıp namaz kılmayı öğretmeye yönelik uygulamalar da çocuklara dinin tanıtılması ve sevdirelmesi amacına yöneliktir. Diyanet İşleri Başkanlığı'nın mobil platformlarda yerini alan "Kur'an'dan Sureler", "Hikayelerle Ayetler", "Hikayelerle Hadisler" ve zenginleştirilmiş e-dergi içeriğiyle "Diyanet Çocuk Dergisi" uygulamaları da buna yönelik birer çalışma niteliğindedir. (mobiluygulama.diyamet.gov.tr)

Şüphesiz mobil uygulamaların kullanımının yaygınlaşması, sunulan dinî bilgi ve hizmetlerin nitelik ve nicelik bakımından kalitesinin artmasını ve geniş kitlelere ulaşmasını da sağlamıştır. Bireyin zararlı alışkanlık ve davranışlardan korunması, dinin tanıtılması, dinî bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaştırılması için mobil platform imkânları yaygın olarak kullanılmaktadır.

Dinî bilgiye ulaşmada büyük imkanlar sunan mobil uygulamalara kullanıcı bazlı bakıldığında; yorumlarda genel bir memnuniyet gözükmemektedir. Öyle ki kullanıcılar bu memnuniyetini “Allah razı olsun”, “Rab aramızda”, “Tanrı sözünü mükemmel sunan bir program...” gibi sözlerle ifade etmektedir.

Dinî içeriklere sahip mobil uygulamaların kullanımının giderek yaygınlaşması, dinî bilgi, etkileşim, haberleşme açısından önemli bir iletişim aracı haline gelmesi nedeniyle uygulamada yer alan dinî içerikli bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği de önem arz etmektedir.

Görsel ve işitsel teknolojilerin gelişim süreciyle beraber bilginin ulaşımı ve dağıtımı kolaylaşmıştır. Ancak bu gelişim süreci bilginin sunulması problemini de tartışılır hale getirmiştir. Özellikle dinî sorulara ilişkin çözümler, kafa karışıklığına sebebiyet veren, dinî kaynaklara ve literatüre aykırı bilgilerin takdimi, modern zaman insanlarının problemlerinden biri olmuştur.

Resmi kurumlarca hazırlanan dinî uygulamaların nitelik ve niceliklerinin yetersizliği, dinî bilgi içeren uygulamaların kontrol edilememesi sebebiyle artan hatalı, tutarsız, taraflı ve bütünlük arz etmeyen, radikal ve ideolojik bilgi sunan uygulamalar; dinî bilginin yanlış ve eksik iletilmesini de beraberinde sağlamıştır.

SONUÇ

Tarihin bütün devirlerinde ve bütün toplumlarda daima kendisiyle karşılaşılacak evrensel bir olgu olan Din, iletişim alanındaki gelişen ve değişen iletişim araçlarını kullanarak iletilerini muhataplarına iletmekte ve iletişim araçları da, dinî iletinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

Din; iletişim araçlarının sunduğu imkanları zamanına ve yerine göre değişik formlarda kullanmaktadır.

Dinî içeriklerin dijitalleşmesi sürecinin günümüzdeki en yaygın biçimlerinden biri olan mobil platform da dinî iletinin sınırsız kitleye hızlı bir şekilde iletildiği ve hakikatin ilan edildiği yeni bir alan olup bu alanın; bilgilenme, tanıtım, eğitim, bilgi alışverişi, kitap okuma, kaynak eserlere ulaşma, eğlence, ibadet uygulamalarını öğrenme, dinî soru ve problemlere cevap arama gibi konularda dinî iletişimi sağlamakta gayet başarılı olduğu söylenebilir.

Dindarlık, mobil ortamdaki görsel-işitsel interaktif dinî aktiviteleri yerine getirme ve maneviyatı yükselten dua etme, kutsal mekânları ziyaret etme gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesini de içermiştir.

Bu kapsamda internetin yanı sıra mobil ortamda da varlık göstermeye başlayan dinî gelenekler, kendilerini temsil eden mobil uygulamalar aracılığıyla vizyon ve misyonlarını kitlelere ulaştırma im-

kanı elde etmişlerdir. Ancak ne var ki dinî uygulamalarda meydana gelen dinî literatüre aykırı, tutarsız bilgiler de; din konusunda sağlıklı bir bilgi alanı oluşturulmasına, dinin mesajının doğru kavranmasına, dinin ana kaynaklarının ve sahih bilgisinin doğru anlaşılmasına engel olmaktadır.

Bu itibarla; dinî mesajların iletilmesi ve geniş kitlelere ulaştırılması kadar, toplumun din konusunda ana kaynaklara dayalı tutarlı, sahih ve doğru bilgi ile aydınlatılması da o kadar önemlidir.

KAYNAKÇA

Aktaş, C., & Çaycı, B. (2013). Yeni Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin Sosyal Hayattaki Rolü. *1st International Symposium on Media Studies*. erişim tarihi: Aralık 14, 2014 <https://www.academia.edu/5175989> adresinden alındı

Aktay, Y. (2004). Mormonluk: Amerika'nın Ahir Zamanının Dini ve Azizleri. *Milel ve Nihal*, 1(2), 95-125.

Altay, D. (2005). Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan. N. Rigel, G. Yücedoğan, & B. Çoban (Dü) içinde, *21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar: Kadife Karanlık* (s. 1-73). İstanbul: Su Yayınevi.

Arslantürk, Z. (1998). *Kutsalın Dönüşü Yeni Toplum Arayışları*. İstanbul: Ayışığı Kitapları.

Aydın, M. (1998). Hristiyanlık. *İslam Ansiklopedisi (DİA)*, 17, 353-358.

Berger, P. L. (2002). "Sekülerizmin Gerilemesi". A. Köse içinde, *Sekülerizm Sorgulanıyor : 21. Yüzyılda Dinin Geleneği* (s. 11-32). İstanbul: Ufuk Kitapları.

Bloom, J. M. (2003). *Kâğıda İşlenen Uygarlık: Kâğıdın Tarihi ve İslam Dünyasına Etkisi*. (Z. Kılıç, Çev.) İstanbul: Kitap Yayınevi.

Campbell, H. (2014, May). There's a religious app for that! A framework for studying religious mobile applications. *Mobile Media & Communication*, 154-172.

Falsani, C. (2014). *Need Religion? There's An App For That*. Aralık 17, 2014 tarihinde http://www.huffingtonpost.com/cathleen-falsani/need-religion-theres-an-a_b_789423.html. adresinden alındı

Haberli, M. (2013). Dini Tecrübe Aracı Olarak Sanal Ritüeller. *Akademik Araştırmalar Dergisi*(57), 17-36.

Haberli, M. (2013). Dinlerin İnternet Ortamındaki Temsili ve Dağılımı. *The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS)*, 6(1), 859-873.

Haberli, M. (2014). *Sanal Din: Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım Kitap.

<http://christianiphoneapps.com>. erişim tarihi: Aralık 20, 2014

<http://christianmobileapps.com>. erişim tarihi: Aralık 20, 2014

<http://connectedvivaki.com/dunya-genelinde-internet-kullanimi-infografik>. erişim tarihi: 2014, Ağustos 29

http://gsmamobileeconomy.com/GSMA_ME_Report_2014_R2_WEB.pdf.

<http://islamicapp.com/webislamicplus/web> erişim tarihi: Aralık 14, 2014

<http://jewishiphonecommunity.org> erişim tarihi: Aralık 18, 2014

<http://marketsandmarkets.com/PressReleases/mobile-applications-market.asp>. (2010, Ağustos). erişim tarihi: Aralık 16, 2014 <http://www.marketsandmarkets.com/PressReleases/mobile-applications-market.asp>. adresinden alındı

<http://mobiluygulama.diyenet.gov.tr>

<http://orbitislam.com/islamic-apps-for-android>. erişim tarihi: Aralık 12, 2014

<http://orbitislam.com/islamic-apps-for-windows>. erişim tarihi: Aralık 12, 2014

<http://singleroots.com/best-phone-apps-for-christians-10-were-digging-right-now>. erişim tarihi: 2014, Ocak 29.

<http://www.ohio.edu/people/postr/MRT/Cmas1906.htm>. erişim tarihi: 2014, 12 20. <http://www.ohio.edu> adresinden alındı

<https://www.adjust.com/assets/downloads/back-to-school-media-2014-adjust.pdf>.

Islam, R., Islam, R., & Mazumder, T. A. (2014). *Mobile Application and Its Global Impact*. Retrieved 12 12, 2014, from <http://www.ijens.org/107506-0909%20ijet-ijens.pdf>: <http://www.ijens.org>

Jeffrey, K. H., & Duuglas, E. C. (2000). *Religion On The Internet: Research Prospects And Promises*. New York: Elsevier Science Press.

Kellner, M. A. (2014). erişim tarihi: 12 10, 2014 <http://national.deseretnews.com/article/1573/Seeking-God-Theres-an-app-for-that.html>. adresinden alındı

Küçükcan, B. (2006). Dünden Bugüne Matbaanın Serüveni. *Milli Kütüphanemizin İlk Yöneticisi Leman Şenalp'e Armağan* (s. 158-172). içinde İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi. Aralık 20, 2014 tarihinde <http://eprints.rclis.org/8770/> adresinden alındı

Küçükcan, T. (2004). Dini Yayıncılıkta İnternet, Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler. *II. Uluslar Arası Dini Yayıncılık Kongresi, Tebliğler-Müzakereler* (s. 211-220). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

Küçükcan, T. (2005). Modernleşme ve Sekülerleşme Kuramları Bağlamında Din, Toplumsal Değişme ve İslâm Dünyası. *İslam Araştırmaları Dergisi*, 109-128.

Kurt, A. O. (2010). Yahudilikte Koşer ve Koşer Ekonomisi. *Cumhuriyet Üniv. İlahiyat Fak. Dergisi*, 14(2), 103-149.

Lawson, S. (2014). *While most eye mobile for the bottom line, the Mormon church has higher goals*. Retrieved Aralık 09, 2014, from <http://www.pcworld.com/article/2846592>.

Miller, R. J. (2012). <http://thejewishweek.com/blogs/jewish-techs/what-are-top-jewish-apps>.

O'Neal, J. E. (2006). *Fessenden: World's First Broadcaster?* <http://www.radioworld.com>: <http://www.radioworld.com/article/fessenden-world39s-first-broadcaster/15157> adresinden alındı

Rudolph, S. H. (1997). Introduction: Religion, States and Transnational Civil Society. In S. Rudolph, & J. Piscatori, *Transnational Religion Fading States* (pp. 1-23). Boulder, CO: Westview Press.

Sarıkcıoğlu, E. (2000). *Başlangıcından Günümüze Dinler Tarihi*. Isparta: Fakülte Kitabevi.

Stamford, C. (2013). [Http://gartner.com/newsroom/id/2592315](http://gartner.com/newsroom/id/2592315).

Subaşı, N. (2001). Sanal Cemaat Örüntüleri. *Bilişim Toplumuna Giderken: Sosyoloji ve Hukukta Etkiler Sempozyumu* (s. 105-112). Ankara: Türkiye Bilişim Derneği.

Symonds, K. (2010). <http://fervr.net/entertainment/top-12-mobile-apps-and-resources-for-christians-1-6>.

Taher, M. (2006). *Cyber Worship in Multifaith Perspectives*. Maryland: The Scarecrow Press.

TBMM Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler ile Internet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Yapısı Üzerinde Olmak Üzere Sosyal Etkilerinin Araştırılması Amacıyla Kurulan Araştırma Komisyonu Raporu. (2012, Haziran). 12.12.2014 tarihinde <http://www.tbmm.gov.tr>: <http://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem24/yil01/ss381.pdf> adresinden alındı

Tümer, G., & Küçük, A. (2002). *Dinler Tarihi*. Ankara: Ocak Yayınları.

Uysal, M. P. (2010). E-Öğrenmeden Mobil Öğrenmeye Teknoloji Yol Haritası". G. T. YAMAMOTO, U. Demiray, & M. Kesim içinde, *Türkiye'de E-Öğrenme: Gelişmeler ve Uygulamalar* (s. 481-495). Ankara: Anadolu Üniversitesi.

Vardi, R. (2012). *İnternet ve İslam: Din Sosyolojisi Açısından Dini Siteler Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniv. Sosyal Bilimler Enst.Doktora Tezi.

DİJİTALLEŞEN DİN VE DİYANET

Mustafa Çuhadar

GİRİŞ

Gazete, radyo, televizyon, internet ve mobil teknolojiler, hayatımızın bütünüyle iletişim aygıtlarıyla çevrelenmiş bir bütüne dönüşmesinin önünü açmakta, bireyin ve toplumun olduğu kadar kurum, kuruluş ve organizasyonların da bu süreçten kaçınması, geri durması mümkün görünmemektedir. Dini organizasyonlar söz konusu olduğundaysa, iletişim araçları ve iletişim etkinliğinin önemi daha fazla ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, dini organizasyonların iletişim faaliyetlerinin başında gelen internette, hangi tür iletişim sürecinin belirgin olduğunu tespit etmek gerekmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk kurumlarından biri olan ve 1997 yılından bu tarafa "*din konusunda toplumu aydınlatma*" görevi çerçevesinde interneti kullanan Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)'nin web sitesi www.diyamet.gov.tr ele alınmaktadır. Çalışmayla, mezkur sitenin hangi tür iletişim faaliyetine olanak tanıdığını tespit etmek amaçlanmaktadır. İnceleme Chistopher Helland'ın kuramsal çalışması *religion online* ve *online religion* ayrımı çerçevesinde yapılmakta, web sitesinin Türkçe yayın yapan sayfası araştırmaya dahil edilmektedir.

DİJİTALLEŞEN DİN

Din kavramı, farklı dinsel geleneklerde etimolojik düzeyde farklılık göstermekle birlikte Türkçede kullanılan “din” kelimesi Arapça kökenli olup birçok kavrama (ceza, hüküm, teslimiyet, ibadet, üstün gelme, hâkimiyet, gelenek, yol, kanun ve millet) vurgu yapan bir anlam zenginliğine sahiptir. Bu anlamlardan hareketle din, yaratıcı, hâkim olan, hesaba çeken ve insanlara ceza ve mükâfat veren Allah’a insanların hem bireysel hem de toplumsal olarak boyun eğmesi, teslim olması, ibadet etmesi sonucu ortaya çıkan kanun, gelenek ve yoldur. Bu bağlamda dini, “mutlak varlık, metafizik, kutsal, aşkın veya tanrı fikri çerçevesindeki inanç dünyasına bağlı olarak meydana gelen iman ilkeleri, ibadet şekilleri, öğretiler, davranış kalıpları, ahlâkî ilkeler ve cemaat yapıları” şeklinde tanımlamak mümkündür. Tanımda da görüldüğü üzere, *dinin öğreti, ibadet, ahlâk ve cemaat* olmak üzere dört boyutu bulunmaktadır (Yılmaz, 2014, s. 23). Dijital teknoloji ise veri, ses, müzik, metin, fotoğraf, görüntü biçiminde her tür enformasyonun mikro işlemciler yardımıyla bilgisayar diline dönüştürülmesidir (Törenli, 2005, s. 98). İçinde bulunduğumuz dijital çağ, pek çok unsuru olduğu gibi, dinin öğreti, ibadet, ahlâk ve cemaat boyutlarını da etkilemekte, dönüştürmektedir. Buradaki etki ve dönüşümden kasıt, dinin özünü dönüştürme olarak anlaşılmamalıdır. Her teknoloji, belirli değişimleri beraberinde getirmiş, onu kullananları olumlu veya olumsuz etkisi altına almıştır. Söz gelimi, İslâm açısından bakılacak olursa, dini öğretinin metinleri dijital ortamlardan (harici bellekler, internet siteleri vs.) okunabilmektedir. İnananlar zekât, sadaka, kurban gibi ritüelleri dijital ortamlara başvurarak yerine getirme imkânını kullanabilmektedir. Yine, kendine İslâm’ı

referans alan toplulukların, cemaatlerin vaaz, görüşme, buluşma ve etkinlikleri internetten, dahası sosyal ağlardan takip edilebilmektedir. Böylelikle dinin dijitalleşmesi, bir süreci tanımlar. O süreç, dinin farklı boyutlarıyla dijital ortamda varlık bulmasıdır. Bu çalışmada, dinin dijitalleşmesi sürecinde internetin rolü, etkileri, etkileşime sağladığı olanak üzerinden hareket edilerek DİB'in internet sitesinin hangi konumda bulunduğu, interaktif bir iletişim ortamı olup olmadığına cevap aranacaktır.

Yaşamsal kaygılardan estetik duyguya, içsel dürtülerden doğal ihtiyaçlara kadar her türlü sebep, insanı kendi öznesinin dışında “ötekilerle” iletişim kurmaya sevk etmiştir. İletişim bu nedenle, varlıktan-yokluğa insan için vazgeçilmez bir olgudur. İnsanoğlu bu sayede dünyayı tanımış, bilgi edinmiş, korunmuş ve medeniyetler inşa etmiştir. İlk çağların duvar resimleri, tanrı heykelleri, Babil'in kuleleri, atlı ulaklar, şişelerdeki kağıtlar, telefon, fax... derken yüzyılın büyülu oyuncağı, ana enformasyon kaynaklığına soyunan internet, iletişimin tarihsel süreçteki vazgeçilmezliğini göstermektedir (Aytekin, 2014, s. 15). İletişimin vazgeçilmezliği gerçeği, dini organizasyonlar için de geçerlidir. Bireyler fiziksel ortamda gerçekleştirdikleri ritüelleri herhangi bir zaman ve mekâna bağlı kalmaksızın, internet üzerinden tecrübe etme imkânı elde etmişlerdir. Bu tecrübe, web teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak şekillenmiştir³³. Dünya hâliha-

³³ Web teknolojileri Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 olarak adlandırılmıştır. Bilindiği gibi Web 1.0 kavramı internetin ilk dönemi için kullanılır ve bu dönemin dijital sakinleri internet sitelerini bilgi edinme amacıyla ziyaret eder, almak istediklerini alır ve siteden çıkarlar. Kullanıcı olarak yorum yapma, katkıda bulunma, içerik üretme gibi bir olanak yoktur; monolog bir yapıya sahiptir, belge odaklıdır. Web 2.0 ise web-insan etkileşimi sağlayan web teknolojileri olarak tanımlanmaktadır. İn-

zırda Web 2.0 olarak adlandırılan teknolojiyi kullanıyor. İnternet teknolojilerinin “din” bağlamında nasıl değerlendirilmesi gerektiğini görebilmek adına, burada “din ve internet” konusunda bazı bilgilere yer vermekte fayda var.

İnternet teknolojilerindeki gelişmeler dini iletişim açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur. Çünkü internetin ortaya çıkışı, dini değerlerin yükseldiği bir döneme denk düşmüştür. Bu dönemde dini değerler modern dünyada tekrar keşfedilmeye başlanmış ve toplumsal hayatın önemli aktörlerinden biri olmuştur (Küçükcan, 2004, s. 212). 1970'lerin sonunda modem programının ortaya çıkmasıyla kullanıcıların telefon hatları üzerinden birbirleriyle iletişime geçmeye başlamaları ve bu iletişimi daha verimli hale getirmek için kurulan BBS (Mesaj Panosu Sistemi) dini temaların bilgisayar ağları üzerinde ilk ortaya çıkışıdır denebilir. Dini konuların ilk olarak tartışıldığı iki forum bulunmaktadır. Bunlardan biri *Origins*, “Start-A-Religion” (Bir Din Başlat) isimli bir konu başlığı altında başlamıştır. Bu başlık, yeni bir dini anlayışı ifade etmekten çok, forum üyelerinin günlük dini hayatlarını zenginleştirmeyi ve mutluluklarını artırmayı hedefleyen yeni bir tartışma alanı olarak ortaya çıkmış-

ternet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak meydana getirdikleri sistemi ifade eder. İnternetteki içeriklerin kullanıcılar tarafından oluşturulmasına ve bu içeriklerin başkaları ile paylaşılabilmesine imkân verir. Sosyal ağ siteleri, bloglar, web tabanlı ansiklopediler, iletişim araçları vb. çevrimiçi araçlarla etkileşim ve paylaşım gerçekleşir (Alabay, 2014, s. 109-111). Web 3.0 ise kullanıcıların yaptıklarından devamlı kendisine ders çıkaran, onu anlamaya ve anlamlandırmaya çalışan bir teknolojiyi ifade eder. Web 3.0 şu şekilde izah edilebilir: “Acıktım” dediğinizde, son zamanlardaki yeme alışkanlıklarınızdan yola çıkarak damak tadınıza en uygun yerden yemek söyleyen, arabaya bindiğinizde fizyolojik ve psikolojik durumunuzla ilgili parametrelere dayanarak uygun müziği çalan bir teknoloji, kısaca yapay zekaya sahip bir teknolojidir. (Özutku, 2014, s. 45, 66).

tır. *Origins*, kullanıcılara ölümden sonraki hayat gibi ilahiyat konularını içeren meseleleri tartışma, paylaşma fırsatı sunmuştur (Haberli, 2014, s. 42). Diğer forum, Usenet'te "net.religion" isimli tartışma forumudur ki din, etik ve insan davranışlarının ahlâki uygulamalarını konu edinmiştir. İnternetin dini uygulamalar için büyük bir fırsat olduğuyorsa, ilk kez 1986'da kalkışından kısa bir süre sonra infilak eden "Challenger" uzay mekiği için online anma töreninde ortaya çıkmıştır. Facianın ardından internet üzerinde bir tartışma ağı organize edilmiş, burada kişilerin bireysel reaksiyonlarını ifade ettikleri zaman diliminin ardından dua etme, kutsal kitap okuma ve meditasyon gibi ritüellere yer verilmiştir. Bu anma, kriz sonrasında coğrafi sınırların ötesinde internetin desteğiyle insanların nasıl bir araya geldiklerini göstermiştir (Doğan, 2014, s. 208-209).

1990'lı yıllara kadar BBS ve Usenet ağları üzerinde varlık gösteren dini forum ve haber grupları, 1991'de "www" ile ilk web sitelerinin ortaya çıkışıyla, web ortamına taşınmıştır. Bu siteler, öncelikli olarak din, tarih, ahlâk, mitoloji ve benzeri konular içererek internet kullanıcılarını bilgilendirmeyi amaç edinmişlerdir. Dini içerikli web sitelerinin ilk örneklerinden ecunet.org, özellikle Hristiyan gruplarını bir araya getirmeye çalışan bir işleve sahiptir. Günümüzde de oldukça popüler olan bu site, aynı zamanda internet dünyasının ilk Hristiyan sanal cemaati olma özelliğini de taşımaktadır (Haberli, 2014, s. 45-48).

Dinin dijitalleşmesinden Müslümanlar da uzak kalmamıştır. Bu süreci Tınaz üç aşamada değerlendirir: İlk aşama deyim yerindeyse bir yokluktan kaynaklanır. Çünkü 1980'lerde İslâm ülkelerinden Amerika ve İngiltere'ye, Batı Avrupa'ya giderek, daha çok mühendislik ve tabii bilimler lisans ve yüksek lisans derecesi yapmak isteyen

öğrenciler, gittikleri ülkelerde İslâmî literatüre ulaşamazlar. Bu durumda, buldukları İslâmî literatürü dijital ortama yükleyip diğer arkadaşlarına ulaştırmaya çalışırlar. İşte böylelikle, ilk defa Kur'an ve hadislerin dijital ortama taşınması 1980'lerin başında, bu öğrenciler tarafından sağlanır. Daha sonra bu Müslüman öğrenciler, 1982 yılında ilk defa Amerika'da *İsna* denilen kurumu kurarlar. İkinci aşama, 1990'lı yıllarda devreye girmiştir. Müslümanların çoğunlukta olduğu ülkelerdeki İslâmî kurumlar, geleneksel dava organizasyonlarının temsilcileri, sanal dünyadaki İslâm ve Müslümanlar hakkındaki negatif imajı gidermek için interneti kullanır. Bu aşamada Müslümanlar yeni kurumsallaştırma aşamalarını başlatır, yeni stratejiler geliştirir. Üçüncü aşama ise içinde bulunduğumuz zamanı kapsamaktadır (Tınaz, 2012, s. 512-513).

19. yüzyılın, iletişimi “uygarlık görevlisi” ilan ettiği ve dünyanın iletişim araçlarıyla “büyük bir organizma” olduğu (Mattelart, 2005, s. 47) dikkate alındığında, inananların bundan bağımsız olarak hareket edeceklerini düşünmek hayalden ibaret olacaktır. Çünkü simgesel düşünme yeteneğine sahip olan insan, iletişim gereksinimlerini karşılamak için yazının bulunuşundan çok önce, yaşadıkları dönemin teknolojisini kullanarak mağara duvarlarına av hayvanlarının resimlerini yapmış; kendileri için önemli doğa olaylarını, bu olaylarla ilgili inançlarını, büyü ile karışık korkularını kayaların üzerine kazımıştır. Önceleri insanın doğayla ilişkilerinde merkezi rol oynayan insanüstü ve doğaüstü varlıklar, tanrılar, bunlarla kurulan ilişkilerin niteliğine dönük yaşantılar, tapınakların, mezarların duvarlarına çizilmiş, “bilgi” daha sonra kullanılmak üzere zamanın sınırlayıcı engelleri kırılarak depolanmaya başlanmıştır (Törenli, 2005, s. 21-23). Bugünse internet ve dijital kaynaklarla insanlar dinsel olanı bilme,

öğrenme, aktarma, yaşama sürecini tecrübe etmektedirler. Ancak iletişim teknolojilerinin etkisi bağlamında yapılan her tartışmada olduğu gibi dinin dijitalleşmesinde de bazı tartışmalar doğmuştur.

TEKNOLOJİK DETERMİNİZM BAĞLAMINDA DİJİTALLEŞEN DİN

Dinin çeşitli uygulamalarının görülmeye başlandığı 1990'lı yıllardan sonra günümüze kadar pek çok araştırmacı, din ve internet arasındaki ilişkiyi incelemiştir (Doğan, 2014, s. 211). Örneğin The Pew Internet & Amerikan Life Project tarafından yapılan "Amerikalılar Online Olarak Dini Nasıl Takip Ediyorlar?" başlıklı araştırma, 2001 yılında 28 milyon Amerikalının interneti dini bilgiler almak amacıyla kullandığı sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu oran ABD'li internet kullanıcılarının % 25'ine karşılık gelmektedir. Yani ABD'de günde 3 milyon kişi, interneti dini ve manevi bilgi almak için kullanmaktadır. İnsanların internette, kumar oynama, açık artırma sitelerine girme, hisse ticareti yapma, telefon görüşmesi, online bankacılık vb. servislerden çok dini bilgi veren siteleri kullanmaları, oldukça dikkat çekicidir. Öyle ki, internet, *din için hakikatin ilan edildiği yeni bir forum olarak değerlendirilebilir* (Vardi, 2013a, s. 113-117). Araştırmaya göre, internet kullanıcılarının % 67'si mensup oldukları din hakkında bilgi ararken, % 50 oranında kullanıcı ise diğer dinler hakkında bilgi aramaktadır. Kullanıcıların % 38'i dua isteği e-postası; % 37'si dini müzik indirme; % 34'ü dini ürünler satın alma; % 25'i vaaz indirme; % 21'i dini tavsiye alma gibi dini aktiviteleri, internet ortamından gerçekleştirdiklerini belirtmektedir. 2004 yılında Stewart Hoover ve L.Scholfield Clark tarafından yapılan bir diğer araştırmadaysa Amerikalı internet kullanıcılarının % 64'ünün interneti dini

amaçlarla, özellikle de dini bilgiye ulaşmak için kullandıkları ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalardaki ortak yön, internetin en yoğun biçimde **dini bilgi arama amacıyla** kullanılmasıdır (Haberli, 2014, s. 73). Recep Vardi tarafından ülkemizde yapılan araştırma da bu sonucu teyit etmektedir. Vardi'nin araştırmasına göre online olarak dini ve manevi bilgi almanın önemli olduğunu belirtenlerin oranı %88.3'tür (Vardi, 2013c). Benzer şekilde Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından TÜİK'e yaptırılan Türkiye'de Dini Hayat Araştırmasına göre düşük oranda da olsa (%4,8) internet dini bilgi kaynağı olarak görülmektedir. Anket sonuçlarına göre interneti dini bilgi kaynağı olarak gören dilimin çoğunluğu 18-24 yaş arasındadır. Öğrenim düzeyi yükseldikçe internetin dini bilgi kaynağı olarak görülme yoğunluğu da artmaktadır (DİB, 2014, s. 113-116). Nihayetinde gerek ülkemizde gerekse Batı'da gerçekleştirilen alan araştırmaları, internetin dini bilgiye ulaşmak için bir ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu araştırma sonuçları, internetin dinsel olanla ilgisini göstermesi bakımından önemlidir.

İnternetin dinsel olanla ilişkisi, internetin etkisini de tartışmayı doğal kılmaktadır. Öyle ki, iletişim teknolojileriyle ilgili her değerlendirmede, teknolojilerin etkisinden bahsetmek artık bir gereklilik halini almıştır. Çünkü iletişim teknolojisindeki her değişim, onu kullanan fert ve toplumları da değiştirme, dönüştürme potansiyeline sahiptir. Kültür, siyaset, ekonomi, sanat ve diğer alanlar, iletişim teknolojilerinin etkilerine açık alanlardır. Dinin dijitalleşmesi üzerinde dururken, dijitalleşmenin hangi sonuçlar doğuracağından söz etmemek, eksiklik olarak görülebilir.

“Kağınının üzerinde giden insanla uçakta seyahat eden kişinin hâlâ aynı insan olarak kaldığını söylemek mümkün olmadığı” gibi bir

metni ezbere okuyan insan ile tabletten okuyan insanın aynı insan olacağı da söylenemeyecektir. Gelişmekte olan ülkelerde var olan “Biz Batı’nın teknolojisini kendi değerlerimizle birleştirerek güçleneceğiz, o teknolojinin bizi kuşatmasına izin vermeyeceğiz” şeklindeki söylem, Bostancı’nın ifadesiyle “onur kurtarıcı ancak tutarsız” (Bostancı, 2004: 6) olarak görülmektedir. Çünkü hangi uygarlıktan alınırsa alınsın teknik gelişmeler, belirli değişimleri beraberinde getirmiştir. Çamdereli’den (2014) ödünç alarak söyleyecek olursak, “İmkânlar elde etmek, imkânların yönlendirmeleri, imkânların ortaya koymuş olduğu yaşam biçimini de peşinen kabullenmeyi gerektirir. İmkânlar, imkân olarak kendi başlarına kalmazlar ve yeni yaşam biçimleri, yeni gerçeklik inşaları, kendi gerçeklikleri düzleminde yeniden kurgulanırlar. Dolayısıyla her imkân, aynı zamanda yeni bir yaşam biçimi demektir”. Bu değişim olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilir. Ancak değişimin kaçınılmaz olduğu hususunda fikir birliği vardır. Burada, teknolojik determinizme yeni bir içerik kazandırılmayacak, aksine sadece dinin dijitalleşmesinin dönüşümü beraberinde getirdiği üzerinde durulacaktır.

İnsanlar “Hz. Süleyman’ın mucizelerinden ilham almışçasına hem de fiziki ve coğrafi sınırları aşarak yeni bir sosyalleşme mecraları ihdas ediyor” (Görmez, 2012) ve dinin farklı boyutlarını, dijital ortamda, internet üzerinden yaşama imkânına sahip oluyorlar. Örneğin kutsal mekânlarda sanal gezi yapılabilmekte, bağış kampanyaları düzenlenebilmekte, dünyanın bir köşesindeki dindar, diğer köşesindeki dindaşına destek olabilmek için adım atabilmektedir. Kur’an-ı Kerim farklı kıraatlerde dinlenebilmekte, hadis ve tefsir kaynaklarına ulaşılabilen, vaaz ve nasihatler takip edilebilmektedir. Hatta öyle ki, hac ibadetini yerine getirebilmek için interneti, başvuru aşı-

masında dahi olsa, kullanma zorunluluğu bulunmaktadır.

Yukarıda bahsettiğimiz imkânların hiçbirine sahip olmayan insanla, sahip olan insan arasındaki fark kaçınılmaz olacaktır. Konuyu biraz daha açarak İslâm tarihinin ilk dönemlerinden örnek verecek olursak, Kur'an ilk müminlerin hafızasındaydı, ezberden okunurdu, sonradan iki kapak arasında kitap haline getirildi. Metnin tek bir noktası değişmese de, hafızada olduğu ve yazılı olduğu dönemlerdeki müminlerin Kur'an tahayyüllerinin birbirinin aynı olduğu söyleyemez. Yazıya dökülmemiş, ezberden okunan bir Kur'an'ın etkisiyle, istenildiği zaman dilenen sureden ve ayetten başlanıp okunabilecek, hep orada olan, bir manada maddileşmiş Kur'an'ın etkisi farklı olsa gerektir. Burada söz konusu olan, "aynı" Kur'an'ın varoluş biçimindeki farkın ve elbette onu okuyan insanın şartlarındaki değişikliğin yarattığı anlam kaymasıdır (Bostancı, 2004, s. 64). Bireysel bir iki gözlemi aktaracak olursak; sözgelimi, elindeki Kur'an'ı bel hizasından aşağıda tutmamak için özen gösteren bir genç, Kur'an-ı Kerim uygulaması bulunan telefonunu arka cebine koyarken herhangi bir rahatsızlık hissetmemektedir. Diğer bir örnek, halk arasında Kur'an'a abdestsiz dokunulmayacağı yönündeki anlayışla ilgilidir. Pek çok kimse abdesti olmadığı gerekçesiyle, mushafa dokunmaktan kaçınırken, bir Kur'an CD'si söz konusu olduğunda, aynı anlayıştan eser görülmemektedir. Veya bir cep telefonu uygulaması bulunan kişi, abdesti olmamasına rağmen söz konusu uygulamayı etkin hale getirerek Kur'an okuyabilmekte, bunda bir beis görmemektedir. Kısaca iletişim teknolojileri, onu kullananla ilgili bir değişim, dönüşüm sürecini beraberinde getirecektir. Mühim olan, değişim ve dönüşümün yönüdür. Bu yön olumlu mu, yoksa olumsuz mu olacaktır?

Teknolojik determinizm, medya teknolojilerini olumlamacı ya

da negatif olmak üzere tek yönlü perspektiflerden biri ile değerlendirme sorunudur. Olumlamacılar teknolojiyi bir rüya süreci gibi yorumlarken, kötümserler onu totaliteryen bir kabus olarak görür. Teknolojik iyimserlik, internet ve SMS'lerin gençleri geliştirdiğine, bilgilendirdiğine, ufuklarını açtığına vb. çok sayıda olumlayıcı özelliğine gönderme yapar, teknolojinin özerkliğine, geliştiriciliğine, paylaşıma vurguda bulunur. Teknolojik kötümserlik ise bir anti-ütopyacılığı beraberinde getirir ve sadece zararlı yönler üzerinde durur. Tekno-kötümser kurbanlaştırma esaslı söylem ve yaklaşım, aynı zamanda bireyci ve ideolojiktir. Bireysel davranıştaki kullanıma odaklıdır. Birçok süreci analiz edemez ve göremez. Bilgi teknolojilerinin sosyal içerikle konumlandırılışı, örneğin gözetim teknikleri, küreselleşmeye karşı savaş, şirket ilgileri, neoliberalizm ve kapitalist gelişim. Ancak her iki bakış da sorunludur (Fuchs'tan aktaran Çakır, 2013: 12-17).

Öncelikle şu soruya yanıt aranmalıdır: İnternet ve dijital kaynaklar din için zorunlu bir unsur mudur? İnternet olmadığında, İslâm bir din olarak, inançlarına içkin ya da bu inançlar açısından temel olan herhangi bir kayba uğramayabilir. Zamanlama için geleceksel yöntemlere dönülse de namaz yine var olacaktır. Kimi yetkililer muhasebe programlarının yokluğunda sorun yaşayacak olsalar bile Müslümanların verdiği zekat yine var olacaktır. Âlimler istişarede yine bulunacaktır. Aslında İslâm'ın bilgisayara ihtiyacı yoktur; İslâm dünyasının birçok yerinde İslâm bilgisayar arayüzleri veya fare kullanımı olmadan uygulanmaktadır. İslâm, etkin olarak yaşamaya devam etse de Müslümanlardan ve İslâmî örgütlerden oluşan kayda değer bir azınlık, bu durumda önemli yayılma ve ağ oluşturma araçlarından mahrum kalacak, diyalog kuramayacak, araştırma yapama-

yacak ve mesajlarını aktaramayacaktır. Tefsirden çıkarılan sonuçlar ve güncel olaylara gösterilen tepkiler, diğer iletişim teknolojileriyle iletirse dahi, yayıldıkları alanla sınırlı kalacaktır (R.Bunt, 2007: 9-10).

İnsanların, geçmişte bir hadis-i şerif öğrenebilmek için çok uzun mesafeleri uzun zamanlar harcayarak öğrenme deneyimini yaşadıkları bilinmektedir. Bugün, değil bir hadis-i şerif, hadis külliyatları, tefsir külliyatlarının bulunduğu dijital kütüphanelere ulaşılabilir. Bu, insanların dini bilgiye ulaşması, onu değerlendirmesi ve hayatına kazandırması bakımından olumlu bir sonuçtur. Ancak, yukarıda kısaca bahsedilen teknolojik determinizm çerçevesinde iletişim teknolojilerinin sadece olumlu yönlerini ele almak hatalı bir yaklaşımdır. Çünkü dinin dijitalleşmesi, bazı olumsuz sonuçlar da doğurmaktadır.

Her şeyden önce, yapılan şey doğrudan dinî içerikli sanal ortamlarda bulunmak da olsa, dindarlık açısından olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Çünkü sanal ortamların bizatihi kendisi, gerçek bir manevi dünyaya yönelme ya da açılmaya engel olmaktadır. İnsan hangi dünyada yaşıyorsa, o dünyanın izlenimleri ve etkileri onun manevi dünyasında izler bırakmaktadır. Bu bakımdan dijital evrenin görsel, belirsiz, gerçek olmayan karakteri, manevi dünyadan uzaklaşma sonucunu doğurmaktadır. Bu yüzden doğrudan dini içeriklerle donatılmış bir sanal dünyada yaşamak, gezinmek, dindarlığı her zaman derinleştirici bir yönelim anlamına gelmemektedir (Yılmaz, 2014, s.88-89).

Yine sahih dini bilgi birikimine sahip olmayan bireylerin, internet aracılığıyla dini bilgiye ulaşma ve bu bilgiye göre hareket etmesi durumunda ortaya sakıncalı sonuçlar çıkabilmektedir. Çünkü bilgi,

“iktidar” olarak tanımlansa da internette yer alan bilgilerin doğruluk ve geçerlilik sağlaması yapılamadığından, bunun aynı zamanda bilgi kirliliği yarattığı söylenebilir. İnternet bir anlamda sınırsız bilgi iletişiyle yeni ufuklar açarken diğer yandan da herhangi bir denetim mekanizması olmadığı için zaman zaman kararsızlıklara neden olabilmektedir (Küçükcan, 2004, s. 215).

İnternette sınırsız görünen iletişim ortamı, en yalın ifadesiyle gerçek hayatın siber düzlemde sanallaşmasından ibarettir. Sanallaşan siber yaşam, tüm yaşam alanları gibi, din alanını da kuşatır. Siber uzamda gerçek din, doğal olarak “siber din”e dönüşür. Dine ve dinin kutsallarına karşılık gelen tüm eylem ve edimler de sanallaşarak siber dinin eylem ve edimleri haline gelir. Dini buyrukları siber dinin sanal buyruklarıdır artık. Bu durumda her zaman bir tık mesafesinde kolaylıkla yapılabilen sanal ibadetler de müminlerin ibadet pratiklerini günden güne belirleyici bir nitelik kazanacaktır. Sanal kurban ibadetlerinden sanal evlilik törenlerine, cenaze törenlerinden başsağlığı mesajlarına, başörtüsü protestolarından din değiştirenleri kutsamaya dek her şey sanal aracın denetiminde ifa ve ifade edilecektir. Dinin özü değişmeden kalsa bile, rükünleri siber kutsalın kolaylıklarına yeterince dönüşmüş olacaktır. Siber kutsalın dışında din ile teması gerçekleşmeyen siber dindar ise, bir tık mesabesindeki sanal ibadet sekinetiyle ladinileştirdikleri gerçek yaşamlarında kendiliğinden sekülerleştiklerini bile fark etmeyeceklerdir (Çamdereli, 2011, s. 66-68).

Sadece bireysel olarak dindarlık anlamında değil, cemaat mefhumu konusunda da problemler bulunmaktadır. Sanal cemaat örüntülerinin, internet dolayımıyla gerçekleşen paylaşımları, dini öncelikli bir yaşam stratejisi olarak alan kesimlerin hayat tercihlerinde

din dışı bir alanın üretilmesinin hızlandırarak meşrulaştırmaktadır. Hatta bu durum sadece, dinin değil ahlâk anlayışlarının da yeniden tanımlanarak serbest bırakılmasını mümkün kılmaktadır. Bunun da sonuçta din anlayışlarını ciddi bir dönüşüme uğratacağı açıktır (Su-
başı, 2012).

Özlüce söylemek gerekirse internet, dinin farklı boyutlarını tecrübe etmek bakımından gerek bireylere gerekse toplumlara olumlu yönde etkiler bırakacak güce, etkinliğe sahiptir. Ancak bu, internetin tamamıyla olumlu olarak değerlendirilmesi kanaatini gerektirmez.

TÜRKİYE'DE VE İSLÂM DÜNYASINDA DİNİN DİJİTAL GÖRÜNÜMLERİ

Kullanım sıklığı değişmekle birlikte, hiyerogliften akıllı telefonlara gelinceye dek, din ile iletişim teknolojileri arasındaki her dönem iç içe geçmiş bir ilişki hâkimdir. Mısır uygarlığında kullanılan hiyeroglifin “tanrıların yazısı” anlamına geldiği; parşömenin ortaçağ Avrupa’sında manastırların birbirinden kopuk birimlerinin iletişime özgü sorunları yenerek bütünleşmelerine ve kökleşmelerine katkıda bulunduğu; Kur’an’da ilk inen ayetlerden itibaren iletişim araçlarıyla ilgili bazı kavramların³⁴ kullanıldığı (Türkmen, 1996, s. 67); 1450-1455 tarihleri arasında, mekanik olarak üretilen ilk eserin (42 satırlı *İncil*) Hristiyanların kutsal kitabı olduğu (Törenli, 2005, s. 53); Osmanlı döneminde, Rum matbaasında basılan ilk kitabın Maksimos Margunios adlı bir ilahiyatçı tarafından yazılan “*Omilie (Dini*

³⁴ *Nûn* (mürekkep hokkası), *kalem*, *kırtâs* (papirüs), *rakk* (yazı için kullanılan deri), *midad* (mürekkep).

Sohbetler) kitabı olduğu (Anagnostopulos, 2004, s. 139); yine 1844 yılında telgrafı icat eden Samuel Morse'un ilk telgrafını Eski Ahid Sayılar 23:23'te geçen "What hath God wrought?- ("Allah ne yaptı")" pasajını kullanarak gönderdiği (Haberli, 2014, s. 41); 1906 yılındaki ilk radyo yayınının, dini bir ayinin ve İncil'den okunan bir pasajla başladığı (Küçükcan, 2004, s. 213) göz önüne alındığında din ile iletişim araçları arasındaki ilişki rahatlıkla fark edilebilir.

Dinin dijitalleşmesi ve internet üzerinden yayılması İslâm dünyasındaki dini kurumların da bu sürece dâhil olmasını gerekli kılmıştır³⁵. Örneğin, Suudi Arabistan'da yayınlanan *Rabita*'da din görevlileri, internet ortamını kullanarak İslâm ve Müslümanlarla ilgili bilgiler sunmaya çalışıyorlar³⁶. Mısır'daki Ezher Üniversitesi, 1999 yılında kurduğu internet sitesiyle (İngilizce ve Arapça yayın yapıyor)

³⁵ İnternette yapılan taramalar, kitabi dinler arasında interneti en az kullananların Müslümanlar olduğunu göstermektedir; sayı bakımından Hristiyan ve Yahudi gruplarla arada tam bir uçurum bulunmaktadır. Bununla birlikte, içerik zenginliği ve teknik bakımdan görece olarak oldukça iyi sayılabilecek İslâmî web siteleri de bulunmaktadır. Bu siteler incelendiğinde, içeriğinde İslâm'ın bütün yönleriyle ilgili bilgiler bulunduğu görülmektedir. Ayrıca, Müslüman gruplar arasında iletişim ve dayanışmayı güçlendirmek amacıyla etkileşimli ortamlar yaratıldığı ve bu eğilimin giderek daha çok ağırlık kazandığı görülmektedir (Acun, 2003: 23).

³⁶ *Rabitat-ül'Alemi İslâmî* (Muslim World League)'nin web sayfası, İngilizce ve Arapça dil seçeneklerine sahiptir. www.themwl.org adresinde İslâmî ilimler hakkında kurumlar, İslâmî yardım, İslâm'ı tanıtmaya, aile ve kadın, iktisat ve finans, hukuk, uluslararası doktorlar, helal sertifika gibi 21 ayrı kurum olduğu görülmektedir. *Rabita*'nın sayfasında sosyal ağlar (Facebook, Twitter ve Youtube, Google Plus) kullandığı görülmekte ayrıca, Rabita çatısı altında hizmet veren alt kurumların da sayfalarında aynı şekilde sosyal ağlardan faydalandığı görülmektedir. Rabita'nın web sayfasında, bir yandan kurumsal, dini içerikler yer alırken, diğer yandan etkileşimli bir iletişim sürecinin var olduğu görülmektedir.

internet erişimi olan herkese İslâm hakkında genel bilgiler sunmaya çalışmaktadır (Tınaz, 2012, s. 513). Bu kurumlar dışında, şahısların, dini cemaatlerin, bazı grupların, dini motifleri kullanan oluşumların açmış olduğu siteler bulunduğu gibi sitelerde açılan dini nitelikli odalar ve linkler ile dini motifleri kullanan ticari siteler de bulunmaktadır (Yıldız, 2004, s. 227-230).

Devlet nezdinde internetten bilgi sunan ülkelere örnek olarak da Suudi Arabistan verilebilir. Suudi Arabistan Krallığı Fetva ve Bilimsel Araştırma Genel Başkanlığı web sitesinde³⁷ Kur'an-ı Kerim ayetleri, hadisler, fıkıh âlimleri, fetva komisyon üyeleri, çağdaş meseleler ve konular ve şiir başlıkları altında bilgiler sunulmaktadır. Site, Arapçanın yanı sıra Türkçe, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Endonezce, Farsça, Urduca ve Çince dillerinde de yayın yapmaktadır. Site de en çok okunan fetvalar, tıp, doktor ve hastalarla ilgili fetvalar ile ana sayfada çeşitli fetvalar (hastaya Kur'an okunması, başörtüsüyle dalga geçmek, mevlit ve diğ.) bulunmaktadır. Sitede sosyal ağlara ilişkin herhangi bir simgeye rastlanmamıştır. Böylelikle site sadece bilgi sunan, etkileşim zemini taşımayan bir iletişim sürecine sahiptir.

İslam dünyasından diğer örnek Pakistan Din İşleri ve İnançlar Arası Uyum Bakanlığının web sitesidir³⁸. Bakanlığın hac ve umre hakkında işlemleri yürütmek, İslâmî ilimler alanında araştırmalar yapmak, yaptırmak, din eğitimi alanlarında ulema ve hâtiplerin ihtisaslaşması noktasında çalışmalar yapmak, uluslararası dini kuruluşlar nezdinde ortak eğitim faaliyetleri yürütmek, resmi ziyaretler-

³⁷ bkz. www.alifta.com

³⁸ bkz. <http://mora.gov.pk>

de bulunmak gibi görevleri var. Bakanlığın İngilizce yayın yapan web sitesinde haberler, hedef ilke, projeler, yayınlar, organizasyonlar, şikayetler, iletişim gibi kurumsallığın genel hatlarıyla hâkim olduğu bir iletişim süreci görülmektedir. Ancak sosyal medya, e-ticaret gibi, etkileşime dayalı bir sürecin varlığından bahsetmek mümkün görünmemektedir.

Pek çok İslâm ülkesinde, benzer şekilde hizmet veren kurumların internet siteleri bulunmaktadır. Müslümanların azınlık olarak yaşadıkları yerlerde de dini organizasyonlar interneti bilgi aktarımı için kullanmaktadır. Japonya'da azınlıkta yaşayan Müslümanların oluşturduğu Japonya Müslümanları Derneği örnek olarak gösterilebilir. Japonca web sayfasında³⁹ derneğin adı ve telefon numarası verilmiş, ardından İngilizce ve Japonca olarak "Japon Müslüman Derneği'nin web sayfasına hoş geldiniz" ifadesi yerleştirilmiştir. Daha sonra Yamanashi ili sınırlarında yer alan Müslüman mezarlığı hakkında kısa bilgi verilmiş olup müteakip satırlarda ise linkler halinde dernekçe yürütülen faaliyetlere ilişkin duyuru ve haberlere yer verilmiştir. Sitede ayrıca dernek hakkında kurumsal bilgi, İslâm hakkında kısaca tanıtım bilgisi, sorular ve cevaplarla İslâm, helal nedir, fotoğraflar, iletişim linkleri ile derneğe bağlı bir grup Müslüman Japon tarafından Japoncaya çevrilen Sahih-i Müslim eserine ait link de linki bulunmaktadır.

Türkiye'de ise, dini içerikli sitelerin oldukça yaygın olduğu bilinmektedir. Acun (2003), İslâm'la ilgili internette yer alan bilgileri şu başlıklar etrafında toplanabileceğini belirtir: İslâm'ı Anlamak ve İslâm'ın Temelleri; Temel İslâmî Kaynaklar: Kur'an ve Hadis Külliya-

³⁹ bkz. www.msaj.info

tı; İslâm ve Bilim; İslâm Hukuku; Hicri Takvim ve Takvim Dönüştürme; Hac ve Umre Seyahati; İslâm Tarihi; Tasavvuf ve Tarikatlar; Şii İslâm; Karşılaştırmalı Olarak İslâm, Hristiyanlık ve Yahudilik; İslâm Hakkında Bilimsel Yayınlar ve Araştırma Merkezleri; İslâm Hakkında Haber Grupları, Forumlar ve Tartışma Listeleri. Ülkemizde bu başlıkların önemli bir bölümünü içeren genel mahiyette siteler olduğu gibi, ağırlıklı olarak belli bir konuya yönelik siteler de bulunmaktadır.

Yakın bir zamanda Recep Vardi (2013b) tarafından hazırlanan *İnternet ve İslâm* kitabındaysa İslâmî içerikli Türkçe internet siteleri 15 ayrı kategoride incelemiştir. Bunlar;

- a) Kurulum itibariyle (resmi kuruluşlara, dini gruplara, tüzel kişilere, gerçek kişilere ait).
- b) İçerik itibariyle (Kur'an ve tefsir, hadis-sünnet, tasavvuf, fıkıh-İslâm hukuku, kelam-akaid, İslâm tarihi ve siyer-i nebi, İslâm mezhepleri tarihi, Arap dili ve belagati, İslâm felsefesi, din eğitimi, din psikolojisi, din sosyolojisi, din felsefesi, dinler tarihi, genel, İslâm sanatları, dini musiki internet siteleri).
- c) Din kültürü ve ahlâk bilgisi dersi ve imam hatip lisesi meslek dersleri eğitim ve öğretimine yönelik siteler.
- d) Genel anlamda dini içerikli olmamakla beraber sayfalarında dini içeriğe yer veren siteler
- e) Dini içerikli yayın yapan radyo ve televizyonlara ait internet siteleri
- f) Dini içerikli yayın yapan dergilerin internet siteleri
- g) Sadece internette yayınlanan dini içerikli e-dergiler
- h) Dini içerikli videoların yayınlandığı internet siteleri

- i) Dini içerikli oyun siteleri
- j) Dini içerikli sohbet ve forum sayfaları
- k) Dini içerikli evlilik siteleri
- l) Dini içerikli iletişim için kurulan e-posta grupları
- m) Hac ve umre seyahati düzenleyen tur operatörlerine ait internet siteleri
- n) Tesettür giyim firmalarına ait ticari internet siteleri
- o) Rüya yorumları

Görüldüğü gibi dini içerikli internet siteleri, Türkiye'de farklı içeriklerle hizmet vermektedir. Kurum ve kuruluşlar, cemaatler, dini kimlikleriyle ön plana çıkan şahıslar başta olmak üzere pek çok dini içerikli site bulunmaktadır. Burada, “toplumu din konusunda aydınlatmak” görevi çerçevesinde interneti bir araç olarak kullanan DİB’in internet sitesi incelenecektir.

1997'DEN BUGÜNE DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI WEB SİTESİ

Diyanet İşleri Başkanlığı “İslâm dininin inançları, ibadet ve ah-lâk esasları ile ilgili işleri yürütmek, din konusunda toplumu aydınlatmak ve ibadet yerlerini yönetmek”le görevli bir kurumdur. Bunlar içinde zikredilen “*din konusunda toplumu aydınlatmak*” görevi, kapsamı itibariyle oldukça geniş bir alanı (günlük sohbetlerden haftalık cuma hutbesine, televizyon programlarından kongrelere kadar) içine almakta; web sitesiyse⁴⁰ “toplumu din konusunda aydınlatmak” görevinin bir tezahürü olarak görülmektedir⁴¹.

⁴⁰ www.diyamet.gov.tr

⁴¹ bkz. Paçacı, 2002

DİB, 1997 www.diyamet.gov.tr alan adıyla dünyaya açılmıştır. Site, dönemin Devlet Bakanı Nevzat Ercan'ın katılımıyla dönemin Diyanet İşleri Başkanı Mehmet Nuri Yılmaz tarafından basına tanıtılmıştır. DİB, “teknolojinin sunduğu imkânlardan da yararlanarak, faaliyetlerini daha geniş kitlelere sunmak, kendi alanında yapılan çalışmalarını izleyerek bunların analizini yapıp istifade edilebilir hale getirmek ve çeşitli hizmet alanlarında projeler üretmek amacıyla 1996 yılında ARGED Merkezini kurmuş ve kolay erişim sağlanması amacıyla Din İşleri Yüksek Kurulu Kararları bilgisayara aktarılmıştır” (DİB, 2002, s. 20). Dini içeriklerin internet aracılığıyla dijitalleşmesi süreci, Diyanet nezdinde bu adımla başlamıştır.

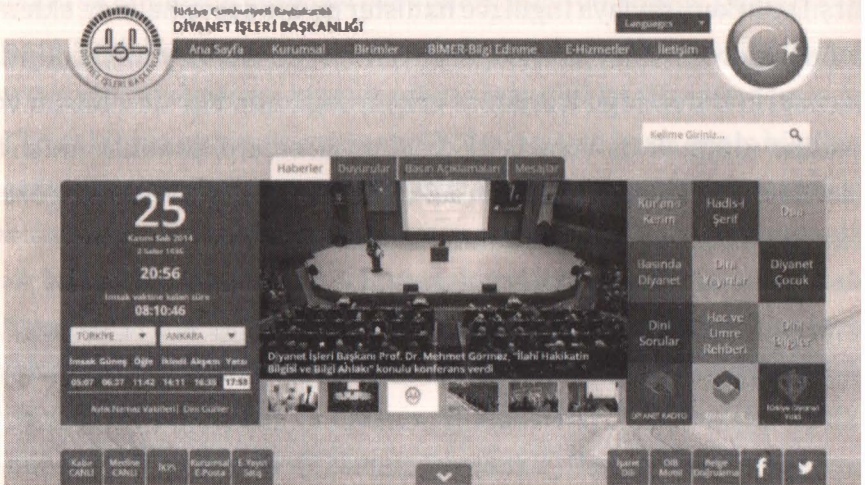
Sitenin ilk sürümü, DİB tarafından şöyle tanımlanmaktadır: Başkanlığımız web sitesinde yayınlanan bilgi ve belgelerle dinimiz, en doğru, güvenilir ve süratli bir biçimde internet kullanıcılarına ulaştırılmaya çalışılmaktadır. Sitemizde bidat ve hurafelerden arındırılmış dini bilgilerle, günümüz meselelerine dair fetvalar yayınlanmakta ve dinimizin evrensel özellikleri anlatılmaktadır. Özellikle Diyanet Aylık Dergi ve Diyanet Çocuk Dergisi'nde dini ve milli duyguların canlı tutulmasına hizmet edecek yayınlar ile ülke gündemindeki konular ele alınarak, yıkıcı, bölücü akımlara karşı geniş bilgilere yer verilmektedir. Yurt içinde ve yurt dışında, ortaya çıkan zararlı ve bölücü akımları nötralize etmek için web sitesinde yayınlar yapılarak bu akımlar karşısında vatandaşlarımızın aydınlatılmasına çalışılmaktadır. Din İşleri Yüksek Kurulu kararları ile faydalı eserlerin web sitemize yüklenilmesine devam edilmektedir. Web sayfasındaki başlıklar ise şunlardır: 1) Tanıtım 2) Makaleler 3) Duyurular 4) Hac Rehberi 5) Dini Bilgiler 6) Namaz Sureleri 7) Namaz Vakitleri 8) Ayın Hutbeleri 9) Diyanet Aylık Dergi (DİB, 2002, s. 21).

Sitede 2002 yılına kadar gerçekleştirilen yeniliklerse şunlardır: Paçacı, 2001 Ramazan ayına yeni bir sayfa dizaynı ile girilmiştir; Kadir Gecesi, Sadaka-i Fıtır ve Ramazan Bayramı ile ilgili özel sayfalar oluşturulmuştur. “Bunları Biliyor musunuz?” ve “Sıkça Sorulanlar” sayfaları oluşturularak bu sayfalara, vatandaşlar tarafından en çok sorulan soruların cevapları, Doç. Dr. Halil Altuntaş'a ait “İslâm' da Din Hürriyetinin Temelleri” adlı kitap ve “Özet Olarak İslâm” başlığı altında Almancaya çevrilen kitapçık web sitesine yüklenmiştir. Başkanlıkça hazırlanan Kur'an-ı Kerim'in Türkçe mealı ve okunuşunun web sitesine yükleme çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Son iki değişiklikse 2012 ve 2013 tarihlerinde yapıldı. İlkinde sayfaya “Hac ve Umre” ve “Hadis-i Şerif” sayfaları eklendi. Diğer yandan aynı tarihli haberde, Kur'an-ı Kerim, Dua ve Dini Yayınları ait yeni web sayfalarının oluşturulacağı belirtilerek, geniş bir dini bilgi portalı oluşturulacağı ifade edildi (DİB, 2012). Sayfada yapılan değişikliklerle, Hadis-i şerif sayfası açıldığında “günün hadisi” kısmı ile karşılaşılırken, sayfaya İngilizce hadisler de bir dosya halinde eklendi. Çocuklar için bilmecelerin, tekerlemelerin, onlara yönelik çeşitli içeriklerin bulunduğu içeriklere erişim sağlandı. Kur'an-ı Kerim ve mealine ulaşmak da kolaylaştı. Sayfaya girenlere, şimdilik Ankara Hacı Bayram Veli Camii ile İstanbul'daki camileri de üç boyutlu görenek sanal alemde gezme imkânı verildi (AA, 2012).



Görsel 1: Diyanet Web Sayfasının 2012 yılındaki görünümü



Görsel 2: Diyanet Web Sayfasının 2014 yılındaki (Kasım ayı itibarıyla) görünümü.

Sitede son değişim 2013 yılında gerçekleştirildi. Yapılan yenilikle birçok değişikliğe imza atıldığı görülmektedir. Web sitesi bugün Türkçe, Arapça, İngilizce, Almanca, Fransızca ve Rusça dillerinde içerik sunmaktadır. Bu çalışmada Türkçe içerikler araştırmaya dâhil edilmiştir. Bugün sitenin ana sayfasında şunlar yer almaktadır (Erişim Tarihi: 25/11/2014):

Haber: Bu alanda DİB'in hizmet ve faaliyetleri haber formatında sunulmaktadır.

Kur'an-ı Kerim Portalı⁴²: DİB Kur'an-ı Kerim portalında, Kur'an-ı Kerim cüz, sure, sayfa, ayetlere göre okunabilmektedir. Sitede Kur'an-ı Kerim Davut Kaya, İshak Daniş, Mehmet Emin Ay, Abdussamed, Mahir Muaygili, Şüreym, Sudeys'in sesinden dinlenebilmektedir. Ayrıca Kur'an-ı Kerim, Şeyh Hamidullah ve M. Abay yazı tiplerinde okunabilmekte; meal bölümünde ise Diyanet İşleri Başkanlığı, Diyanet Vakfı, Kur'an Yolu ve Elmalılı Hamdi Yazır meallerini okuma imkânı sunulmaktadır. Yazı boyutu kişiye göre ayarlanabilmektedir.

Kur'an-ı Kerim'de konularına göre arama yapılabilir. Kur'an'daki sureler, iniş sırasına göre, Kur'an'daki mevcut sırasına göre ve alfabetik olarak sıralanabilmektedir. Portalda yer alan Kur'an öğrenimi bölümünde, namaz dua ve sureleri, resimlerle abdest, resimlerle namaz gibi seçenekler bulunmaktadır. Bunların dışında

⁴² Diyanet İşleri Başkanlığı web sayfasında interaktif Kur'an öğretimine 2011 yılında başlandı. DİB "isteyen herkesin bulunduğu yerden Kur'an-ı Kerim'i görsel ve işitsel olarak öğrenmesine imkân vermek amacıyla" böyle bir çalışmayı hizmete soktu. Harflerden başlayarak devam eden derslerin anlatım ve uygulamasının yanı sıra, interaktif bir program olduğu için, istenilen dersin anlatım ve uygulamasını tekrar tekrar dinleme ve izleme imkânı bulunuyor (DİB, 2008). Portalin mevcut görünümüne Temmuz 2012 yılında geçilmiştir.

Kur'an Kütüphanesi bölümünde, Seçme Sureler, Aşr-ı Şerifler, Kur'an-ı Kerim (e-kitap), Kur'an meali (e-kitap) ile Kur'an'dan Öğütler (e-kitap) eserleri yer almaktadır.

Hadis Portalı: Hadis portalında, hadis tarihi, usulü, edebiyatı, sohbetleri, tezleri; hadis makaleleri, DİB'ce neşredilen hadis eserleri, hadis sözlüğü, sahabe atlası, hat yazıları ve hadis içerikli sitelerin linkleri bulunmaktadır. Sayfada günlük olarak hadis paylaşılmaktadır.

Dua Portalı: Bu bölümde, duanın anlamı, kabulü, önemi, usul ve adabı, fiili dua, kabul olunan dualar, kabul olunmayan dualar, sözlü dua, ayetlerle ve hadislerle dua metinlerinin yer aldığı dua rehberi kısmı; ezan duası, hatim duası, nikah duası, yemek duası, Arafat ve vakfe duası metinlerinin yer aldığı dua metinleri kısmı; ayet ve hadislerde geçtiği şekilde Allah'ın isimlerinin bulunduğu esma-i hüсна kısmı; hutbeler, vaazlar, şiirler, örnek dua metinlerinin paylaşıldığı dokümanlar kısmı ile çeşitli makale, yayın ve videoların bulunduğu makaleler, Arafat Vakfe duası, çocuk ve dua, hadis, yayınlar kısımları bulunmaktadır⁴³.

Basında Diyanet: DİB ve hizmet alanları hakkında yazılı basında çıkan haber, yorum vd. metinler, pdf formatında sunulmaktadır.

Dini Yayınlar: DİB Dini Yayınlar Genel Müdürlüğünün sayfasıdır. Bu bölümde, televizyon, radyo, dergi, kitap gibi dini yayınlar ile Genel Müdürlük hakkında kurumsal bilgilere yer verilmektedir.

⁴³ Bu kısmın farklı zaman dilimlerinde farklı hizmetler için kullanıldığını söylemek gerekmektedir. Örneğin, 2014 Ekim ayının başlarında bu alanın yerinde, Camiler ve Din Görevlileri Haftasına özel olarak tasarlanan sitenin alanı bulunuyordu.

Diyanet Çocuk: Çocukların dini bilgileri öğrenebileceği, çocuklara hitap eden bir site olarak tasarlanmıştır. Dinimi Öğreniyorum, Biricik Peygamberim, Su Gibi Aziz Değerlerim, Dünyanın Farkındayım, İbadetlerim, Oyun Dünyam, Bir Dünya Kitap, Multimedya, Hünerli Ellерim, Baskı Materyalleri, Takvim ve Ziyaretçi Defteri bölümleri yer almaktadır.

Dini Sorular⁴⁴: Bu bölümde Din İşleri Yüksek Kurulu tarafından verilen fetvalar yer almakta ve vatandaştan gelen sorulara cevap verilmektedir. Fetvalar 20 kategoriye (adak ve yemin, ahlâk, aile hayatı, akaid (inanç), dinler, dua, zikir ve Kur'an, hac ve umre, helaller ve haramlar, Hz. Peygamberin hayatı, kadınlara özel hükümler, kurban, mezhepler, miras ve vasiyet, namaz, oruç, taharet, tasavvuf, ticari hayat, vakıf, zekat ve sadaka-i fıtır) ayrılarak, hizmet sunulmaktadır. Sitede dini gelişmelere ilişkin güncel fetvalar da yayınlanmaktadır. Örneğin Muharrem ayında "Muharrem ayına özgü bir namaz ve oruç var mıdır?" şeklindeki soruya verilen cevaba ulaşılabilmektedir.

Hac ve Umre Rehberi: DİB Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü sayfasıdır. Hac ve umre hakkında kurumsal bilgiler yanında, ayet ve hadisler, ibadete ilişkin bilgiler, dokümanlar bulunmaktadır. Mekke ve Medine'deki ziyaret yerleri hakkında fotoğraflarla birlikte

⁴⁴ Diyanet İşleri Başkanlığı "sanal fetva" verme hizmetine 2007 yılında başlamıştır. Sistemde çeşitli konularda formüle edilmiş sorularla cevaplar bulunmakta, istendiğinde bunlar anında ekrana gelebilmektedir. Ancak ilave bilgi almak isteyen vatandaşlar, sorularını interaktif olarak yazıp gönderdikleri takdirde konu üzerinde gerekli çalışma yaptıktan sonra cevapları, hem soru sahibinin elektronik posta adresine gönderilmekte, hem de sisteme kaydedilmektedir (DİB, 2007: 7).

basılı, sesli ve görüntülü yayınlar da buradan servis edilmektedir.

Dini Bilgiler: Bu sayfada vatandaşların dini bilgilere kolayca ulaşması için bazı bölümler hazırlanmıştır. Kur'an, hadis, dua, abdest, oruç, ilmiyal, hutbeler, dini kavramlar, zekat, kutlu doğum, camiler haftası, Ramazan, kurban, işaret dili, ahlâk, iman, siyer, 3D camiler başlıkları altında çeşitli içerikler sunulmaktadır.

Kabe'den - Medine'den Canlı: Suudi Arabistan tarafından Mescid-i Haram ve Mescid-i Nebevi'den yapılan canlı yayın, buradan naklen izlenebilmektedir.

İKYS ve Kurumsal E-Posta: DİB'in personele ve kuruma yönelik portalı.

İşaret Dili: Bu kısımda, DİB tarafından işitme engelliler için geliştirilen "Türk İşaret Dili Dini Kavramlar Sözlüğü" yer almakta ve dini kavramların işaret diliyle anlatımı bulunmaktadır. Diyanet İşleri Başkanı Prof. Dr. Mehmet Görmez, sitedeki "sunuş" kısmında şu ifadelerle yer vermektedir: "Başkanlık olarak bugüne kadar engelli kardeşlerimize, onların ihtiyaç ve beklentilerine göre hizmet sunma gayretinde olduk. Bu çerçevede engelli kardeşlerimizin rahatça ibadet etmelerine imkân tanımak amacıyla ülkemizdeki bütün camilerimizi engelli grupların tamamını dikkate alarak yeniden düzenleme yönünde çalışmalar başlattık. Engelli kardeşlerimize yönelik Braille alfabesi ile Kur'an-ı Kerim, çocuk yayınları, temel dini bilgiler gibi yeni yayın projeleri geliştirdik. Camilerde verilen vaaz ve hutbelerde işitme ve konuşma engelliler için işaret diliyle vaaz ve hutbe çalışmalarını başlattık. Böylece bir nebze olsun engelli kardeşlerimizin hayatlarını kolaylaştırmanın yollarını aradık. İşitme ve konuşma engelliler için hazırlanan elinizdeki "Türk İşaret Dili Dinî Kavramlar Sözlüğü" de böyle bir arayışın neticesinde büyük emeklerle

hazırlanan bir eserdir.”

DİB Mobil: DİB'in mobil uygulamalarının tanıtımının yapıldığı kısımdır. Bu bölümde Kur'an-ı Kerim, Namaz Vakti, Diyanet Kitaplık, Kurban Rehberi, Kur'an'dan Sureler, Ramazan Rehberi, E-Dergi, Java Uygulamaları, Hikayelerle Ayetler, Hikayelerle Hadisler ve Diyanet Takvimi uygulamalarının tanıtımı yapılmaktadır.

Sosyal Medya: Diyanet'in konumuzla doğrudan ilgili hususlarından biri de sosyal ağlardır. Ana sayfada Facebook ve Twitter hesaplarının linkleri bulunmaktadır. Linkler tıklandığında Diyanet İşleri Başkanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin sayfaları açılmaktadır. Bu sayfaların Facebook'ta 196 bin 728, Twitter'da 33 bin 257 takipçisi bulunmaktadır (Erişim Tarihi: 25/11/2014).

Buraya kadar, Diyanet İşleri Başkanlığının web sitesi hakkında genel olarak bilgi verdik. Şimdi, analiz kısmına geçebiliriz.

DIYANET WEB SİTESİ ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ

Çok sayıda dini geleneğin internet ortamında temsil edilmesi, bu geleneklerin interneti hangi formatlarda kullandığı sorusunu gündeme getirmektedir. Chistopher Helland, internet ve din etkileşimine dair kuramsal çerçeveyi oluştururken iki temel ölçüt kullanmıştır. Birincisi, internetin iletişim, bilgilendirme, propaganda ve benzeri amaçlara yönelik bir iletişim aracı (religion online) olarak kullanılmasıdır. İkincisi ise internetin dini ve manevi tecrübelerin yaşanabileceği interaktif bir iletişim ortamı (online religion) olarak kullanılmasıdır. Bu iki kavram, internet ortamındaki dinin sunum şekillerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Religion online; çoğunlukla dini grup ve organizasyonların kendi tanıtımlarını yapmaları şeklinde, yukarıdan aşağıya doğru bir iletişim sürecinin hâkim oldu-

ğu bir din sunumunu ifade etmektedir. Bu durumda kullanıcılar sitenin içeriğiyle yetinmek durumundadır. Online religion ise yatay, bireylerin birbirleriyle veya dini grup ve organizasyonlarla etkileşimde bulunabileceği, sanal ritüelleri gerçekleştirebilecekleri bir iletişim sürecini ifade etmektedir. Burada dinin sunumunda anahtar kelime “interaktif” özelliğidir. Bu özellik, kullanıcıların site ile etkileşime girerek sitenin içeriğine katkıda bulunmasına imkân verir. Böylelikle sitenin değişken ve akıcı olması sağlanır (Haberli, 2014: 17, 23, 61-63).

Burada DİB web sitesinde hangi tür iletişim sürecinin hâkim olduğunu tespit etmek amaçlanmaktadır. Bunun için Helland'ın kuramsal çalışması çerçevesinde Haberli tarafından hazırlanan kodlama cetveli esas alınarak, bir kodlama cetveli hazırlanmıştır. Kodlama cetvelinde şu başlık belirlenmiştir:

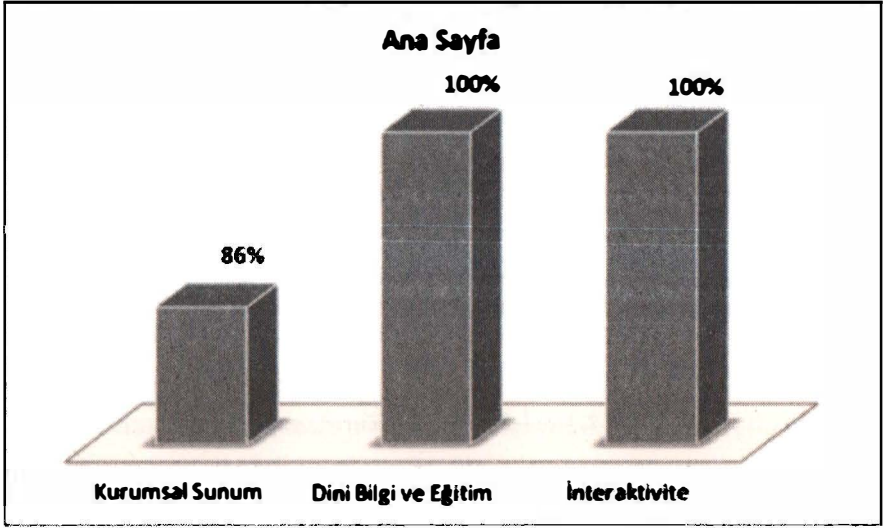
1) Kurumsal sunum: Bu bölümde sitenin hedefleri, ilkeleri, slogan cümlesi, logosu, sitenin tarihi, kurum bilgisi, kurum başkanlarının bilgisi, personel, iletişim bilgileri, duyuru, açıklama, basın bülteni ve bağlantılı organizasyonlar incelenecektir.

2) Dini bilgi ve eğitim: Bu bölümde dini bilgi, Kur'an-ı Kerim, Hadis-i Şerif, dini sorular, videolar, TV yayını, radyo yayını, dini mekânlar, takvim, kütüphane, namaz vakitleri, gün ve geceler incelenecektir.

3) İnteraktivite: Bu bölümde e-dua, e-fetva, sosyal ağ, e-bağış ve mobil uygulamalar incelenecektir.

Analiz kısmında kodladığımız içeriklerin var olup olmadığına bakılacaktır. Eğer cetvelde bulunan seçenek sitede varsa (1); yoksa (0) olarak işaretlenecektir. Daha sonra çıkarılan sonuç yüzdelik dilimlere ayrılacak, var olan içeriklerden oranı % 33'e kadar olanlar

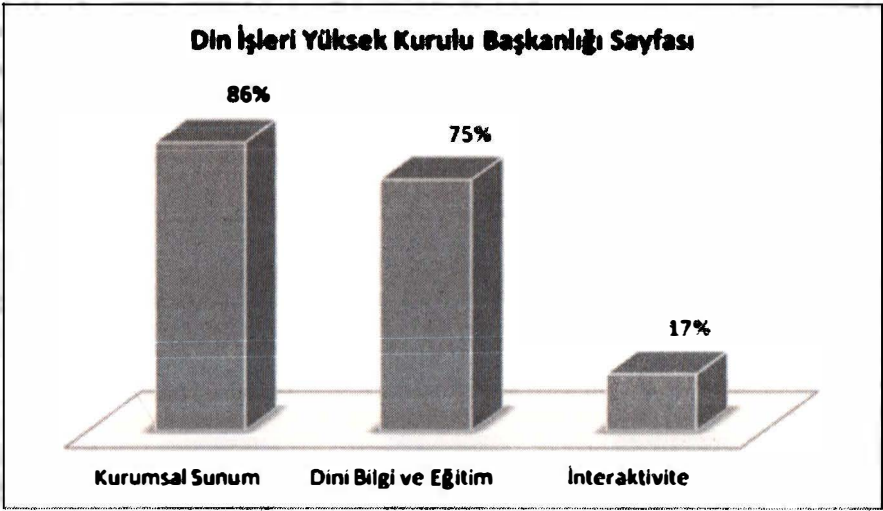
düşük, %34 ile %66'ya kadar olanlar orta, %67'den %100'e kadar olanlar yüksek olarak değerlendirilecektir.



Grafik (1) DİB Sitesi Ana Sayfa

Grafik (1)'de görüldüğü gibi DİB web sitesi, kurumsal sunum, dini bilgi ve eğitim ile interaktivite bakımından yüksek bir orana sahiptir. Kurumsal sunum % 86, dini bilgi ve eğitim %100, interaktivite ise % 100 oranında tespit edilmiştir. Böylelikle kuramsal olarak DİB' in web sitesi, iletişim aracı olmaktan çok iletişim ortamıdır. Kuramsal olarak söyleyecek olursak, online religion tanımına uygun bir yapıya sahiptir.

Diyanet İşleri Başkanlığı web sitesinin genel olarak, salt bilgi aktarımından ibaret olmadığını görmekteyiz. İnteraktivitenin yüksek oluşu, Başkanlığın etkileşime olanak tanıdığını göstermektedir.



Grafik 2: Din İşleri Yüksek Kurulu sayfası⁴⁵

DİB'in web sitesinde kurul ve birimlere ait alt sayfalar bulunmaktadır. Bunlardan ilki Din İşleri Yüksek Kurulu Başkanlığı sayfasıdır.

Din İşleri Yüksek Kurulu, DİB'in dini konularda en üst karar ve danışma organıdır. Kurulun İslâm dininin temel bilgi kaynaklarını ve metodolojisini, tarihî tecrübesini ve güncel talep ve ihtiyaçları dikkate alarak dinî konularda karar vermek, görüş bildirmek ve dinî soruları cevaplandırmak; dinî konularda telif, tercüme, inceleme ve araştırmalar yapmak, yaptırmak, ihtiyaç duyduğu konularda inceleme ve araştırma grupları oluşturmak, bu hususta yurt içi veya yurt dışındaki uzman kişi ve kuruluşlardan yararlanmak, gerektiğinde bu alanlarda hizmet satın almak ve sonuçlarını Başkanlığa sunmak gibi görev, yetki ve sorumlulukları bulunmaktadır.

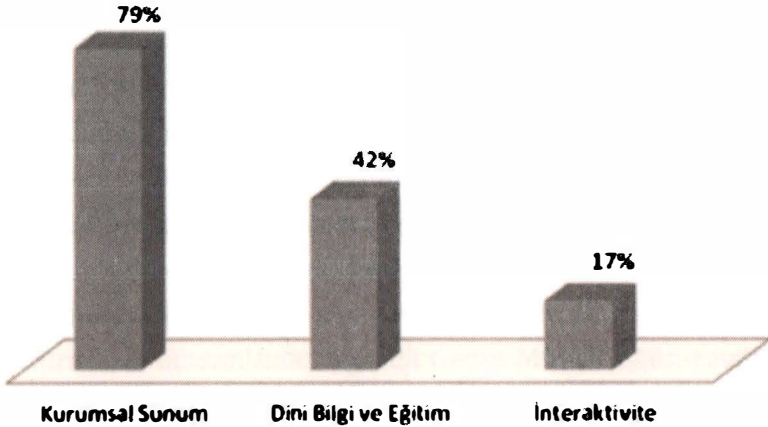
⁴⁵ bkz. <http://www2.diyenet.gov.tr/dinisleriuyuksekkurulu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

Din İşleri Yüksek Kurulunun vatandaş nezdinde en önemli hizmeti dini soruları cevaplandırma olarak değerlendirilebilir. Kurul gerek internet sitesinden gerekse telefon, faks, e-posta ya da mektup yollarıyla vatandaşların dini sorularına cevap vermektedir.

Din İşleri Yüksek Kurulunun internet sayfasında, kurumsal yapı hakkında bilgiler bulunmakta, etkinlikler, duyurular, Kurul kararları, Kurul mütalaaları, sıkça sorulan sorular, elektronik hizmetler, makale, söyleşi gibi bilgi içerikli metinler yer almaktadır.

Hazırladığımız kodlama cetveline göre Din İşleri Yüksek Kurulunun internet sayfası kurumsal sunum ile dini bilgi ve eğitim bağlamında yüksek bir değere (% 86, % 75) sahiptir. Ancak interaktivite bakımından zayıftır (%17). Yani sayfa kuramsal olarak religion online tanımına uygun bir yapıya sahiptir.

Mushafları İnceleme ve Kiraat Kurulu Başkanlığı Sayfası



Grafik (8) Mushafları İnceleme ve Kiraat Kurulu Başkanlığı Sayfası⁴⁶

⁴⁶ bkz. <http://www2.diyanet.gov.tr/MushaflIncelemeVeKiraat/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

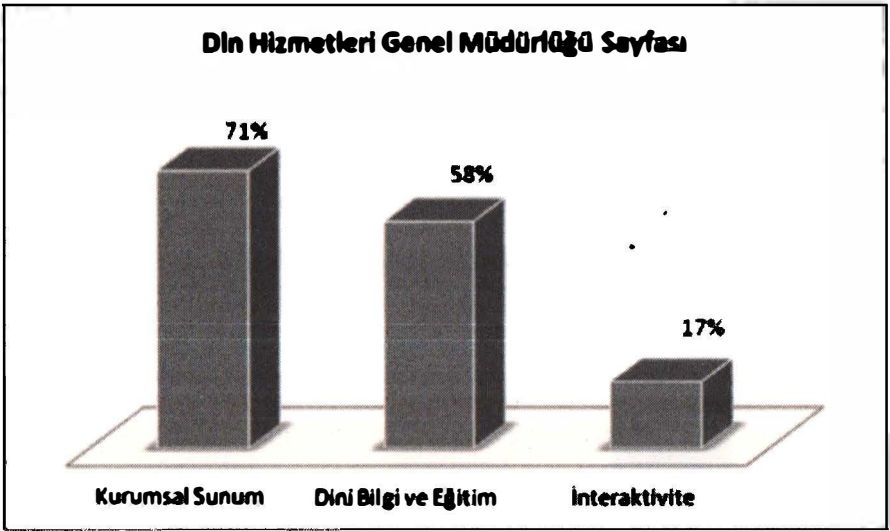
Bununla birlikte diğer birimlerde de görüleceği gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına imkân tanıyan linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceği algısı uyandırmaktadır.

DİB internet sitesinde yer alan kurullardan diğeri Mushafları İnceleme ve Kıraat Kurulu Başkanlığıdır ve mushafların, cüzlerin, mealli Mushafları ve Kur'an-ı Kerim metinlerinin hatasız ve eksiksiz basım ve yayımını sağlamak üzere kontrol ettikten sonra mühürlemek veya onaylamak, hatalı ve noksan olarak basılan veya yayımlanan mushaf ve cüzler ile sesli veya görüntülü Kur'an-ı Kerim yayınlarını tespit etmek gibi bir görevi bulunmaktadır.

Kurulun internet sayfasında, kurulun hiyerarşik yapılanması dışında, kıraat ilmi hakkında makaleler, biyografiler, eserler, terimler sözlüğü, tezler; kurulca yapılan konferans, seminer vs. etkinlikler, duyurular bulunmaktadır.

Kurulun internet sayfası kuramsal olarak değerlendirildiğinde, kurumsal sunumun yüksek bir değere (%79); dini bilgi ve eğitimin orta değere (%46) ve interaktivitenin düşük değere (%17) sahip olduğu görülmektedir. Bu noktada kurulun sayfası religion online yapıya sahiptir.

Bununla birlikte diğer birimlerde olduğu gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına imkân veren linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceği algısı uyandırmaktadır.



Grafik (3) Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sayfası⁴⁷

Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü, cami hizmetleri, irşat hizmetleri, aile ve sosyal hayata ilişkin hizmetler gibi çeşitli görevler üstlenmektedir. DİB'in "Toplumu din konusunda aydınlatmak" görevi dikkate alındığında, cami ve irşat hizmetleri gibi hizmetler önemli bir hizmet alanını kapsamaktadır.

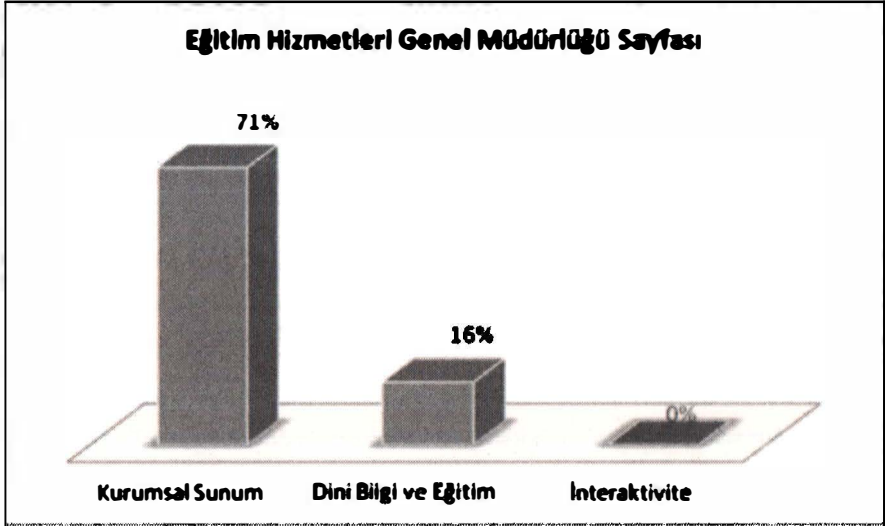
Genel Müdürlüğün sayfasında, kurumsal yapıyla birlikte, konferans, sempozyum, panel, seminer, yarışma türü etkinlikler; hutbeler, yayınlar, raporlar ve ibadet vakitlerinin belirlenmesi gibi hususlaryer almaktadır.

Kuramsal açıdan bakıldığında Genel Müdürlüğün sayfası, kurumsal sunum bakımından yüksek (% 71); dini bilgi ve eğitim bakımından orta (%58) ve interaktivite bakımından düşük (% 17) gö-

⁴⁷ bkz. <http://www2.diyanet.gov.tr/DinHizmetleriGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

rünmektedir. Yani Genel Müdürlüğün sayfası religion online yapıya sahiptir.

Bununla birlikte diğer birimlerde olduğu gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına imkân veren linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceği algısı uyandırmaktadır.



G afık (4) Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sayfası⁴⁸

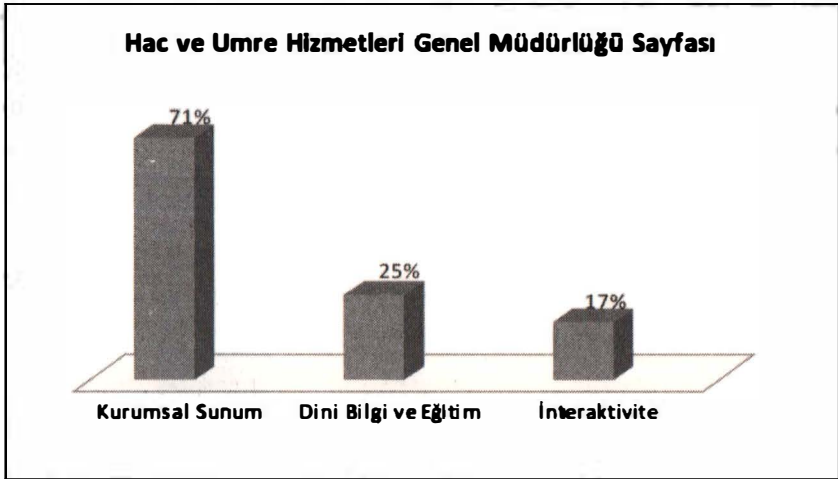
Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Kur'an-ı Kerim okumak, anlamını öğrenmek, hafızlık yapmak, din eğitimi almak isteyenler için kurslar düzenleme, Kur'an kursları açma; Kur'an-ı Kerim'in usulüne uygun olarak okunması konusunda çalışmalar yapma ve İslâm'ın ana kaynaklarını öğretme konusunda önemli bir görevi yerine getirmektedir. Bunun yanında, Diyanet personeline yönelik hizmet içi eğitim kursları da Genel Müdürlükçe düzenlenmektedir.

⁴⁸ bkz. <http://www2.diyanet.gov.tr/EgitimHizmetleriGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

Genel Müdürlüğün sayfasına bakıldığında kurumsal bilgilerle birlikte konferans, sempozyum, toplantı gibi etkinlikler, kitap ve makaleler, duyuru ve haberler yer almaktadır.

Kuramsal açıdan bakıldığında Genel Müdürlüğün sayfası, kurumsal sunum bakımından yüksek (% 71); dini bilgi ve eğitim bakımından (% 16) ve interaktivite bakımından düşük (%0) görünmektedir. Yani Genel Müdürlüğün sayfası religion online yapıya sahiptir.

Bununla birlikte diğer birimlerde olduğu gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına imkân veren linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceği algısı uyandırmaktadır.



Grafik (6) Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sayfası⁴⁹

DİB'in en önemli hizmet alanlarından biri de hiç kuşkusuz, 1979'dan bu tarafa düzenlenen hac organizasyonudur. Yurt içinden veyurt dışından hac ve umreye gidecek vatandaşların, bu ibadet için

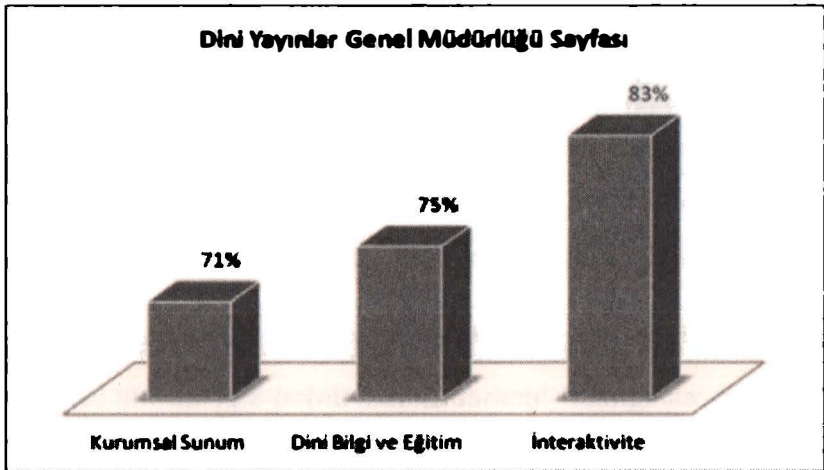
⁴⁹ bkz. <http://www2.diyanet.gov.tr/hacveumregenelmudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

gerekli tüm iş ve işlemleri Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir.

Genel Müdürlüğün sayfasında, kurumsal yapı; sempozyum, seminer, toplantı gibi etkinlikler, hac ve umre ibadetiyle ilgili bilgiler, duyurular, açıklamalar, broşür ve tanıtım kitapçıkları gibi içerikler bulunmaktadır.

Genel Müdürlüğün sayfasına kuramsal olarak bakıldığında kurumsal sunum yüksek görünürken (%71); dini bilgi ve eğitim (%21) ile interaktivite (%17) bakımından düşük olarak tespit edilmiştir. Bu durum, religion online olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Diğer birimlerde olduğu gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına kolaylık sağlayan linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceğini hissettirmektedir.



Grafik (5) Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü Sayfası⁵⁰

⁵⁰ bkz. <http://www2.diyenet.gov.tr/DiniYay%C4%B1nlarGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

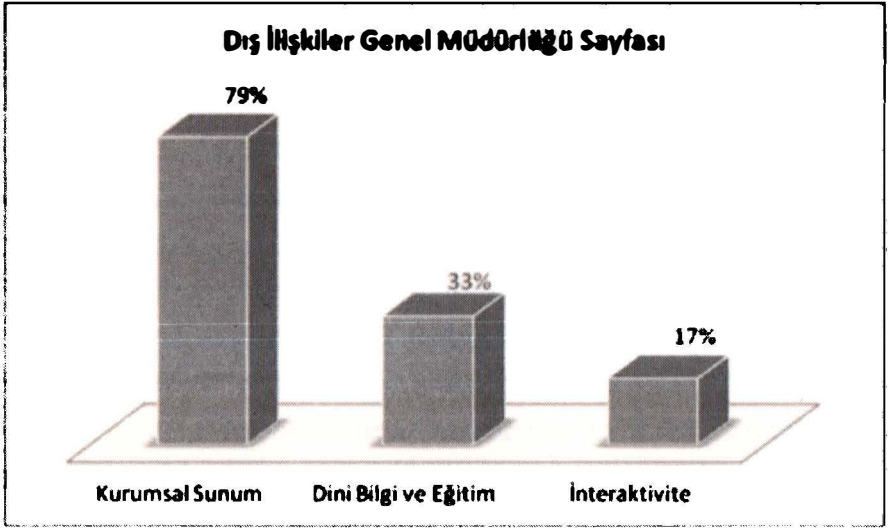
DİB'in bütün yayın faaliyetlerinin (televizyon, radyo, kitap, dergi, broşür, cd vs.) yürütüldüğü birim Dini Yayınlar Genel Müdürlüğüdür. Kur'an-ı Kerim ve meallerin, kaynak eserlerin, mesleki kitaplarının, edebi eserlerin, sanat eserlerinin, cep kitaplarının, çocuk ve halk kitaplarının, kartelaların, süreli yayınların basımı, dağıtımı; televizyon ve radyo yayınları ve diğer bütün yayın faaliyetleri Dini Yayınlar Genel Müdürlüğünün görev alanına girmektedir.

Genel Müdürlüğün sayfasında, kurumsal yapı ile birlikte kongre ve seminer gibi etkinlikler; elektronik hizmetler, yayın tanıtımları, haber ve duyurular gibi içerikler bulunmaktadır.

Kuramsal olarak bakıldığında Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü sayfasının, ana sayfa kadar yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Kurumsal sunum (%74); dini bilgi ve eğitim (%75) ve interaktivite (% 83) oranında değere sahiptir. Bu bakımdan Genel Müdürlüğün internet sayfasını online religion olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Hatta, DİB birimleri içerisinde, interaktiviteye açık, dolayısıyla online religion yapıya sahip tek birim Dini Yayınlar Genel Müdürlüğüdür denebilir.

Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, DİB'in yurt dışı hizmet ve faaliyetlerini yürütmektedir. Yurt dışında yaşayan soydaş ve dindaşlara din hizmeti, din eğitimi gibi alanlarda hizmetlerin götürülmesi, yurt dışında görev yapacak personelin istihdamı, uluslar arası toplantılar, dış ülkelerdeki dini gelişmelerin takip edilmesi vs. görevler Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü marifetiyle yürütülmektedir.



Grafik (7) Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü Sayfası⁵¹

Genel Müdürlüğün sayfasında kurumsal yapının yanında, şuralar, zirveler, konferanslar, çalıştaylar gibi etkinliklere yer verilmekte, duyuru ve açıklamalar ile çeşitli konularda makaleler bulunmaktadır.

Kuramsal olarak bakıldığında, kurumsal sunumun yüksek olduğu (%79); dini bilgi ve eğitimin orta (%33) ve interaktivitenin düşük (%17) olduğu görülmektedir. Böylelikle Genel Müdürlüğün sayfası religion.online bir yapıya sahiptir.

Bununla birlikte diğer birimlerde olduğu gibi, sayfa içeriklerinin Facebook ve Twitter'da paylaşılmasına kolaylık sağlayan linkler, ileride bu alanın aktifleştirilebileceği algısını uyandırmaktadır.

⁵¹ bkz. <http://www2.diyenet.gov.tr/DisIiskilerGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

SONUÇ VE TARTIŞMA

Türkiye’de dini içerikli internet siteleri dinin dijitalleşmesi sürecinde önemli bir rol üstlenmekte, dini organizasyonlar ve kurumlar da bu sürece dâhil olmaktadır. Ülkemizde dini hayatın düzenlenmesi ve şekillenmesi bakımından en önemli aktör konumunda olan DİB, “Toplumu din konusunda aydınlatma” görevi çerçevesinde, öteden beri yayın faaliyetlerini sürdürmüş, 1997 yılından itibaren de bu görevin yerine getirilmesinde internet aktif bir biçimde kullanılmıştır.

Dinin dijitalleşmesi, hangi tür iletişim süreçlerinin internet sitelerinde hâkim olduğunu tartışılır hale getirmiştir. Günümüzdeki dijital hayat, her türlü etkileşimin bireyler veya kurumlar nezdinde yansımalarının bulunduğu, insanların salt bilgi almak için değil, zaman zaman bilginin geliştirilmesi, zenginleştirilmesi için aktif olarak iletişim araçlarını kullandıklarını göstermektedir. İletişim teknolojilerinin etkileşime imkân tanıyan olanakları sayesinde bireyler, dinin dijitalleşmesinde pasif tüketici komundan aktif üretici konumuna taşınmışlardır.

Dinin dijitalleşmesi, beraberinde göreceli olmakla birlikte pozitif veya negatif sonuçlar üretir. Bu sonuçların mahiyeti bir yana, konuyu negatif veya pozitif değerlendirenlerin ortak noktası, her hâlükarda değişimin, dönüşümün kaçınılmazlığı hakkındadır. Burada,

dönüşümden maksat, dinin özünün dönüşümü değil, onu yaşayan insandaki dönüşümdür. Böylelikle dinin dijitalleşmesi, insanlar nezdinde olumlu veya olumsuz yönleriyle ele alınabilir. Diğer taraftan bugün, milyonlarca dini içerikli internet sitesinin bulunması, artık bu dönemde dijitalleşmeden geri durulamayacağını açık bir biçimde göstermektedir.

Bu süreç, dini kurumları da içine almakta, kurumlar da dinin dijitalleşmesinde aktif bir şekilde rol üstlenmektedir. Ancak dinin dijitalleşmesinde hangi tür iletişim sürecinin hâkim olduğu önemli bir gündemi oluşturmaktadır. Bu çalışma böyle bir düşünceden hareketle ele alındı ve Türkiye'de din eğitimi, din hizmetleri, cami hizmetleri, Kur'an kursları, hac, umre ve kurban hizmetleri, yurt dışındaki soydaş ve dindaşlara yönelik din hizmeti ve eğitim hizmeti, dini yayıncılık alanında hizmet ve faaliyetleriyle 1988'den bu yana interneti kullanan Diyanet İşleri Başkanlığının web sitesi incelendi.

DİB web sitesi Christopher Helland'ın kuramsal çerçevesine göre *online religion* yapısındadır. Çünkü site, sadece bilgi aktarımını değil, bilginin paylaşılması, bilgiye yeni bilgiler eklenmesi gibi fonksiyonlara hizmet edebilmekte, kurumsal iletişim yerine iletişime, etkileşime olanak tanımaktadır. Bunda en büyük etkense sosyal ağların internet sitesinde kullanımıdır.

Diğer taraftan Diyanet İşleri Başkanlığının faaliyetlerinin yürütüldüğü kurullar ve bazı hizmet birimlerinin (Din İşleri Yüksek Kurulu Başkanlığı, Mushafları İnceleme ve Kıraat Kurulu Başkanlığı, Din Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Eğitim Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Hac ve Umre Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü, Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü) web sayfalarındaysa, Dini Yayınlar Genel Müdürlüğü dışında aynı sonuca ulaşılmamıştır.

Sayfalarda interaktivitenin düşük olduğu gözlenmiştir. Bununla birlikte, bütün sayfalarda Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım ağlarının linklerinin bulunması ve sayfaların paylaşılmasına kolaylık sağlanması interaktivitenin sağlanabileceği şeklinde bir algı uyandırmaktadır. Sonuç olarak, DİB web sitesinin ana sayfası *online religion* tanımına; birimlerin sayfalarıysa *religion online* tanımına uygun düşmektedir.

Burada bir tartışma açmakta fayda var. Haberli yaptığı değerlendirmede Diyanet'in web sitesinin religion online yapıya sahip olduğunu belirtmektedir (Haberli, 2014: 62-64). Bugün durumun değiştiği ve sitenin online religion tanımına uygun bir yapıya kavuştuğu görülmüştür. Peki, Web 3.0 şeklinde adlandırılan teknolojiye geçildiğinde, DİB internet sitesi nasıl bir yapıya sahip olacaktır? Yani, kişinin bireysel durumuyla hava şartlarını karşılaştırarak kıyafet seçimini tavsiye edecek bir yapay zekaya sahip teknolojiye geçildiğinde, DİB web sitesi bu yapıya uygun bir biçime dönüşecek midir, dönüşmeli midir?

KAYNAKÇA

AA. (2012, Ocak 04). *Diyanet internet sitesini yeniledi*. Eylül 09, 2014 tarihinde www.aa.com.tr: <http://www.aa.com.tr/tr/yasam/3722--diyanet-internet-sitesini-yeniledi> adresinden alındı.

Acun, R. (2003, Aralık) Modern İletişim Teknolojileri ve Tebliğ. *Diyanet Aylık Dergi*, 23-25

Alabay, N. (2014, Ağustos). Web Teknolojilerinin Gelişimi ve Hayatımıza Etkileri. *Haber Ajanda* (93), 108-111.

Anagnostopulos, P. D. (2004). Türkiye'de Gayrimüslimlerin Dinî Yayıncılığı. *Türkiye I. Dini Yayınlar Kongresi* (139-142). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

Aytekin, M. (2014). Sadece İletişim. (Ed. M. Aytekin) *Yeni (lenen) Medya* (15-24). İstanbul: Kocav Yayınları.

Bostancı, M. (2004). *Televizyon Dilindeki İslâm*. Ankara: Odak Yayınevi.

Çakır, M. (2013). Sosyal Medya ve Gösteri. (Ed.A. Büyükaslan, & A. M. Kırık) *Sosyal Medya Araştırmaları 1* (11-68). Konya: Çizgi Kitabevi.

Çamdereli, M. (2011). Medyada Dinin Popüler Temsili. *Türkiye' de Popüler Siyer Çalışmaları* (37-69). İstanbul: Meridyen Derneği.

Çamdereli, M. (2014). [www.islamvemedya.com](http://islamvemedya.com). Kasım 25, 2014 tarihinde http://islamvemedya.com/index.php?option=com_

content&view=article&id=309:prof-dr-mete-camdereli-2&catid=24:manset&Itemid=140 adresinden alındı

DİB. (2002). *Son On Yılda Diyanet İşleri Başkanlığı*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

DİB. (2007, Mart). Diyanet'ten Sanal Fetva Hizmeti. *Diyanet Aylık Dergi Haber Bülteni*, 7.

DİB. (2008, Temmuz). DİB Web Sayfasında İnteraktif Kur'an Öğrenimi. *Diyanet Aylık Dergi Haber Bülteni*, 3.

DİB. (2012, Şubat 03). *Diyanet İşleri Başkanlığı*. Eylül 09, 2014 tarihinde www.diyanet.gov.tr: http://www.diyanet.gov.tr/tr/icerik/diyanet%E2%80%99in-internet-sayfasi-yenilendi/7358?getEnglish= adresinden alındı

DİB. (2014). *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

Doğan, B. Ö. (2014). Çevrimiçi Dinsel Nefret Söylemi. (Ed: M. Çamdereli, B. Doğan Önay, & N. Kocabay Şener) *Medya ve Din* (205-234). İstanbul: Köprü Kitapları.

Görmez, M. (2012, Ocak). Sosyal medya, muktedir bilinçler, disiplinli benlikler. *Diyanet Aylık Dergi* (253), 1.

Haberli, M. (2014). *Sanal Din*. İstanbul: Açılım Kitap.

Küçükcan, T. (2004). Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dini İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler). *II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi* (211-220). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

Küçükyılmaz, M. M. (2014). Medyanın Sosyal'leşmesi. (F. Özutku vdğ.) *Sosyal Medyanın ABC'si* (4-43). İstanbul: Alfa Yayınları.

Mattelart, A. (2005). *İletişimin Dünyasallaşması* (2. baskı). (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Özutku, F. (2014). Geleceğe Yolculuk Web: 1.0, 2.0, 3.0. (F. Özutku vdiğ). *Sosyal Medyanın ABC'si* (44-75). İstanbul: Alfa Yayınları.

Paçacı, İ. (2002, Nisan). Diyanet İşleri Başkanlığı Araştırma, Geliştirme ve Dokümantasyon Merkezi (ARGED). (S.Memiş, Röportaj Yapan).

R.Bunt, G. (2007). *Dijital Çağda İslam*. İstanbul: Babil Yayınları.

Subaşı, N. (2012). www.necdetsubasi.com. Kasım 25, 2014 tarihinde <http://www.necdetsubasi.com/index.php/makale/58-sanal-cemaat-oruntuleri> adresinden alındı

Tınaz, N. (2012). Sanal Âlemde Kardeşlik. *Kutlu Doğum Haftası "Hz. Peygamber Kardeşlik Ahlâkı ve Kardeşlik Hukuku" Sempozyumu* (510-516). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.

Törenli, N. (2005). *Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı*. İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Türkmen, A. (1996). *İslam İletişim Hukuku*. Samsun: Erol Ofset.

Vardi, R. (2013a). *İletişim Araçları ve Din*. İstanbul: Akademi Titiz Yayınları.

Vardi, R. (2013b). *İnternet ve İslam*. İstanbul: Akademi Titiz Yayınları.

Vardi, R. (2013c). İnternette yer alan dini içerikli bilginin güvenilirliği. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 79-87.

Yıldız, İ. (2004). "Dini Yayıncılıkta İnternet" başlıklı bildirinin müzakeresi (kitapta başlık bulunmuyor). *II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi* (221-235). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.

Yılmaz, H. (2014). *Din ve Dindarlık*. İstanbul: Hikmetevi Yayınları.

WEB SİTELERİ

www.diyamet.gov.tr Erişim Tarihi: 25/11/2014

<http://www2.diyamet.gov.tr/dinisleriyuksekkurulu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

<http://www2.diyamet.gov.tr/MushafIncelemeVeKiraat/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

<http://www2.diyamet.gov.tr/DinHizmetleriGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

<http://www2.diyamet.gov.tr/EgitimHizmetleriGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx> <http://www2.diyamet.gov.tr/hacveumregenelmudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

<http://www2.diyamet.gov.tr/DiniYay%C4%B1nlarGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx> <http://www2.diyamet.gov.tr/DisIliskilerGenelMudurlugu/Sayfalar/AnaSayfa.aspx>

www.themwl.org

Erişim Tarihi : 10/09/2014

www.jmaweb.net

Erişim Tarihi : 29/09/2014

www.alifta.com

Erişim Tarihi : 29/09/2014

www.cii.gov.pk

Erişim Tarihi : 30/11/2014

KURUMSAL SUNUM																	
		ANASAYFA		DİYKB		MİKKB		DHGM		EHGM		HUHGM		DYGM		DİGM	
		1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)
1	Hedef	1		1		1		1		1		1		1		1	
2	İlke	1		1		1		1		1		1		1		1	
3	Slogan		0		0		0		0		0		0		0		0
4	Logo	1		1		1		1		1		1		1		1	
5	Tarih	1		1		1		1		1		1		1		1	
6	Kurum Bilgisi	1		1		1		1		1		1		1		1	
7	K. Başkanı	1		1		1		1		1		1		1		1	
8	K. Başkanları	1		1			0		0		0		0		0		1
9	Personel		0	1		1			0		0		0		0		0
10	İletişim	1		1		1		1		1		1		1		1	
11	Duyuru	1		1		1		1		1		1		1		1	
12	Açıklama	1		1		1		1		1		1		1		1	
13	Basın Bülteni	1			0		0		0		0		0		0		0
14	Bağlantılı Org.	1		1		1		1		1		1		1		1	
	Toplam	86%	14%	86%	14%	79%	11%	71%	19%	71%	19%	71%	19%	71%	19%	79%	11%

DİNİ BİLGİ VE EĞİTİM

		ANASAYFA		DİYKB		MİKKB		DHGM		EHGM		HUHGM		DYGM		DİGM	
		1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)
1	Dini Bilgi	1		1		1		1		1		1		1		1	
2	Kur'an-ı Kerim	1		1		1		1			0		0	1		1	
3	Hadis-i Şerif	1		1		1		1			0		0	1		1	
4	Dini Sorular	1		1		1		1	0		0	1		1		1	
5	Video'lar	1			0		0		0		0		0	1			0
6	TV Yayını	1			0		0		0		0		0	1			0
7	Radyo	1			0		0		0		0		0	1			0
8	Dini Mekanlar	1			0		0		0		0		0		0		0
9	Takvim	1		1			0	1			0		0		0		0
10	Kütüphane	1		1		1		1		1		1		1			0
11	Namaz Vakitleri	1		1			0	1			0		0		0		0
12	Gün ve Geceler	1		1			0	1			0		0		0		0
	Toplam	100,00%	0%	75%	25%	42%	58%	58%	42%	16%	84%	25%	75%	75%	25%	33%	67%

INTERAKTİVİTE

		ANASAYFA		DİYKB		MİKKB		DHGM		EHGM		HUHGM		DYGM		DİGM	
		1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)	1 (Var)	0 (Yok)
1	E-Dua	1			0		0		0		0		0		0		0
2	E-Fetva	1		1		1		1			0	1		1		1	
3	Sosyal Ağ	1			0		0		0		0		0	1			0
4	E-Bağış	1			0		0		0		0		0	1			0
5	Mobil	1			0		0		0		0		0	1			0
6	E-Satış	1			0		0		0		0		0	1			0
	Toplam	100%	0%	17%	83%	17%	83%	17%	83%	0%	###	17%	83%	83%	17%	17%	83%

DİNİ KİMLİK VE SANAL UZAM

Betül Önay Doğan

Giriş

Toplum ve toplumu oluşturan değerler sürekli değişim içerisindedir. Bu değişim kimi zaman siyasi, kimi zaman teknolojik ya da ekonomik nedenlere bağlı olarak hız kazanabilmekte ya da yavaşlayabilmektedir. Toplumların değişim süreçleri çeşitli dönemlerle adlandırılrsa da bu dönemler her toplumda ortak ya da aynı zaman dilimi içinde gerçekleşmezler. Yine de toplumlardaki bu değişimi genelleme çalışmaları araştırmacılar tarafından süregitmektedir.

Sıklıkla vurgu yapılan modernleşme kavramı da bu genelleme arayışının bir ürünüdür. Batı dışı ülkeler için modernleşme sosyal, siyasal, ekonomik, kültürel vb. alanlarda Batı toplumlarının sahip olduğu yapı, kurum, değer ve sistemlere sahip olmak amacıyla yapılan tüm değişiklikleri kapsamaktadır. Moderniteyle birlikte toplum yapısında grup bağları, ortaya çıkan sosyal ve siyasal yapılar yoluyla azalırken yeni bir bireysellik kavramı ortaya çıkmaktadır. Modernlik söylemi özgürlük ve özerklik söylemi düşüncesine dayanır. Modernizmle birlikte kimlik artık birey tarafından oluşturulmak zorundadır ve bu kimliği değişime açık hale getirmektedir (Yorulmaz, 2012, s. 61). Bireyin böylesi tek başına ayakta durmaya çalıştığı modern

toplumda, bir destek, mensubiyet, aidiyet ihtiyacı hissedildiğinde ilk dayanak noktalarından biri din olarak görülmektedir. Bu sebeple dinden uzaklaşma, belli bir süre sonra dine ihtiyaç hissetmeyi beraberinde getirmektedir. Birey farkında olsa da olmasa da farklı toplumsal roller ve sorumluluklar içerisinde kimlik problemi yaşadığında çözüm olarak bir inanç sisteminin içinde kendini bulmaktadır.

Günümüzde dünyasını şekillendiren teknolojik gelişmeler de bireysel ve toplumsal yapıda bazı farklılıkları beraberinde getirmektedir. Bedensiz sürdürülen bir yaşam alanı olarak sanal uzam sosyal ilişkilere, değer yapısına ve daha önemlisi gerçek hayata etki eder durumdadır. Teknolojik gelişmelerin sunduğu imkanlar sanal ortamda kimlik sunumlarının da farklılaşmasına neden olmuştur. İnternetin ilk yıllarında yani 90'lı yılların başlarında bilgisayar donanımlı iletişimin ağırlıklı olarak MUD'lar (Multi User Damains) gibi metin bazlı chat odaları tipi mecralarda sürdürülüyor olması, kişilere ait bedensel özellikler gibi birçok benlik sunumunun diğer kullanıcılar tarafından doğrulanamaz olması gibi durumlar kişilerin farklı kimliklerle sanal uzamda bulunmasına kolaylık sağlamıştır (Kara, 2014, s. 43). Geçtiğimiz yirmi beş senelik zaman diliminde sanal uzamın gelişmesi paylaşımlarım fotoğraf ve videolarla eş zamanlı olarak desteklenebilmesi, farklı kimlik sunumlarının ve uygunsuz kullanımların sosyal paylaşım siteleri tarafından ortadan kaldırılmaya çalışılması hatta bu yönde hukuki düzenlemelerin yapılması, insanların sanal uzama ve sanal uzamın yaşam alanı olarak sunduğu pratikleri benimsemesi bireylerin kendi kimliklerinin temel unsurlarını koruyarak internette var olmasına sebep olmaktadır. Ancak çoğu zaman fiziksel alandaki benlik sunumunun sanal alanda birebir aynısının görüldüğünü söylemek mümkün değildir. Örnek olarak sos-

yal paylaşım sitelerindeki paylaşımların genellikle mutlu anlar üzerine kurgulandığı verilebilir. Sanal uzam kendi kendimizi temsil ettiğimiz bir alandır ve tüm temsiliyet süreçlerinde olduğu gibi gerçeğin değişmemesi ya da manipüle edilmemesi imkânsızdır.

Çalışma içerisinde kimliğin ne olduğunun araştırılmasına gidilmeyecek, dini kimliğin ne olduğunun kısaca altı çizilerek, sanal uzamda kimliğin ve özellikle dini kimliğin nasıl yaşanıldığı ve sanal uzamın dini kimliğe nasıl etki ettiği incelenmeye çalışılacaktır. Bir sosyal ağ olarak bir yandan bireysel dini kimliğin oluşturulduğu diğer yandan oluşturulan kimliğin sunulduğu bir alandır. Çalışma dini kimliğin sanal ortamda nasıl şekillendiği ve nasıl sunulduğu noktasında Türkçe literatürde yok denecek kadar az olan çalışmalara zemin hazırlamayı amaçlamaktadır.

Din ve kimlik

Kimlik, günlük konuşmalarımızdan, kitle iletişim araçlarındaki haber paylaşımına kadar pek çok alanda kullanılan, dilimize yerleşmiş bir kavramdır. Kendisini niteleyen bir kelimeyle kullanılan kimliğe, asıl anlamını birlikte kullanıldığı bu kelime vermektedir. Bu açıdan bakıldığında bireysel kimlik; belli bir toplumsal ortamda veya bir sosyal grup içerisinde kişinin ayırt edici özellikleri olarak tanımlanırken (Çoşkun, 2003, s. 6), etnik kimlik; toplum içinde bir grubun /kavmin diğer gruplardan ayırt edici özelliklerine vurgu yapmaktadır. Grup kimliği, toplumsal kimlik, kültürel kimlik, kurum kimliği gibi kimlik bağlamında ele alınabilecek olan tüm türler, bir kategoriye diğerinden ayırmaya çalışan ve şekillendiren unsurlara vurgu yapmaktadır. Bireysel kimlik özellikleri dışında kalan kimlik türleri aynı zamanda o kimliği benimseyen ya da mensup olan bireylerin ortak

özelliklerinin de altını çizmektedir. Bu açıdan bakıldığında kimliğin iki özelliğinin belirtmek mümkündür; ilk olarak söz edilen kimliğin “ötekinden” ayrıştığı noktaları tespit etmeye yarar yani *ayırteci* özelliği bulunmaktadır, diğer yandan aynı kimlik içinde yer alan bireyleri *bütünleştirmekte/aidiyet hissi vermekte* bir çatı görevi görmektedir.

Kimlik, ben kimim? Ya da biz kimiz? Sorularının cevabı olarak dünyayı anlamlandırma sürecinin sonucunda ortaya çıkar ve tüm davranışlarımıza rehberlik eder. Kimlik inşası açısından önemli olan davranışlar bireyin sosyal yapı içinde yer aldığı konum ve rollerle alakalıdır. Bireyden beklenen davranışlar sadece kim olduğu algısı ile değil, aynı zamanda kim olmalıyım beklentisi, başka bir ifadeyle bireyin diğer insanların kendisini hangi sosyal konuma yakıştırdığını düşündüğü ile alakalıdır (Acun, 2011, s. 68). Bu sebeple kimlik durağan değil çevreye, ilişkilere bağlı olarak değişen bir süreci temsil eder. Karşılıklı ilişkilerde, özellikle ortak bir kimlik paydasında bulunan bireyler bu paydada kalabilmek için kendi kimlik standartlarında değişiklik yapmak zorunda kalır. Bu durum belirli bir kimliğe aidiyetin sonucu olarak düşünülebilir. Dini kimlik için de durum farklı değildir. “Bu yaptığın/yapılan bir Müslümana yakışmıyor.” Cümlesi kişilerarası diyalog sürecinde yaşanabilecek ya da daha üst bir otorite tarafından uyarı olarak o kimliğe mensup kişilere yöneltilebilecek ve sonrasında davranış değişikliği oluşturabilecek ve dolayısıyla kimlik standartlarında değişikliği sebep olabilecek bir cümledir.

Kimlikler sosyal aktörlerin onları özümsemesi ve özümseme etrafında bir anlam elde etmesi ile baskın kurumlardan da türetilir. Baskın bazı roller kendini tanımlama adına ön plana çıksa da (örneğin baba olmak gibi) kimlikler daha güçlü anlam kaynaklarıdır.

Roller fonksiyonları organize ederken, kimlikler anlamları organize ederler (Castells, 2010, s. 7).

Belirli bir kimliği benimseyen birey aslında o kimliğin tüm yapısını yani dünyasını da benimsemekte ve içine almaktadır. Kimi kimlikler sonradan kabul edilmekle birlikte, kimi kimliklerin daha doğarken mensubu olunabilmektedir. Aynı dünyada var olan bireyler arasında gerçekleşen toplumsallaşma durumunda, kimliklenmenin ilk andan itibaren bahis konusu dünya içinde yerleşmeyi gerektirdiğini görmek zor değildir. Örneğin anne ve baba çocuklarına bir isim verirler ve onlarla bu kimliğe uygun düşen bir ilişki sürdürürler. Herhangi bir kelimeyle isimlendirme eylemi, bir yerleştirme eylemidir. Daha sonra bu yerleştirmeye uygun konumdan dünya sahiplenir. Bundan şu sonucu çıkartmak mümkündür, Herhangi bir fert başkalarının tavrı ve rollerini benimsemesine paralel olarak onların dünyasında yer almaktadır. Her kimlik bir dünyayı ifade eder. Esasen böyle bir etkileşim bir tür aynileşme olayıdır (Çoşkun, 2003, s. 13). Kişi benimsediği ya da aynileştiği rolü diğer rollere tezat olmayacak şekilde oynamak durumundadır. Farklılaştığı noktada farklı bir role ya da kimliğe kayma ve sahip olduğu kimlik ve rolden uzaklaşma riskiyle karşı karşıya kalır. Kabul edilen dini kimlik, aynı kimliğe mensup olan diğerleriyle uyum sağlayacak şekilde sunulmalıdır. Farklılaşmanın büyümesi aynı kimlik çatısı altında bulunamama sorununu da beraberinde getirebilmektedir. Bu sebeple özellikle dini kimlikleriyle ön plana çıkmayı arzu eden bireyler oyunun kuralını iyi bilmek ve öğrenmek zorundadır.

Görmez'e göre (2005) dini kimlik perspektifinden bakıldığında Müslüman kimliği tanımlamak için sadece kelimeler ve akaid kitaplarındaki dini metinler yetersiz kalabilecektir. Bu sorunun cevabını İs-

lam'ın insanın varoluşuna kazandırdığı veya getirdiği anlamlar, kişiliği inşa etmek için önerdiği ahlaki değer, tasavvur ve semboller ve tüm bunları kuşatan kültür, gelenek ve medeniyet mensubiyeti belirleyecektir. Din bazı davranış biçimlerini diğerlerine tercih etmemizi sağlar, bu yönüyle kültüre de etki etmektedir. Bu tercih ediş günümüzde sanal uzam da dahil tüm yaşam alanlarını kapsamaktadır. Yine sosyal uzamda sürdürülen sosyalleşme yönelimi din tarafından belirlenmekte ve belli süre sonra din algısı da bu süreç sonucunda tekrar şekillenmektedir.

Sekülerleşmeyle birlikte etkisinin azaldığı vurgulanan din, bireysel kimliğin daha ön plana çıktığı günümüzde tekrar birleştirici güç olarak ihtiyaç duyulan ve bel bağlanan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnternet ve Kimlik

Online sosyal ağlar kişilerarası etkileşimin artış gösterdiği mekanlardan biridir. İnsanların bir araya gelip fikirlerini paylaşabilecekleri, etkileşimde bulunabilecekleri her yer kişiler için anlamlıdır. Bu sebeple mekanın gerçek ya da sanal olmasına bakılmaksızın yeni kurumlar ve kişisel kimliklerin oluşumunda son derece güçlü bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir (Acun, 2011, s. 67). Sosyal paylaşım siteleri gibi sanal ağlar da tıpkı gerçek mekanların sağladığı arkadaş olma, birbiriyle konuşma, paylaşma gibi tüm etkileşim sürecini içinde barındırmaktadır. Zaten gerçek yaşamda da kimliğin oluşmasına en fazla etki edenler bahsedilen aktivitelerdir.

İnternette oluşturulan kişisel web sayfaları, hazırlayanların kendilerini hayali bir topluluğa sunma projesidir. Kimin, ne kadar ilgilendiği belli olmasa da bir izleyici kitlesinin varlığı bizim benlik su-

numumuzu etkili hale getirmeye çalışmamıza sebep olur. Diğer insanlar üzerinde izlenim yaratma veya sosyal ortamda oluşturduğumuz izlenimi belirleme arzusu temel bir insani özelliktir. Bu durum internette de değişmez sadece kişiler için daha kolay ve zahmetsiz bir yoldur (Denizci, 2009, s. 51). Bir laboratuvar da deney yapar gibi internet üzerinden denemeler yapılabilir. Herhangi bir baskı ya da cezayla karşılaşmadan farklı kimlik sunumları denenebilir. Kişileri etkileme ve izlenim oluşturma amacıyla bizim olmayan kimlikler de üstlenilebilir. Fiziksel dünyamızı sanal uzamın içine yerleştirdiğimiz oranda bahsettiğimiz farklı kimlik sunumları ortadan kalkmaktadır. Gerçek zamanlı fotoğraf paylaşımlarında, var olan arkadaşlarımızla aynı sanal ortamı paylaştığımızda yansıtabildiğimiz şey zaten var olanıdır. Ama yine de manipüle edilmiş bir gerçeklik karşımızda durmaktadır.

Sanal uzamın bireylere ve topluluklara sağladığı özgür üretim ve ifade alanı, dinin hem bütünleştirici ve hem de ayırteci işlevini yerine getirebilmek için karşı konulamaz olanaklar sunan bir yaşam alanı olarak karşımızda durmaktadır. Sanal uzam bir yandan bireye kimliğini kavrama ve yorumlama olanağı sunarken diğer yandan bu kimliği başkalarına sunma imkanı tanır.

Günümüzde internet üzerinden etkileşime giren bireylerin çoğu gerçek kimliklerini online ortamda sürdürmek istemektedir. Özellikle Facebook ve Google ID uygulamalarıyla birçok web sitesine giriş yapabilme şansı bireylerin bu isteğini destekler niteliktedir. Gerçek kişilikle oluşturulan hesapların tüm sanal uzamda kullanılması bir avantaj olarak görülmektedir. Ayrıca bu durum çevrimiçi kimliklerin çevrimdışı kimlikler gibi kalıcı olmasını sağlamaktadır. Tabii internet her ne kadar gerçek kimliklerle sanal uzamda dolaşıl-

masını desteklese de arzu edenler farklı hesaplarla kimlik denemelerinde bulunabilmektedir. Psikologlar bu durumun negatif algılanmaması gerektiği, bireylerin bu şekilde kim oldukları, kim olmak istedikleri gibi sorulara cevaplar bulabildiklerini ifade etmektedir. Fakat bu durumda o kimliğin sürdürülebilirliği ve kalıcılığı noktasında sıkıntı yaşanmaktadır (www.theguardian.com, 2012). Bu sebeple günümüzde giderek ikincil bir kimlik oluşturma çabası yerini gerçek kimlikleri online ortamda sürdürme isteğine bırakmıştır. Gerçek ve online kimlik paralellik arz ettiğinde, kişilerin online ortamdaki tüm paylaşımları gerçek kimliklerinin çerçevesini çizmekte ve bireyin algılanmasında iki uzam bir bütün olarak ele alınmaktadır.

Kimliği bir sembolik etkileşim süreci ve zaman içinde değişen ve yeniden biçimlenen bir anlatı olarak ele alırsak internet gibi elektronik iletişim araçlarının gelişiminin kimlik oluşum sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Birey kimliğini arzu ettiği şekilde konumlandırmak için giyim tarzından dil kullanım biçimine kadar, boş zaman etkinliğine, müzik tüketimine ve medya kullanma şekline değin farklı materyal ve kültürel öğelere başvurur. Bu noktada internetin yeni bir ifade ve sosyal ilişki mekanı olmasından dolayı yeni kimliklerin inşa edildiği bir mecra yaratmaktadır. Sanal alem kişilerin benliklerini tek ve yekpare bir bütün olarak değil, aksine çoklu bir benlik olarak algılamalarını sağlar (Yorulmaz, 2012, s. 64). Sosyal paylaşım sitelerinde profil oluşumunda, paylaşımlarda ya da paylaşımlara verilen tepkilerde aslında kimlik belirginleşmekte ya da bazı durumlarda silinmektedir. Örneğin sosyal paylaşım sitelerindeki paylaşımlarda, bahsedilen kimliklerden bazılarının daha fazla ön plana çıktığı ve “ötekinin” yorum ve paylaşımlarıyla bu kimliklerin daha belirgin bir hal aldığı ifade edilebilir.

Vücudun olmadığı bir ortam da olsa internet kimlik oluşumuna sosyal bir süreç içerisinde katkıda bulunur (Lövhheim & Linderman, 2005, s. 121). Sosyal süreçten kasıt *diğerleriyle* kurulan ilişkidir. İnternetin bize sunduğu olanaklarla sürdürülen etkileşim fiziksel alandakine benzer bir sosyalleşmeyi olanaklı kılar. Burada kimlik oluşumunu belirleyen internetin, din ekseninde hangi amaçlarla kullanıldığı ve yine internetin sağladığı hangi faydaların öne çıktığıdır.

İnternette Dini Kimlik Oluşumu

İnternetin hangi dini amaçlarla kullanılabildiği sorusu düşünüldüğünde, kullanım amaçlarını üç başlık etrafında özetlemek mümkündür; bilgi (inançlar ve uygulamalar noktasında bilgi bulmaya da var olan bilgiyi sunmak), interaktivite (farklı içerikleri cevaplama ya da cevap elde etme), dayanışma (herhangi bir zaman ve yerdeki dini içerikli sosyal ağı oluşturma ya da destekleme) olarak belirlenebilir (Lövhheim & Linderman, 2005, s. 126). Bahsedilen amaçlar kimlik oluşumunu belirleme ve destekleme sürecinde etkili olmaktadır. Örneğin, bilgi sahibi olunmayan ya da internet dışında bilgi sahibi olmanın zor olduğu bazı konulara sanal ortamda kolayca erişebilme mümkün olmaktadır. Bu sebeple kaybolmaya yüz tutmuş wicca (modern cadılık) ya da neo – pagan inanışlar sanal ortamda tekrar canlanmıştı. Günümüzde bahsedilen inançlarla ilgili bir internet araması yapıldığında karşımıza yüzlerce farklı bilgi alanı çıkmaktadır (örn. http://www.witchvox.com/lx/lx_wicca.html). Sadece sıra dışı olarak niteleyebileceğimiz inançlar için değil, semavi dinlerle ilgili akla takılan ve kime sorulacağına karar verilemeyen pek çok konuya sanal ortamda özgürce ulaşılabilir. Bilgi alışveri-

şi genellikle interaktif uygulamaları beraberinde getirmektedir. Tartışma toplulukları/forumlar ya da sanal dini yapıların içeriğine yerleştirilmiş soru cevap alanları ya da kimi bloglar bile karşılıklı etkileşimi olanaklı kılmaktadır (örn. www.islam-tr.com/forum/, www.religiousforums.com/). İnteraktif uygulamalar sanal gruplara ya da yapılandırılmalara kapı aralamakta, süreklilik arz eden dini yapılar ya da başka bir ifadeyle sosyal ağlar oluşmaktadır.

Müslümanlar, Hz. Peygamberin vefatından sonra dinin idamesi için bazı kurumlara ihtiyaç duymuşlardır. Bu ihtiyacın sebepleri; sahih bilgiyi temin etmek, ibadet hayatını tanzim etmek ve bir disiplin içinde yürütülmesini sağlamak, manevi ve ahlaki davranışları eğitim yoluyla kazandırmaktır (Görmez, 2005). Günümüzde özellikle genel kabul görmüş dini cemaatlerin, resmi dini kurumların internette oluşturdukları ya da oluşturmaya çalıştıkları yapılar ya da sosyal ağların oluşumunda yukarıda bahsedilen ve İslam'ın ilk döneminden bu yana kurumsallaşma sebebi gösterilen amaçların yansımalarını görmek mümkündür. Böyle bir yapılanmanın internette var olmasının sebebi olarak, kimliği korumanın sadece geçmişi korumakla mümkün olmadığı, geleceğe yönelik ideal, tasavvur ve hedeflerin genç nesillere aktarılması gerektiği (Görmez, 2005), internetin bu aktarım için vazgeçilmez bir alan olduğu ifade edilebilir. 2013 yılı verilerine göre Türkiye'de gençlerin internet kullanım oranının % 68,7 olduğu göz önüne alındığında (www.tuik.gov.tr), internette özellikle dini kimliği koruma amacıyla yürütülen çalışmaların sebebini anlamak mümkündür.

Lövheim & Linderman (2005) sanal ortamda kimlik oluşumunu sosyal sermayenin bir unsuru olarak ele alırken, farklı sosyal gruplardaki insanların bir araya gelerek homojen bir din kimliği o-

luşturduklarını belirtmektedir. İnterneti din kimliğinin ortaya çıkma sürecinde farklı bir sosyal ilişkiler ağı olarak niteleyen yaklaşımın yanında mevcut sosyal ilişkilerin bozulmuş ve yozlaşmış hali olarak gören yaklaşım da bulunmaktadır. Hangi bakış açısı kabul edilirse edilsin internet kişilerin anlam bulma ve elde ettikleri anlamı kişisel sunumlarında kullanma olanaklarını genişletmiştir. Yine unutulmaması gereken bir nokta bu var olan imkanlara erişimin cinsiyet, ekonomi, ırk vb özellikler tarafından sınırlanabileceğidir.

Örnekler Üzerinden Sosyal Paylaşım Sitelerinde Dini Kimlik Sunumu

Birey bulunduğu konum ve rollere bağlı olarak birçok kimliğe sahip olabilir bu kimlikleri sınıflandırdığında bazı kimliklerin diğerlerinden daha baskın olduğu ortaya çıkar. Buna çıkkın kimlik adı verilir. Kimliğin çıkkınlığını belirleyen şey ise bireyin o kimliğe bağlılığı yani çeşitli durumlarda harekete geçirilme ihtimalidir. Kimliğe bağlılığı gösteren ise o kimliğe bağlı kurulan ilişki sayısı ve o kişilere atfedilen önemdir. Kimliğe dayalı ilişki sayısına etkileşimsel sadakat, kimliğe dayalı ilişkilerin önemine duygusal sadakat adı verilir. Birey hayatına anlam ve amaç kazandıran ilişkilere daha çok önem atfeder (Acun, 2011, s. 68). Sosyal paylaşım sitelerinde bu önem beğenme, paylaşma ve yorum yapma üzerinden gözlemlenebilmektedir. Beğenme ve paylaşmada birey daha pasif iken, yorum sürecinde daha aktif olduğu söylenebilir. Diğer bir farklılık beğenme ve paylaşmaya kıyasla yorumlara daha fazla cevap yazılma durumunun söz konusu olmasıdır. Bu hem bir tartışma ortamının oluşmasına hem de etkileşimin ve etkilemenin yorumlar üzerinden daha fazla olmasına sebep olmaktadır.

Kimliklenme, sürekli olarak kurma/inşa etme sürecidir. Sadece geleceğe değil, geçmişe ait göndermeleri olan bir olma halidir. Geçmiş, şimdi ve gelecek için ortak bir bellek oluşmasına yardımcı olur (Toprak vd., 2014, s. 103). Yani kimliğin yeniden biçimlenmesi sürecinde sadece şimdi ve geleceğe yönelik verilere değil, geçmişe ait paylaşımlara da ihtiyaç duyulmaktadır. Geçmiş, şimdi ve gelecek için temel teşkil edecekve şimdi ve gelecek bu temelle şekillenecektir.

Kimlik üretimi kamusal bir süreçtir ve iki boyutu vardır. Bunlardan ilki *kimlik duyurusu*; kişinin kendi kimliğini yansıttığı süreç, diğeri *kimlik ataması*; diğer kişilerin kimlik duyurusunu yapan kişi ile ilgili olarak geliştirdikleri düşünceler (Stone akt. Toprak vd., 2014, s. 103). Sanal uzamda sosyal paylaşım siteleri özelinde düşündüğümüzde kimlik duyurusu, kişi ya da grup profillerinde görsel ya da yazılı paylaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kimlik atamasını ise kişilerin paylaşımlara yorumlarında görmek mümkündür. Sosyal paylaşım siteleri sürekli bir döngüyü içinde barındırır. Bu sebeple kimi zaman yorumlar kimlik duyurusuna dönüşür ve yoruma yöneltilen düşünceler kimlik ataması halini alır. Yada bir arkadaş ya da grubun paylaşımının kişinin ya da grubun profil sayfasına taşınması aynı şekilde süreci tersine çevirir niteliktedir.

Çalışma içerisinde sosyal paylaşım sitelerinin kimlik biçimlenme sürecinde nasıl bir rol oynadığını, yapılan paylaşımların ne yönünde olduğunu analiz etmek amacıyla, Google arama motoruna “İslam - Facebook” ve “Müslüman - Facebook” kelimeleri yazılarak aram yapılmış ve her iki aramada ilk çıkan gruplar incelenmiştir. Çalışmada sosyal paylaşım siteleri içinde Facebook'un ele alınmasının sebebi, profil oluşturma ve zengin görsel ve metin paylaşım seçeneklerinin yanında, Türkiye'de en fazla üyesi olan sosyal paylaşım sitesi olma-

sından kaynaklanmaktadır. Aramada ilk karşılaşılan gruplar; “Genç Müslümanlar” ve “İslami Paylaşım” olmuştur.

Bahsedilen sosyal paylaşım siteleri, yukarıdaki bilgiler ışığında kimlik biçimlenmesini belirlemeye yardımcı aşağıdaki sorulara cevap bulacak şekilde incelenmiştir;

- Grupların beğeni sayısı nedir?
- Grupların 6 günlük paylaşım sayısı ve her bir paylaşımın beğenme, paylaşma ve yorum sayısı nedir?
- Yorumlar sadece paylaşım eksenli midir ya da yapılan yorumlara yorum yapılarak paylaşımlar haricinde bir etkileşim söz konusu mudur?
- Yapılan paylaşımların geçmiş anlatılar ve dini bilgiler ile şimdiki zamana ait olaylar ve gelecekle ilgili tasavvurlar temel alınarak dağılımı nasıldır?
- Paylaşımların ve paylaşımlara verilen tepkilerin sıklığı nedir? Tepkilerin pozitif ve negatif olma üzerinden dağılımı nasıldır?
- Paylaşımlarda ötekileştirme söz konusu mu?
- Paylaşımlar içerisinde “uyarı” içeriği bulunmakta mı?

Grup isimleri ve beğeni sayıları

Facebook'ta incelenen grupların isimleri	Beğeni sayıları*
Genç Müslümanlar	154.624
İslami Paylaşım	614.264

* Çalışma verileri 02.02.2014 tarihi aittir.

İncelenen topluluklar görece yüksek beğeni sayılarına sahiptir. Grupta yer alan paylaşımların diğer kişiler tarafından kendi profil sayfalarında paylaşıldığı da düşünüldüğünde, yukarıda geçen ra-

kamların daha yüksek olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Grupların kim tarafından ve ne amaçla kurulduğu grup sayfalarında belirtilmemektedir. Grup sayfasından yapılan paylaşımlar özel bir isim altında değil grup ismiyle yapılmaktadır. Paylaşımlara geçmeden önce, grup isimlerinin de pek çok çağrışımı beraberinde getirdiğini ifade etmek gerekir. Genç Müslümanlar, hem kendilerini hem de hedef kitlelerini genç olarak nitelemekte, İslami Paylaşım içeriklerin sınırlarını kesin çizgilerle çizmektedir. Bu açıdan bakıldığında grup isimlerinde kimliklenmenin izlerini yakalamak mümkündür.

Grupların 6 günlük paylaşım sayısı ve her bir paylaşımın beğenme, paylaşma ve yorum yapma oranı

Genç Müslümanlar															
25 Ocak				26 Ocak				28 Ocak		29 Ocak		30 Ocak			
Grup Paylaşımları				Grup Paylaşımları				Grup Paylaşımları				Grup Paylaşımları			
Beğeni	Ayet paylaşımı	Güncel olay	Özlü söz (güncel)	Fotoğraf (uyarı içerikli)	Güncel olay	Grup özel paylaşımı (uyarı içerikli)	Fotoğraf (uyarı içerikli)	Grup özel paylaşımı - güncel(uyarı içerikli)	Güncel fotoğraf	Güncel fotoğraf	Grup özel paylaşımı (uyarı içerikli)	Dua	Grup özel paylaşımı(uyarı içerikli)		
Paylaşım	137	187	57	748	164	109	227	106	71	153	50	37	164		
Yorum	34	81	1	211	11	2	16	38	1	1	2	1	1		
Yorum	1	11	0	7	4	2	2	0	3	2	1	1	4		
Yorum	1	9	0	3	1	3	0	0	3	1	0	0	6		
Beğeni	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0		
Yorum	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0		

İslami Paylaşım Grubu																
25 Ocak			26 Ocak					27 Ocak								
Grup Paylaşımları			Grup Paylaşımları					Grup Paylaşımları								
Beğeni	Hadis Paylaşımı	Video paylaşımı (Tavsive)	Özlü söz	Ayet paylaşımı	Youtube Video paylaşımı (Güncel olay)	Video paylaşımı (sünnet)	Özlü söz	Ayet Paylaşımı	Hadis Paylaşımı	Özlü söz	Özlü söz	Kâbe görüntü videosu	Özlü söz	Özlü söz	Özlü söz	Dua
Paylaşım	628	478	1581	783	116	489	1536	526	804	987	5182	853	1332	1272	788	851
Yorum	373	156	730	101	53	106	408	119	276	153	1004	0	415	289	398	203
Yorum	24	10	10	2	3	11	18	5	2	17	21	16	6	7	11	41
Yorum Beğeni	3	3	7	0	0	3	6	0	0	6	11	4	6	12	5	0
Yorum Yorum	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Genç Müslümanlar grubu 25 Ocak – 30 Ocak tarihleri arasındaki 6 gün içinde 13 paylaşımda, İslami Paylaşım Grubu ise aynı tarihler arasında 47 paylaşımda bulunmuştur. Genç Müslümanların yaptığı paylaşımlara bakıldığında ağırlıklı olarak uyarı içeriğindedir.

“Faizli bankalardan alınan Kredinin kesinlikle haram olduğunu çok söyledik fakat dinletemedik.

Birilerinin uydurduğu çakma fetvalarla bir çok müslüman kendisini bu büyük günaha bulaştırdı.

Bundan daha canımı ise kredi borcu bunalımına girip intihar eden Müslüman kardeşlerimizin olmasıydı...! “Faiz yiyenler (kabbirlerinden) şeytan çarpmış kimseler gibi kalkarlar” (Genç Müslümanlar, 28 Ocak)”

İslami Paylaşım ise daha çok ayet, hadis ve özlü söz gibi paylaşımlarda bulunmuştur.

“Sizin de paranız yoksa vereceğiniz bir şeyiniz vardır mutlaka bir öğüt, bir tebessüm...” (İslami Paylaşım, 27 Ocak)

Her iki Facebook grubunun en çok beğenilen paylaşımlarına bakıldığında Genç Müslümanların 26 Ocak tarihinde paylaştığı “Yapılan araştırmalarda sırf Kalbi Temiz diye Namaz Kılmayanların Cennete gireceklerine dair bir Ayet Bulunamadı” ve İslami Paylaşımın 27 Ocak tarihindeki “Allah’ı Anın Onu Anmak Şifadır (Hz. Ömer)” sözlerinin en yüksek beğeniyeye sahip olduğu görülmektedir. İlki mizahi ve uyarı içeren sözdür. Güncel hayatta sık sık kullanılan bir ifadeyle (kalbim temiz)

İslami Paylaşım yeni bir fotoğraf ekledi:
26 Ocak 2014



Beğen Yorum Yap Paylaş 3.326 29 1.317

alay etmektedir. İkinci paylaşım ise “Allah’ı anma” tavsiyesinde bulunmaktadır. Grup paylaşımlarına genel olarak bakıldığında, iki paylaşımda grup özellikleri ve paylaşımlarıyla paralellik göstermektedir. İki paylaşımda da karşıdaki kişinin davranışlarını yönlendirme isteği söz konusudur. Grup paylaşımlarının ziyaretçiler tarafından kendi profil sayfalarında paylaşılma oranına bakıldığında Genç Müslümanlarda en fazla beğenilen paylaşımın aynı zamanda en fazla paylaşıldığı, İslami Paylaşımın ise 28 Ocakta “Hayırlı Eş huzurun başlangıcıdır (Hz. Ali)” fotoğraf destekli paylaşımının en yüksek ziyaretçi paylaşımına olduğu görülmüştür.

Yapılan yorumlar incelendiğinde beğeni ve paylaşım sayısı ile karşılaştırıldığında çok az yorum yapıldığı ve özellikle İslami Paylaşım sitesinde yapılan yorumlardan pek çoğunun konuyla alakası olmadığı görülmüştür. Mesaj yoluyla bu durum grup yöneticisine sorulduğunda sadece reklam ve küfür içeriklerinin silindiği diğer (evlenme isteği, bizim sayfamızı da beğenirmisiniz .. gibi) yorumlara dokunulmadığı ifade edilmiştir. Alakalı görülen yorumlar ise daha çok beğeniyi ifade eden cümleler ya da dualara yöneltilen “Amin”lerden oluşmaktadır. Bu sebeple yorumlara ait veriler inceleme dışı bırakılmıştır. Ayrıca konu ile alakalı yorum yapanlar incelendiğinde istisnalar hariç kişilerin bir kereye mahsus yorumlarda bulunduğu görülmektedir. Bu da grupların aidiyet duygusuyla takip edilmediğini düşündürmektedir. Yorumlar arasında katkı niteliği taşıyanlardan bahsetmek oldukça güçtür. Bu sebeple negatif ya da pozitif bir etkinin analizine gerek görülmemiştir.

Son olarak paylaşımların içeriğine bakıldığında, Genç Müslümanlar grubunun 13 paylaşımından 6’sının güncel içeriklerle oluşturulduğu, İslami Paylaşım grubunun ise 47 paylaşımından sadece

iki tanesinin günceli ele aldığı görülmüştür. Güncel olayların dışında kalan manevi paylaşımlar genellikle ayet, hadis ya da özlü sözlerden oluşmaktadır. Bu durum şimdi ya da geleceğe dini perspektiften yön verme arzusunun yerine ortak bir paydada buluşma ve bunu sürdürme isteğinin varlığını göstermektedir. Değerlerin paylaşımı ve geleceğe aktarılması şimdiyi ve geleceği paylaşma duygusundan daha ön plandadır.

Sonuç

Turkle (2005) 1984 yılında ikinci kişilik (second self) olarak tanımladığı bilgisayarın, internet ve internet üzerinden birbirine bağlanan milyonlarca kişi tarafından değiştirildiğini ve yeni bir uzama dönüştüğünü ve bu uzamda bireye ait çoklu kimliklerin sunulduğunu vurgular. Birçok içeriğin eş zamanlı olarak sürdürülebildiği pencereler (windows), bireyin farklı temsiliyetleri sürdürmesine zemin hazırlar. Bir yanda kişisel arkadaşlıklarınızı sürdürdüğünüz sosyal paylaşım sitesi, diğer yandan araştırmalarınızı yürüttüğünüz web sayfaları hep farklı rol sunumları olarak ortaya çıkar ve tüm bu süreç bize bireyin özet olarak sunduğu bireysel kimlik bütünü verir. Bu sunum süresince fiziksel yaşamdan destek alır.

Bu sebeple internet üzerinden yürütülen çalışmaların sanal uzamı fiziksel hayattan soyutlayarak ele alması mümkün değildir. Sanal uzam bir yaşam alanıdır. Aynı fiziksel alanda olduğu gibi bireye ait çeşitli kimlikleri yaşama olanağı tanır. Ve yine fiziksel alanla benzer olarak bazı kimlikler diğerlerine baskın olarak sanal uzama taşınır. Dini kimlikte sanal uzamda yaşanan ve sunulan bir kimlik olarak karşımıza çıkar.

Sanal uzamda da fiziksel alanda olduğu gibi sosyal ilişkiler yaşanır. Her ne kadar internet sosyal ilişkileri daha göz önünde yaşama olanağı tanısa ve sosyal ilişkilere dahil olmak ya da ayrılmak daha

kolay olsa da fiziksel alandaki etkileşime benzer bir etkileşim sürecine ait bir çok özelliği içinde barındırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Örneğin sahiplenilen ve sunulan kimlikler sanal uzamdaki bu etkileşimlerle şekillenir ve değişime uğrar.

Hangi inancı sahiplenirse sahiplensin, dini kimlikler bireyin bir parçasıdır. Benlik sunumunda bireyin dini kimliğini ön plana çıkarması, algılama ve algılanma sürecine doğrudan etki etmektedir. Sanal uzamın yaşam alanı içerisinde kendine yer edinmesiyle bireylerin kendi kimliklerini yorumlama, paylaşma, etkilenme ve etki etme düzeylerinde de farklılık yaşanmıştır. Kanaat önderleri yerine yıllardır görmediğiniz bir arkadaşınızın paylaşımı alacağınız karara yönelebilmektedir ya da birçok arkadaşınız paylaşımlarınıza dayanarak sizi daha önce tanımladıklarından farklı tanımlayabilmektedir.

Sadece Facebook özelinden, Türkiye'de 30 milyonun üzerinde aktif kullanıcı sayısı olduğu yani Türkiye'deki online nüfusun %94'ünün Facebook kullandığı (www.campaigntr.com, 2014) düşünüldüğünde kişileri etkileme kapasitesinin boyutları da tahmin edilmektedir. Bu sebeple araştırmada örnek gruplar Facebook üzerinden seçilmiştir. Facebook'ta araştırma içerisindeki ele alınan grupların paylaşımlarına bakıldığında beğeni ve ziyaretçilerin kendi profil sayfalarında tekrar paylaşım sayılarının yüksek olduğu ifade edilebilir. Başka bir ifade ile binlerce kişi grup paylaşımlarını görmekte, okumakta ve beğenmeye ya da paylaşmaya değer bulmaktadır. Ancak daha önce ifade edildiği gibi bunlar pasif etkileşim olarak görülebilir. Yorum yazma sayılarına bakıldığında sayının çok az olduğu ve yorumların niteliğinin zayıf olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırma için bir diğer ilginç bulgu ise kişilerin özlü sözleri diğerlerine nazaran daha fazla paylaşmasıdır. Bireyler uyarmaktan zi-

yade tavsiye etmeyi tercih etmektedir. Binlerce kişi bir sözü kendi sayfalarında paylaşmakta ve belki gün içinde bu söz üzerinden hareketlerini düzenlemektedir. Ayrıca paylaşımlar incelendiğinde güncel olaylardan ziyade manevi içerikli sözlerin daha fazla paylaşılması dini kimlikle ilgili bağın etkileme ve kimliği belirlemeye çalışılması boyutundan çok duygusal tatmin seviyesinde kaldığı ifade edilebilir.

Sanal uzam pek çok alanda olduğu gibi dini kimliğin oluşumunda da etkisini göstermektedir. Online fetvalar, tefsirler, online sunulan siyerler gibi kurumsal çalışmaların yansımalarının yanı sıra sosyal etkileşim içerisindeki dini paylaşımlar da kimlik belirlenmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle güncel olaylar ele alınırken paylaşımlarda çekingenlik yaşanabilmekte bu durum karşımızdaki kişi ya da kişilerin tanımlanamamasından kaynaklandığı ve bu sebeple alınacak tepkilerin hesaplanamamasının bu çekingenliğe neden olduğu düşünülebilmektedir.

KAYNAKÇA

Acun R. (2011) Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik, *Milli Folklor* yıl 23, sayı: 89, 66 – 77

Castells M. (2010) *The Power of Identity*, Willey-Blackwell Publications

Çoşkun A. (2003) *Din ve Kimlik*, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi (24), 5-23

Denizci M. (2009) *Bilişim Toplumu Bağlamında İnternet Olgusu ve Sosyopsikolojik Etkileri*, Marmara İletişim Dergisi sayı 15, 47 – 63

Görmez M. (2005) *Din, Kimlik ve Diyanet İşleri Başkanlığı*, VI. Avrasya İslam Şurası, 5-9 Eylül 2005, İstanbul

Kara U. Y. (2014) *Kimlik Oyunu*, İletişim Yayınları: İstanbul

Krotoski A. (2012) *Online identity: is authenticity or anonymity more important?*, [Http://www.theguardian.com/technology/2012/apr/19/online-identity-authenticity-anonymity](http://www.theguardian.com/technology/2012/apr/19/online-identity-authenticity-anonymity) (erişim tarihi 10 Aralık 2014)

Lövheim M. & Linderman A. (2005) *Constructing Religious Identity on the Internet* (içinde: Religion and Cyberspace), Routledge: New York, 121 – 137

Toprak A. vd. (2014) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görüyorum Öyleyse Varım!"*, Kalkedon Yayınları: İstanbul

Turkle S. (1999) *Cyberspace and Identity, Contemporary Sociology*, vol 28, no 6, 643 – 648

Yorulmaz M. (2012) Din ve Kimlik ilişkisi Bağlamında Türkiye'de Kimlik arayışları – Yapısal Bir İçerik Analizi, *Elektronik Siyaset Bilimi araştırmaları Dergisi*, Haziran, cilt 3, sayı 2, 59 - 74

Dünya Nüfus Günü, 2014, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15975>

Türkiye Facebook Rakamlarını açıkladı (2014) <http://www.Campaigntr.com/2014/02/20/68209/facebook-turkiye-rakamlarini-acikladi/> erişim tarihi 10 Aralık 2014

TIKLAMA KÜLTÜRÜ VE DİN: CİNSİYET BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME (INSTAGRAM ÖRNEĞİ)

Birsen Banu Okutan

Giriş

Teknolojinin hızla gelişmesi, dijitalleşmenin sınırlarını da her geçen gün genişletmektedir. Feldman (1997, s.x) “dijital medya hakkında yazmanın Forth Köprüsünü boyamaktan daha zor” olduğunu söylerken, dijital devrimin tek yöllü seyahatinde insanoğlunun kapıdan içeriye girdiğini ve asla konforlu medyanın eski dönemlerine geri dönemeyeceğini iddia etmektedir. Temelde bu iddia, radikal maddada “yeni” bir döneme işaret eder. Bugün dijital kelimesi birçok enformasyon bilimci tarafından “devrim” kelimesiyle tamlama oluşturmakta; zihniyet yapılarını kökten değiştiren endüstri veya Gutenberg devrimi gibi benzer bir sıçramayı temsil eden bir kopuş olarak düşünülmektedir (Mutlu, 2005, s.209).

Bu çalışmanın amacı da dijitalleşen medyanın yarattığı kültürü ve bireylerin bu kültüre eklenme biçimlerini belirli parametreler çerçevesinde analiz etmektir. Çalışmada, öncelikle dijital medyanın oluşturduğu kültür tanımlanacak, ardından bu kültürün din ile girdiği etkileşim fotoğraf paylaşım programı olan instagram üzerinden çözümlenecektir. Çözümleme sürecinde dijitalin ve din ilişkisi-

ni anlamak için içerik analizi yapılırken, dini cemaatin instagramdaki seyri mülakatlar yoluyla serimlenecektir. Sonrasında, dini cemaatin kadın ve erkek bireylerinin dijital sosyalleşmeye katılımı paralellikler ve ayrımlar ekseninde analiz edilecek ve değerlendirme yapılacaktır.

TIKLAMA KÜLTÜRÜ

Dijital devrimin anahtarı, dünya tecrübesinin ifadesi olarak görülen “analog” bilgiden, bilgisayarlar dünyasının formülü olan “dijitale” yönelmedir; bu nedenle artık dijital bilgi “yönlendirilebilir” “network oluşturulabilir” “yoğun” “sıkıştırılabilir” ve “çekimser” bilgiye (Feldman, 1997, s.1) karşılık gelir. Analog enformasyonun dijital biçime dönüşmesiyle, ses, imge ve metinler sıkıştırılarak “tek bir dile” çevrilmekte (Mutlu, 2005, s.215) sınırsız sayıda kullanıma ve uygulamaya tabi tutulmaktadır. Dijital dilin iletişim tarzını, tasarımını, tahayyül şeklini, düşünme, algılama ve kavrama biçimini değiştirdiği (Mutlu, 2005, s.209) düşünüldüğünde, dijitalleşmenin kendi içinde canlı bir oluşum yarattığı görülmektedir. Yeni dijital dünyanın var oluş bileşenlerini çözümleyebilmek ve oluşan kültürün nasıl inşa edildiğini ve edilmekte olduğunu anlamak için dijitalliğin motor göstergesi internet (Green, 2010, s.163) üzerine yoğun çalışmalar yapılmakta, “yeni medya teorileri” (Hollingsworth, 2005; Hassan ve Thomas, 2006; Chun ve Keenan, 2006) bu bağlamda oluşturulmaktadır. Yeni medya teorileri, “dijital kodlara dayanan medyanın tüm formlarının birlikte işlemesi” (David, 2009, s.686) üzerinden interaktif iletişim ağını çözümlemeyi hedeflemekte, dijital difüzyonun piyasa, teknoloji ve bireyden oluşan (David, 2009, s.689) karmaşık ağını irdelemektedir.

Dijital çağın ağ bileşenlerini daha iyi kavrayabilmek için Mardin'in (2007, s.50-51) toplumsalın kullandığı araçların özelliklerle donatıldığını ve bunların kendine has bir yapı oluşturduğunu açıkladığı "sepet" örneğini hatırlamak gerekir (Mardin, 2007, s.51):

Sepet örmenin çok önemli olduğu bir toplumda sepet örebilmek için kurutulmuş saz saplarına veya birçok ince dala ihtiyaç vardır. Fakat dal veya saz kendi başına bir sepet teşkil etmez. Sepet ancak, dalların veya sazların belli bir şekilde işlenmesi sonucunda ortaya çıkar...Bir kimsenin çevrede topladığı dallar belirli bir şekilde olacağına göre, öreceği sepetin o dalların verdiği imkânlar tarafından sınırlanan bir yönü vardır. Bu itibarla kültür, hem toplumun sembol haline getirilmiş modellerinin ve hem de onlara set çeken "maddi" imkânlarının tümüdür.

Sepet dalları gibi birbirine geçmiş ağın oluşum şekilleri ve bu oluşumun toplumların kendi zihniyet sistemlerine göre kullanımları, dijital dünyanın kendine has kültürünün yanında alt kültürlerin de var olduğunu gösterir. Mardin'in (2007) zaviyesinden, "şeyler, kültürün esas unsurlarından birincisini, şeylerin ilişkilerini kuran soyut sistem ise ikincisini meydana getirmektedir" (s.51). Diğer bir ifadeyle, "şey" olarak "ağ", kültürün esas unsurlarından birincisine işaret ederken, "ağ" ilişkilerini kuran toplumların soyut sistemi de ikincisini göstermektedir. Buradan hareketle, dijitalleşmenin kendine has evrensel-üst kültür yarattığı ve bu kültürün kullanıcıların elinde kendine özgü nitelikler kazandığı söylenebilir. Dijital medyanın oluşturduğu kültür biçimini Everett "tıklama kültürü"⁵² (2003) olarak kuramsallaştırmaktadır.

⁵² Everett (2003) bu tür oluşum için "Click Culture" tamlaması kullanmaktadır. Ke-

Everett'e (2003, s.7) göre tıklama kültürünü açıklayabilecek tanım "dijimetinsellik" (digitextuality) kavramıdır. Dijimetinsellik, Kristeva'nın "metinlerarasılık" (intertextuality) kavramı ile Caldwell'in "televisuality" tanımlamasından oluşur. Dijimetin, medya modlarının, kodlarının ve yüklemelerinin medya çerçeveleri içinde birleşimlerini ifade ederken (Everett, 2003, s.5) yeni bir gösterge sistemini, işaretler üstü düzensiz bir içine alma işlemini göstermektedir. Bu işlem, farklı sistemler ile materyalleri 0 ve 1 rakamlarından oluşan bitimsiz göstergelere dönüştürür. Dijital medya teknolojileri anlam üretirken sadece içine alma- soğrulma veya metinleri dönüştürmekte değil, analog veya dijital diğer metinleri de bütünsel olarak yeninin içine pürüzsüzce gömmektedir. Dijital medya kültürünün önemli bir bölümü etkileşim ve işlevsel beklenti fikirlerine bağlıdır. Bu birleşim, yeni kültürel baskının yükselişine işaret eder. Film, televizyon, müzik, ses ve basılı medyanın dijital birlikteliği artık tıklama zevkinin yeni aparatları aracılığıyla gerçekleşir. Bu sebeple temsili süreç ve nihai tüketici pratiği olarak dijimetinsellik tıklama teorisi- dir ve duyuşsal bütünlüğün cazibesi olarak isimlendirilmektedir (Everett, 2003, s.7).

Tıklamanın fetiş haline gelmesi, dijitalleşmenin sunduğu tıklama aparatları, insanların fiziksel mekânlarının içinden geçerek yayılmakta, mental enerjiyi tüketmekte ve yeni medya figürasyonları içindeki insan-sonrası retoriğe rağmen, ısrarla "bedene" işaret et-

limenin Türkçeye çevrimi bu makale özelinde "klik" olarak düşünülmüş ve tamlamanın "Klik Kültür" olarak oluşturulabileceği var sayılmıştır. Fakat TDK sözlük içinde "klik" kelimesinin Fransızca "clique" kelimesinden dönüştürülerek "hi- zip" manasında kullanımı bu girişimi engellemiş, tamlama "Tıklama Kültürü" olarak çevrilmiştir.

mektedir (Everett, 2003, s.14-15); bu nedenle de tıklama teorisi, siber kültürün bedenden ayrılma özerkliğine durumsal karşıtlık uyumu içindedir. Tıklama aksiyonu ile fareye, klavyeye, tablete, ekrana veya kablolu tuşlara bedensel dokunma aksiyonu ve parmak uçları ile gözbebeği hareketleri, dokunmanın haz duygusunu arttırmakta; “şeyler” de kendilerini genellikle hipermetin olarak sunmaktadır (Everett, 2003, s.16). Web sitelerinde yoğun bir şekilde paketlenen imajlar, metinler, ses kombinasyonları, bilgisayar oyun menüleri, çağdaş televizyon program içerikleri yüksek oranda internet ve dijital formlarıyla birleşmiştir; bu durum dijimetinsellik kavramının içeriğini netleştirmektedir. Klasik medya metinlerinden farklı olarak dijital medya tekstleri, görüş, duyuş, dokunma, düşünme gibi duyumlara aynı zamanda seslenmekte; sadece beden tecrübesinin varlığını değil, sınırsız seçeneğe ve duyumsal tecrübeye sahip tıklama fetiş objelerini sunmaktadır. Yeni medyanın etkileşimi eski medyanın pasif duruşu karşısında sorgulanacak haldedir. Dünya çapındaki ağın küresel ve yerel tecrübelerle “buraya tıklayın” (Everett, 2003, s. 17) buyruğu ile açtığı kapı, yeni medya lehine sonuçlanmıştır.

Everett'e (2003, s.18) göre tıklama kültürünün çok fonksiyonlu duyumsal cazibesi Lyotard'ın algılanabilir tükenmezliğe iman fikriyle örtüşmektedir. Diğer bir ifadeyle, linklere gömülü dünya çapındaki ağa “tıklama” ile verilere hemen ulaşılabilir. Sonuç olarak, tıklama fetiş ve yeni medya üretim-tüketiminin duyumsal bütünlüğünün klasik ve geleneksel medya estetik-form iyileştirmeleri dijimetin olarak teorize edilir. Tıklama kültürü bireylere internet ve web aracılığıyla bütün dünyayı getirmekte, bilgisayarlaşmış hipermetin yapıları ve bağlantılı fonksiyonları diğer linklere ulaştırmaktadır. Siber alana ulaşım sağlayan masaüstü bilgisayar, tablet, çok sa-

yıda el gereçleri ile dijimetinlerin içine gömülüm yeni kültürel baskınlığı karakterize etmekte; bilgisayar programı çağında, “buraya tıkla” tümcesi önceden katı bir şekilde inşa edilen jeopolitik, milli, kültürel, teknolojik, ekonomik, cinsiyetçi, ırkçı, sınıfsal veya diğer sınırların gözenekli varlığını göstermektedir (Everett, 2003, s.22-25).

a) Performatif Manada Ritüelistik Olarak Dini Mekanizma

Dijital dünyada üst üste yığılan medya metinlerine dijital aparatlara dokunarak tekrar tekrar erişim, kendi içinde bir kültürü yani tıklama kültürünü oluşturmaktadır. Tıklama kültürünün de “performatif” olarak ritüelistik manada dini bir mekanizma gibi çalıştığı düşünülmektedir. Performatif kelimesinden kasıt, bedensel hareketler ve icraların “dışa vuruyormuş gibi yaptıkları öz veya kimlik aslında bedensel işaretler ve diğer söylemsel yollarla üretilen ve sürdürülen üretimlerdir” (Butler, 2008, s.224). Bedenin performatif olması, gerçekliğini oluşturan çeşitli hareketlerinden ayrı olarak ontolojik statüsünün olmaması anlamını taşır. Butler'in toplumsal cinsiyete atfettiği performatiflik çözümlendiğinde kavramın bu çalışma özelinde de hangi boyutta kullanıldığı netleşecektir. Butler'e (2008, s.229) göre ritüel niteliğindeki başka toplumsal dramalar gibi toplumsal cinsiyet aksiyonu da tekrar edilen bir performans gerektirir. Söz konusu tekrar, hâlihazırda toplumsal olarak tesis edilmiş hem bir dizi anlamın aynı anda yeniden icrası, hem de yeniden deneyimidir; ayrıca meşrulaştırılmalarının sıradan ve ritüelleştirilmiş biçimidir. Belli bir toplumsal cinsiyet stiline uyarak bu imlemleri icra eden bedenler bireysel bedenler olsa da, bu “eylem” kamusal bir eylemdir. Bu eylemlerin zamansal ve kolektif boyutları vardır; kamusal nitelikleri de önemsiz değildir. Performansın toplumsal cinsiyeti ikili

çerçevesiyle sınırlı tutmak gibi stratejik bir hedefi vardır- bu hedef bir özneye atfedilemez-, daha ziyade özneyi kuran ve pekiştiren bir şey olarak kavranmalıdır (Butler, 2008, s.230). Toplumsal cinsiyet, eylemlerin kaynağındaki kararlı bir kimlik veya bir faillik olarak değil de zaman içerisinde zayıf bir inşayla kurulan, edimlerin stilize tekrarı üzerinden üretilir. Dolayısıyla muhtelif türden jestin, hareketin ve stilin, kalıcı toplumsal cinsiyetli kendilik yanılışmasını oluşturmalarının gündelik yolu olarak kavranmalıdır.

Özcesi, medya performatif olarak ritüelistik eylemleri besleyen, büyüten bir mekanizma olarak işlemektedir. Her gün internete girmek, haftanın belirli günleri sinemaya gitmek, konserleri takip etmek, dergilere, gazetelere abone olmak gibi eylemler medyanın ritüelistik (Marvin, 2002, s.208) karakterini gösterir. Kimi zaman bu tavır, şahsı kutsallaştırıcı mitik bir görünüm sunmakta, toplum da mitler üzerinden hayatlarına yön verecek anlam dünyaları oluşturmaktadır. Chidester'e (2005, s.504-521) göre de Coca Cola, beysbol ve rock'n roll tarzı müzik, Amerikan sermaye pazarında kutsal güçler olarak görülmektedir. Bu üç oluşum medya aracılığıyla ritüelistik bir hüviyete bürünür. Coca Cola, sır gibi saklanan kutsal formülü, Noel Babayı andıran kırmızı-beyaz renkleri, sevgi, barış, kardeşlik gibi mottolarıyla bir fetiş haline getirilmektedir. Özellikle, savaş yıllarında daha iyi bir dünya ilkesini savunan Coca Cola, Amerika'nın yüksek özülle birleşmiş, askerleri için ikon oluşturmuş; sonrasında pazarda kapladığı yer itibarıyla birçok din veya ideolojiden daha çok insana ulaşmıştır (Chidester, 2005, s.510). Bu haliyle de dünyada "Coca Colayla Colonileşme" (Coca-Colanization) sürecinin gerçekleşebildiği düşünülmektedir. Diğer bir güç beysbol, kolektif hafızada yer kapladığı, belirli kurallarla insanları disipline ettiği, zamanı ritüel-

leştirdiği için kutsal olarak düşünülmektedir. Dinin mistik yanları beysbolda yoktur ama oyun süresince, bireylere haz ve adrenalin vererek bireylerde kendinden geçme etkisi yaratır. Rock'n roll ise anlamı, ritmi, gücü, kutsal bir melodisi olan, içinde mistik öğeleri barındıran, tabaka karşıtı, dayanışmaya önem veren, spontanlık barındıran bir müziktir. Böyle bir müzik türü kitlelere hediye gibi sunulurken, elektronik türde bir "potlaç" (Chidester, 2005, s.516) ilişkisi çağrıştırmaktadır. Aslında bu metalara metaforik olarak yüklenen kutsallık medya aracılığıyla yoğunlaştırılmış ilginin alımlayıcılarda yarattığı etki sonucudur. Bu etkinin oluşumunda üreticilerin, piyasa ve yayılma kanallarının ortaklaşa payı bulunmaktadır. Buck O'Neil adlı oyuncu, beysbol için din derken, Coca Cola firma sorumlularından Delony Sledge işlerinin din olduğunu öne sürmekte; rock müzik yıldızlarından John Lennon ise İsa'dan daha popüler olduklarını iddia etmektedir (Chidester, 2005, s.518). Medyanın yarattığı performatif manada ritüelist olarak dini tutum, içeceğe (Coca Cola) spora (beysbol) müziğe (rock'n roll) atfedildiği ölçüde kutsallık kazanmaktadır.

Dijital medyanın, özelde yaratılan tıklama kültürünün de daha yoğun ve sistematik biçimde performatif dini bir mekanizma olarak çalıştığı görülmektedir. Süregelen tekrarlar, bedensel dokunuşlar, göz bebeği hareketleri ve konsantrasyon ile her an el altındaki cihazlara dokunulmakta, üst üste yığılan metinlerin bütünsel duyumlardan haz sağlanmakta ve tıklama edimi ritüelleşmektedir. Diğer bir ifadeyle, tıklama kültürünün nesneleri, bireyleri, edimleri üst üste yığdığı ve büyük bir hazza büründürerek dijimetinsellik şeklinde sunduğu pazarda, gerek internet gerekse sosyal paylaşım programları ile bireyler performatif olarak kamusal eylem içerisine girmek-

tedir. Bireylerin birbirlerine bedensel temasları veya yüz yüze etkileşimleri olmadığı halde bu toplu eylem örgüsü onları birbirine benzer kılmakta, paylaşımların içeriği bireyleri birbirine yakınlaştırmaktadır. Gerbaudo'nun (2014) sosyal medyada “bir araya gelmenin koreografisi” (s.21-23) olarak adlandırdığı kamusal alanın sembolik oluşum biçimi, “kendiliğinden” veya “lidersiz” yürümektedir. Diğer bir ifadeyle, sosyal medya koreografik rolünü canlandırırken, etkili Facebook yöneticileri ve eylemci Twitter kullanıcıları, duygusal motivasyon sağlamak ve bu durumu tetikleyecek itkiler yaratmak üzere, eylemleri kamusal alanda toplamaktadır. Bu durum “gönülsüz liderler ve anti liderler” (Gerbaudo, 2014, s.23) etrafında şekillenmektedir. Buradaki lider, kendini gerek yazım, gerekse zemin oluşturma hareketleriyle var kılmaktadır. Gerbaudo'nun (2014, s. 24) ifadesiyle,

...sosyal medyanın bu koreografik rolü, aktivistlerin dansçılar kadar özgür, futbolcular kadar çabuk düşünen, gerillalar kadar şaşırtıcı olmalarına imkân taşıyan sözde-askeri bir taktik koordinasyon biçimi olarak salt araçsal bir faaliyete indirgenemez. Bunun yerine ve hayati önemde bir konu olarak, bir birliktelik duygusunun sembolik biçimde kurulmasını ve uzaktan dolayimli bağlantılardan tutku, fiziksel yakınlığın coşkusuna gerilimin teşvik edilmesini gerektirir.

Buradan hareketle, koreografi kavramıyla birlikte bireylerin her gün yaptıkları bir aktivite olarak coşkunluk veya taşkın bir duygusallıkla örülmüş ruh halinde, düzensiz arkadaşlık ilişkileriyle mahremiyet alanları üzerinde tavırlar geliştirilmektedir. Erişimi bu kadar kolay tıklama aparatlarıyla ulaşılan Facebook, Twitter, Instagram gibi kişisel bilginin yayılma kanalları, somutlaşan “bireysel öf-

ke, kızgınlık, gurur ve ortak mağduriyet duygularını yoğunlaştırıp” (Gerbaudo, 2014, s.24) körükleme görevini ifa etmekte ve bu durumu da ritüelleştirmektedir. Ritüelleşen koreografide ise haz veya öfke hallerinin coşkunculuk veya taşma, kabarma durumlarında kendini göstermesi birbiriyle bağlanan sembolik yapının performatif olarak devamını sağlamaktadır. Sonuç olarak, tıklama kültürü gibi bir kavramsallaşma kategorikleştirildiği takdirde “bireylere haz ve mana” verdiği, “zamanı”, “eylemleri” ritüelleştirdiği, “dijital kamu/ cemaat” yarattığı için performatif manada ritüelistik olarak dini bir mekanizma gibi işlemektedir.

b) Dijimetinsellik Unsuru Olarak Fotoğraf

Analojik imgelerin sayısal biçimlere dönüştürülmesi mercekek altına alınması gereken bir konudur. “Günümüzde bir yansıtıcı görevi yapması gereken teknoloji kendini kaptırıp her şeye sanal, dokunmatik, enformatik, sayısal bir “gerçeklik” kazandırdığından imge, bu antropolojik devrimin en önemsiz ayrıntısı olarak kalmaya mahkûm edilmiştir” (Baudrillard, 2012, s.18-19). Baudrillard (2012) “antropolojik devrim” (s.19) olarak nitelendirdiği süreçteki en güzel örneğin sayısal görünüm kazanan “fotoğraf” olduğunu belirtir. Gerçek bir nesneye fotoğraf sayesinde gerek kalmamaktadır; çünkü nesnenin görüntüsü sayısal olarak üretilmektedir. Bir nesneyi fotoğraflama işleminde imge silinerek yeni baştan çekildiği için kendi özgünlüğünü yitirmektedir. Negatif kopya, artık nesne ve imgenin birbirinden ayrıldığı zaman olarak nitelendirilebilecek banyo, baskı ve mesafe olayını da terk etmiş ve tanıklık niteliğini kaybetmiştir. Hâlbuki eski teknolojide banyo işleminden geçen film şeridinin üzerindeki imge dünya tarafından yeniden canlanma imkânı bulurdu. Bugün direkt

olarak ekran üzerine yansıyan sayısal imge otomatik işleyişin bir parçası haline gelmiştir. Baudrillard'ın (2012, s.20) ifadesiyle,

Sayısal teknoloji alanındaki gelişmelere koşut olarak yakında şeyleri üzerinde yansıtabilen negatif şerit, negatif duyarlı katman diye bir şey kalmayacaktır. Geriye yalnızca imge üretilmesini sağlayan bir bilgisayar programı, bir milyar pikseli dijital sonuç ve inanılmaz bir fotoğraf çekme, her şeyi görüntüleme, bilmem neyin fotosentezi gibi kolaylıklardan başka bir şey kalmayacaktır.

Teknolojinin öne geçilemeyen hızı bir özgürleşme yanılsaması olarak sunulmaktadır. İmgenin gerçeği özgürleştireceği düşüncesi, dijitalleşmenin imgeyi özgürleştireceği üzerine kurulu bir yanılsamadır. Şeylerin devamlı surette fotoğraflanmasını özgürleşmeyle ilintilemek, fotoğraf çekmeye karar vermeden ve nesne ile anlamlı bir ilişki kurmadan gerçekleşmektedir. Bu durum ise fotoğrafın özgürleşmesinden ziyade bakışın başarısızlığa uğramasıdır. 0/1 gibi basit, birleştirici, alternatifsiz ikiliğe dayanan bilgisayar formülü, dilyetisi ve düşünce arasındaki simgesel işleyişin bozulmasına neden olup, her yere yayılan imgeyi “fotoğrafla” eş değer saymakta; bu basit formülasyon ile şiddete maruz kalan görüntüler “sentetik imge” halini almaktadır (Baudrillard, 2012, s.21-23).

“Sentetik imge bilgisayar, cep telefonu, taşınabilen ya da taşınmayan düz ekranlı televizyon, vs. bir dayanaktan diğerine otomatik bir şekilde aktarılabilen, uyulması gereken bir dizi talimat ve bilgisayar programının ürünüdür” (Baudrillard, 2012, s.25). Otomatizm ile üretimi gerçekleştirilen imge, otomatik bir dağıtıma tabi tutulmakta, imge temsil ettiği veya olduğu şeyden daha anlamsızlaşmaktadır. Seri halinde üretilen fotoğraflar, dünyanın parçalarını anlamaya çalışan ayrıntılara erişmek için düşünüp tasarlayarak önseziyle eriş-

len mana yüklü fotoğraflarla kıyaslanamaz. Aynılarının tekrarı olarak seriyel ve sayısal imge boşlukta yer kaplamakta, tematik sekanslar ve seriler şeklinde artış imgenin kendisini de yok etmektedir. Çizgisel olarak art arda dizilen genlere benzeyen seri fotoğraflama işlemi değişik ağlar içinde eriyen sentetik bir imgeden diğerine sıçramakta, nesnenin karşısında fotoğraf çekme eylemi de kendini yitirmektedir (Baudrillard, 2012, s.28-29):

...imgenin ayarı tamamıyla bozulmuştur... Bu ayar bozukluğunun en uç aşaması sentetik imgedir. Prenses Diana'yı ölüm halinde gösteren hileli fotoğraflardan stüdyolarda üretilen sahte röportajlara kadar hemen her yerde bizzat nesnenin karşısına geçerek fotoğraf çekmek diye bir şey kalmamıştır. Güncel olayları sanal bir şekilde yansıtmakta zorlanan, yeniden yaşanması mümkün olamayacak bir anın tespiti olma niteliğini yitiren imgenin artık zaman boyutuyla da hiçbir ilişkisi kalmamıştır.

Evrensel pikselleştirme sürecinde yayınlanan bu sentetik imgeler, "aynı programa, aynı genoma" (Baudrillard, 2012, s.31) boyun eğmektedir. Bu sebeple dijital teknolojiyi, ilk önce basit bir teknolojik gelişme, ardından daha üstün bir işleyiş ve sonrasında imgenin özgürleştirilmesi olarak görmek isabetli değildir. Tüm resme bakıldığında, iki önemli sonuç ortaya çıkmaktadır; bu anlamsızlık ve var olmama durumu içinde "hakikat" ya da "gerçek" yok olmakta; birey de bu boşluğun büyüünde kendisini kaybetmektedir. Piksellerin evrenselliği bütünsel ve şekilsel bir otoriterliğe sürüklemektedir. Artık faşist liderlerin hükümet programlarındaki bireyleri sınırlayıcı kuralların bütününden çok daha tehlikeli bir atmosfer söz konusudur. Tehlikeyi tehdit haline getiren ise "görünmezliktir". Büyülenen bireylerin kendilerini savunacak güçleri kalmaz. Güdümlemiş

sayısallık, insanları tekrar tekrar basit varlıklara dönüştürür, eleştirel düşüncenin ortadan kalkması durumunda da “karnından konuşan kötülük” (Baudrillard, 2012, s.35) teknolojinin kendisine dönüşüyor gibidir.

Baudrillard (2012, s.32) örümceğin ördüğü ağdan bahsederken bireyin de artık ne ağ ören örümcek ne ona takılan sinek olduğunu; aksine kendisinden başka bir şeye benzemeyen, gelişigüzel bir şekilde hareketi genişleyen ağın kendisi haline geldiğini söylemektedir. Ağın kendisi olan birey, teknolojinin yaptıklarını ve yapageldiklerini inceleme süzgecinden geçirme aşamasını kaçırmıştır. Bu durum, insanın “eyleyici” rolünün “eritmeye” dönüştüğünün göstergesidir. Baudrillard’ın (2012) ifadesiyle “insan, şeyleri kafasında canlandırıp, isimlendirip kavramsallaştırarak var ederken aynı zamanda da onları ait oldukları ham gerçekliğin içinden kurnazca çekip alarak yok olmalarına neden olmaktadır” (s.8). Eyleyicilerin kendi başlattıkları bu süreç de apoptoz hücrelerinin kendilerini yok etme sürecine benzer (Baudrillard, 2012, s.11). Birey, artık mücadele etmediği veya edemediği durumlarda “kendisinden kaçamadığı nesnenin, gerçeğin, ötekinin, bir anlamda artık bu hiçbir şeye karşı çıkamadığı olayın kurbanıdır” (Baudrillard, 2012, s.16).

Kurban olan bireylerin oluşturduğu kalabalık Baudrillard’ın (1991) kavramsallaştırmasında “kitleye” tekabül etmekte; kitle ise “havası alınmış bireysel taneciklerin, toplumsal artıkların ve kitle iletişim araçlarına ait içtepilerin bir araya getirilmiş” (s.9) şekli olarak tanımlanmaktadır. Kitlenin var oluşu, toplumsalın yok oluşuyla paralel giden bir panorama ortaya koyar. Bu nedenle, kitle toplumsalın içinde kaybolduğu bir karanlık delik (Baudrillard, 1991, s.9) olarak resmedilir. Karanlık delik, temelde bireylerin de kendilerine ya-

bancılaştıkları kendi özgürlüklerini kazanmak için çıktıkları mücadele yolunda varlıklarını oluşturan bileşenlerden uzaklaştıkları veya bireyin var olabileceği imkân ve ihtimallerin ortadan kalktığı, özgürlüğün en fazla tehdit ve tehlike altında olduğu bir dönemdedir. Kitlelerin edilgenleşmesiyle “komaya girmiş bitkin” (Baudrillard, 1991, s.15) yapılanma suskundur. Kitleye ulaştırılmaya çalışılan mesaj, alıcı tarafından “sözde bir eter ile soğutulularak buz kalıbına dönüşmekte” (Baudrillard, 1991, s.27) alıcılar da bu ortamda değerlendirememekte, seçim ve ayrımlar üretememektedir. Temel eleştirel düşüncenin yitimi olarak görünen bu durumda “mesaj” alıcılar üzerinde belirleyicidir. Baudrillard'a (1991) göre “mesajın alıcı üstündeki yansımalarının sıfır olduğu gerçeği ortaya çıktığı anda, reklam kurumu o anda yok olacaktır” (s.27). Oysa mesaj taarruzundaki bireyler mesaj içinde kaybolmakta, gerçeği “hipergerçeklik” düzleminde yaşamaktadır. Hipergerçek, yasa ve baskı yerine model sunar, şiddet yerine ikna etmeye veya vazgeçirmeye çalışır (Baudrillard, 1991, s.36); hipergerçek ve kitlelerin yanında toplumsal da parçalanmış duruma düşer (Baudrillard, 1991, s.57):

...içinde yaşayan bireylerin birer terminale dönüştükleri, artık ne denetlenebilen ne de ortak bir şekilde kullanılabilen yan yana konmuş bir iletişim uzamından ibaret paramparça bir toplumsallık. Oysa toplumsal ancak perspektifin bulunduğu bir uzam içinde var olabilir. Aynı zamanda bir caydırma uzamı olan simülasyon uzamı içinde de ölür.

Toplumsalın, bir kördüğüm şeklinde karşılaştığını emen sünger gibi bir gönderene dönüştüğü (Baudrillard, 1991, s.7) gözlenmektedir. Bu dönüşüm kitle iletişim araçlarının ve yayılan enformasyonun gerçeği haddinden fazla gerçek gibi ürettiği anda oluşur.

Haddinden fazla gerçek gibi yaşatan dijital teknoloji ekseriyetle mobil yapıdadır (Green, 2010, s.177). Diğer bir ifadeyle, tıklama kültürünün ve duyumsal bütünlüğün cazibesinin (Everett, 2003, s.14) en görünür şekli, dijital devrimin motor gücü internet bağlantılı, akıllı mobil telefonlardır. Çok çeşitli programların yüklendiği mobil telefonlarda değişik uygulamalar kullanılmakta, bireyler arası iletiler gerek mesaj ve videolar, gerekse fotoğraflar aracılığıyla yayılmaktadır. İnternetin risk çizelgesinin “zaman kaybı, bağımlılık”, “kişisel bilgilerin sömürülmesi”, “saldırı”, “fikirlerin aşınması” (Green, 2010, s.163) olarak formüle edildiği düşünüldüğünde, mobilitesi ve ulaşılabilirliği bu kadar kolay “cebinden konuşan kötülük” teknolojisinin detaylı çözülmesi gerekmektedir.

INSTAGRAM ÖRNEĞİ

Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle instagram programı tanıtılacak, son dönem instagramın iletişim çalışmaları ve sosyal bilimler içerisinde ne tür konulara araştırma nesnesi olduğu gösterilecektir. Ardından, instagramdaki dini dijimetinler, seçili instagram adresleri temel alınarak incelenecek; son olarak da kendilerini din-dar olarak nitelendiren, yaşları 21-22 arasında değişen on iki ilahiyat öğrencisinin instagrama yaklaşımı kendi dillerinden çözümlenmeye çalışılacaktır. Makalenin kapasitesi neticesinde yapılan araştırmanın sınırları oldukça dardır; durumun farkında olarak bu tür bir nitel araştırmanın geniş çaplı çalışmalarla aydınlanabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmada ise sosyoloji, iletişim ve din çalışmalarının çok disiplinli havzasında başlangıç kaygısı taşıdığı söylenebilir.

2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan Instagram⁵³ en basit manasıyla fotoğraf ve video yoluyla bireyler arası iletişimi sağlayan sosyal paylaşım programıdır. “Sistemin en temel özelliği işletim sistemi olarak ios veya android kullanan akıllı telefonlarda çalışabilen bir uygulama ile yönetilmesidir” (Türkmenoğlu, 2014, s.95). Instagram üzerine yapılan araştırmalar şu an itibarıyla sınırlı olmakla birlikte, içerik analizi ve kullanıcıları üzerine yapılan çalışmaların gün be gün arttığı görülmektedir. McCune (2011) yirmi üç instagram kullanıcısı üzerine yaptığı çalışmada bireylerin instagram kullanmaya yönelik motivasyonlarını anlamaya çalışmıştır. Bazı çalışmalar ise bireysel motivasyonlardan ziyade instagramın yerel düzlemde, kültürel uygulanım (Hochman ve Schwartz, 2012; Hochman ve Manovich, 2013) biçimlerine odaklanmaktadır. Hu ve arkadaşlarının yaptığı çalışma (2014) rastgele seçilen instagram kullanıcılarının fotoğraflarını çözümlemektedir. Çalışma, üç temel soruyu test etme amacını taşır: kullanıcılar, instagramda ne tür fotoğraflar paylaşmaktadır, fotoğraflar birbirinden nasıl farklılaşmaktadır ve bu farklılaşma kullanıcıların takipçi sayılarıyla nasıl bir ilişki içerisindedir. Ortaya çıkan sonuçlara göre instagramda, “arkadaşlar”, “yiyecek-içecek”, “cihazlar”, “yazılı fotoğraflar”, “hayvanlar”, “aktiviteler”, “öz çekim” ve “moda” olmak üzere sekiz kategorik fotoğraf paylaşımı (Hu ve diğerleri, 2014, s.3) bulunmaktadır. 1000 fo-

⁵³ Instagram, İngilizce “instant” ve “telegram” kelimelerinin birleşiminden oluşmakta; Türkçe “anlık telgraf” manasını içermektedir. 2010 yılında iPhone, iPad gibi cihazlarda kullanılmak üzere tasarlanan program 2012 yılından itibaren android işletim sistemi olan diğer cihazlarda da kullanılabilir. 2012 yılında Facebook tarafından satın alınan instagramın kullanım alanı her geçen gün genişlemektedir. Ayrıntılı bilgi için bkzn <http://instagram.com/about/faq/>.

toğrafın içerisinde seçilen 200 kareden %46.6'sı özçekim ve arkadaş fotoğraflarına ait olurken, en az popüler %5 oranından daha az bir sayıyla "hayvanlar" ve "moda" kategorileridir. Yiyecek-içecek, cihazlar ve yazılı fotoğraflar %10 oranından biraz fazladır (Hu ve diğerleri, 2014, s.3). Bu durum, instagramın halk arasında yaygın olarak kabul edildiği gibi "kendini yüceltme" ve "arkadaşlarla sosyal paylaşımı sağlama" amacıyla kullanıldığını gösterir. Çalışmaya göre ayrıca paylaşılan fotoğraflar ekseninde kullanıcılar ve takipçiler arasında direkt bir ilişki olduğu söylenememektedir (Hu ve diğerleri, 2014, s.4).

Türkiye'deki çalışmalara bakıldığında da "instagram" üzerine yapılan araştırmaların (Seven, 2014; Türkmenoğlu, 2014) şu an için yetersizliği görülmektedir. Araştırmalar daha çok, iletişim çalışmaları içerisinde "yeni medyadijital medya" "sosyal paylaşım siteleri" yörüngesinde yapılmakta, bu siteler içerisinde Facebook (Yetişkin, 2013; Toprak ve diğerleri, 2009; Durmuş ve diğerleri, 2010; Kuşay, 2013) ilk sıralarda yer almaktadır. Çalışmaların Facebook üzerinde yoğunlaşmasının Türkiye'de sosyal paylaşım sitelerinin kullanım hacmiyle ilişkili olduğu düşünülebilir. Global WebIndexWave 11 araştırmasına göre, 2014 Ocak ayı itibarıyla Türkiye'de internet kullanım oranı, tüm nüfusa oranla %45⁵⁴ ve bunların içerisinde Facebook kullanımı %93'tür. Bireyler, günde 4.9 saat kişisel bilgisayarlar üzerinden internete girerken, 1.9 saat mobil cihazlar aracılığıyla in-

⁵⁴ Türkiye İstatistik Kurumunun 2014 yılı internet kullanımı için verdiği rakamlar erkeklerde %63.5, kadınlarda %44.1, toplamda ise %53.8'dir. Ayrıntılı veriler için bkz http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028.

ternet kullanılmakta⁵⁵, günün 2 saat 32 dakikasını sosyal medyada geçirmektedir⁵⁶. Yine 2014 verilerine göre Türkiye'de internet kullanımının en yoğun olduğu yaş grubu %70.3 ile 16-24 yaş aralığını gösterirken⁵⁷; sosyal paylaşım sitelerini kullananların yaşları 16 ile 34 arasında değişmektedir⁵⁸. Özelde, instagram kullanımı, 2014 yılı ocak ayı ölçümlerine göre %26⁵⁹, yılın ikinci çeyreğinde ise % 34⁶⁰ oranındadır. Instagram programı, sınıf, etnisite/milliyet, cinsiyet ve ya din gibi öncelikli temsil argümanları birbirinden oldukça farklı kimlik taşıyıcıları tarafından kullanılmaktadır. İlerleyen bölümde, kimliğinde dine önemli paye veren kişilerin instagramı nasıl kullandıkları iki başlık altında çözümlenmeye çalışılacaktır.

⁵⁵ Global Web Index 'Social Report 2014 Q3' raporunda, Türkiye'de sosyal ağ servislerine ulaşmak için mobil cihazların yoğun bir şekilde kullanıldığı ve ülkenin mobil cihazları en çok kullanan ikinci ülke olduğu bulgulanmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkznz <https://www.globalwebindex.net/products/report/gwi-social-january-2014>.

⁵⁶ Ayrıntılı bilgi için bkznz <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/>

⁵⁷ Ayrıntılı bilgi için bkznz http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028.

⁵⁸ Ayrıntılı bilgi için bkznz <https://www.globalwebindex.net/products/report/gwi-social-q3-2014>.

⁵⁹ Ayrıntılı bilgi için bkznz <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/>

⁶⁰ Ayrıntılı bilgi için bkznz <http://www.statista.com/statistics/284503/turkey-social-network-penetration/>

a) Dijimetinsellik ve Din

Dinin dijimetinsellik içinde nasıl fotoğraflandığını görmek amacıyla ilk etapta Instagram programının arama motoruna “Müslüman” kelimesi yazılmış, araştırma günü⁶¹ itibariyle “Musluman_Gencler”, “Muslumangencler”, “Musluman_gençlik”, “Muslumanolmak”, “Instamusluman” gibi hesaplarla karşılaşılmıştır. Musluman_Gencler⁶² profilinde, Kâbe ve doğa fotoğraflarının üzerine yazılı dua reçeteleri⁶³, ayetler, Mevlana, Necip Fazıl Kısakürek şiirleri ve özlü sözlerle rastlanmaktadır. Çizgi figür olarak gösterilen tesettürlü kadın resimleri, çiftlerin mutluluğu için birbirlerine saygılı ve güzel davranmalarını belirten hadislerle birlikte verilmektedir. Profilde, erkek-kadın ilişkisinin nasıl olması gerektiğine yönelik özlü söz veya dualar yer almakta; bu sözler genellikle renkli ve desenli kâğıtların üzerine metin şeklinde oluşturulmaktadır. Kimi zaman Yahudi ürünleri boykot edilmeye çağırılmakta, kimi zaman ülke içinde yaşanan Soma maden felaketi gibi olaylar fotoğraflarla protesto edilmektedir. Ayrıca, hesapta, medyada popülerleşen edimlerin “dini” mesajlara dönüştürülerek verildiği görülmektedir. Mesela, başlarından su dökerek ALS hastalarını anlamaya çalışanlar, bir gün susuz kalarak Afrikalıları anlamaya davet edilmektedir.

Muslumangencler⁶⁴ profili ise girişini “her yeni gün Allah'ın bize bahsettiği bir cennet teklifidir” cümlesiyle başlatır. Hesapta, doğanın yaratılışına dair video görüntüleri paylaşılmakta, ayetler, ha-

⁶¹ Bahsi geçen araştırma tarihi, 10. 12. 2014.

⁶² http://instagram.com/musluman_gencler.

⁶³ “Yeni bir güne bismillah, on salâvat, Ayetel Kürsi, 10 İhlâs, okuyalım inşallah”

⁶⁴ <http://instagram.com/muslumangencler>

disler ve şiirler fotoğrafların üzerine eklenmektedir. Popüler kültür malzemesi olarak kullanılan gündelik cümlelerin dini argümanlarla yeniden oluşturulduğu bu hesapta da görülür. Mesela, “hanımların güzellik sırrı abdesttir” “10 salavat oku, resmin altına arkadaşını etiketle, vesile ol”, “melekler fotoğrafını çeksin istersen Kur’an oku”, “sosyal ağların beklesin, namazın bekleme sin”, “şeytanın vesvesesi varsa, Müslümanın besmelesi var”, “günün son pozu yatsı namazı” gibi spot cümleler yazılmaktadır. Diğer yandan “beğendiğiniz veya hoşunuza giden dini resimler varsa InstraDirectten yollayabilirsiniz” ifadesiyle takipçilerden fotoğraflar istenmektedir. Dini resimden kasıt, camiler, yoksun görünen çocuk resimleri, çiçek üzerinde kelebek, kuş gibi doğada var olan yaratılışı hatırlatacak her şey olarak özetlenebilir. Bunun yanında profilde çeşitli eleştiriler yapılmakta; bir mesajda hesaplardan resimlerinizi kaldırın şeklinde uyarı⁶⁵ yer almaktadır. Diğer yandan, İsrail ürünleri boykot edilmekte, Gazze için dua çağırısı yapılmaktadır.

Musulman_gençlik⁶⁶ profilinde de ayetler, hadisler ve güzel sözler paylaşılmakta, “ey Müslüman kadın Allah süslerinizi örtün, dedi örtüyle süslenin demedi” “Allah yediğimiz yemeğin resmini paylaşmamızı değil, ekmeğimizi paylaşmamızı emretti”, “kabir hayatı var, aklında değil mi? Bugün hayırlı bir şey yap” gibi uyarılar yapılmakta; “namazın güzelliğini, Kuran’ın ferahlığını, çayın demini, duanın rahatlığını, ömrümüzden eksik eyleme Rabbim” diye dualar edilmek-

⁶⁵ “Mahreminiz olmayan birinin telefonunda resminiz kalsın ister misiniz? Veya montajla çeşitli sitelerde yer alıp bir ömür bu rezilliği çekmek? Helaline sakla güzelliğini”.

⁶⁶ http://instagram.com/musulman_genclik

tedir. Bu ifadeler genellikle dua eden avuçlar, namaz kılan insanlar, cami, kalem, saat, doğa resimleri üzerine yazılmaktadır. Özelde, yaşlı ve küçük çocuk fotoğrafları kullanılmakta ve bu imgelerle hayatın geçici olduğu mesajı verilmektedir. Profilde ayrıca popüler cümlelerden “en büyük operatör duadır”, “alınını korkak alıştırma kardeşim secde et” “Sıradaki çayım, her şeye rağmen gülmesini ve güçlü görünmesini bilen insanlara gelsin”, “sevgililer günü bir gün değil, her cumadır” gibi cümleler yer almaktadır.

Musulmanolmak⁶⁷ hesabı da giriş yazısında “sayfamızı paylaşın en yakın zamanda çoğalalım” mesajıyla başlatılmaktadır. Hesapta dualar, ayetler, özellikle Nurettin Yıldız, Necip Fazıl, Risale-i Nur Külliyyatından seçmece sözler yer alır. Kadın-erkek üzerinden verilmeye çalışılan mesajlar çizgi resim şeklinde gösterilir. Doğa ve doğada yer alan canlıların resimleri “Rabbimizin sanatlarından.” ibaresiyle verilir. Bunun yanında, “bir tek dileğim var namaz kıl yeter”, “ey namaz kılanlar, aynen devam” gibi popüler kültürde yer alan cümlelerin İslamileştirilmesine rastlanmaktadır. Çay bardağındaki resim, “içiyor-sak sebebi vardır” cümlesiyle verilmektedir. Instamusluman⁶⁸ profilinde ise avuçlarını duaya açmış eller, seccade, cami, manzara, saat gibi fotoğrafların üzerine yazılmış ayet, hadis, dua ve güzel sözler paylaşılmaktadır. Bunun yanında Filistin halkını gösteren resimlerin üzerine dualar eklenmiştir. Hesapta, popüler kültür ürünleri olarak söylenebilecek sözlerden “mevzu bahis namazsa, gerisi tesbihattır”, bize lazım olan her yöne 1000, 3000, 5000 dakika değil, tek yöne 5 vakit, 40 rekat” gibi ifadeler yer almaktadır. Hesapta, yine

⁶⁷ <http://instagram.com/musulmanolmak>

⁶⁸ <http://instagram.com/instamusluman>

bardakta çay resmi üzerine “huzuruma bir de çayıma bereket ver Allah'ım” şeklinde bir dua eklenmiştir.

Sonuçta, “Müslüman” veya “Müslüman gençler” olarak ifade edilen ve incelenen instagram adreslerinin gerek kullanıcılarla gerçekleştirilen paylaşım cümlelerinden gerekse fotoğraflanan karelerden maskülen bir tipoloji çizdiği görülmektedir. Bu durumda, Müslüman “kadın” varlığını araştırmayı sağlayacak bir diğer kelimenin seçilmesi gerektiği düşünülmüş; İslam dininin kadındaki sembolik duruşunu en iyi ifade eden kelime olarak “tesettür” kavramı uygun bulunmuştur. Arama sonucunda karşılaşılan adresler, “tesetturisland”, “tesetturyol”, “tesetturoutlet”, “tesetturluhanım”, “tesetturedairhersey” gibi çoğunlukla kadın instagram kullanıcılar tarafından “takip edilen” “beğenilen” veya “paylaşılan” hesaplardır.

Araştırma günü itibariyle⁶⁹ Tesetturisland⁷⁰ profili “bütün dünyaya 1 günde teslimat” mottosuyla başlatılmakta, en seçkin tesettür markalarının çok uygun fiyatlarla ve ödeme kolaylıklarıyla alınabileceği ilan edilmektedir. Tanıtım bölümünde telefon sipariş numarası verilerek iletişimin sağlanabileceği belirtilir. Tesettürlü modeller üzerinde çeşitli renk ve desende kıyafetler gösterilmekte, yeni moda ürünler tanıtılmaktadır. İndirim günleri, kaçırılmayacak fırsatlar, ücretsiz kargo avantajları instagram yoluyla vurgusu yapılan diğer reklamlardır. Hesabın bir diğer imgesi, kimi zaman manzara, kimi zaman küçük çocuk veya dua halinde kadın profillerinin üzerine yazılmış ayet veya hadislerle birlikte verilen temenni fotoğraflarıdır. Bunların içerisinde en sık üzerine bir hadis ve hayırlı cumalar yazılı

⁶⁹ Bahsi geçen araştırma tarihi, 09. 12. 2014.

⁷⁰ <http://instagram.com/tesetturisland/zczza>

camii fotoğraflarına rastlanmaktadır. Yine tesettür reklamlarından farklı olarak çeşitli yiyecek ve içecek resimleri, “kahve zamanı”, “meyve zamanı”, “keyifli pazarlar” gibi “zaman fotoğrafları” şeklinde paylaşılmakta, kimi zaman da tatlı, pasta veya aşure tarifleri verilmektedir. Mesela, muharrem ayında, “bugün aşure günü, unutmayalım, en az on Müslümana birer selam veya bir Müslümana on defa selam” yazısının bulunduğu bir aşure fotoğrafı paylaşılmıştır. Tesetturyol⁷¹ profili de hırka, tunik, hijab satışı yaptıklarını duyurmakta, telefon numarası vererek iletişim sağlamaya çalışmaktadır. Kampanyalar, “şok fiyatlar” mottosuyla verilmektedir. Profil resimlerinde profesyonel tesettürsüz modeller olmakla birlikte, daha amatör sokak çekimleri gerçekleştiren tesettürlü kadınlar da modellik yapmaktadır. Tesettürlü müşterilerden gelen fotoğraflar, “müşterimizin kombini” şeklinde paylaşılır. Diğer yandan, ayetler, hadisler, mübarek ve özel gün tebrikleri, dualar, tavsiyeler, özlü sözler, taziyeler, özellikle, Mevlana şiirleri paylaşılmaktadır. Hadislerin ve özlü sözlerin birçoğunun “kadın” haklarını anlattığı görülmektedir.

Tesetturoutlet⁷² butik olarak isimlendirilen hesapta da tunik, elbise, çanta ve ayakkabı satışının gerçekleştirildiği ilan edilmekte; kapıda ödeme, kredi kartı, havale yedi iş gününde teslim, ücretsiz kargo gibi alışverişi kolaylaştırmaya yönelik işlemler tanıtılmaktadır. Çanta, ayakkabı reklamlarının yanında, tesettürlü modeller üzerinden kıyafetler sergilenmektedir. Ticari kaygılarla açılmış adreste Şems-i Tebrizi'nin “sevmek bu kadar güzelse kim bilir sevimyi Yaratan ne kadar güzeldir” sözünün altında “hayırlı cumalar” yazılı bir

⁷¹ <http://instagram.com.tesetturyol>

⁷² <http://instagram.com/tesetturoutlet>

fotoğraf paylaşılmıştır. Diğer yandan, tesettürlühanım⁷³ profili de butik tanıtım hesabı olarak görülmektedir. Profil, “besmele” ile başlatılmakta, kişiye özel tasarımların olduğu, dünyanın her yerine kargo ile güvenli alışveriş imkânı sunulduğu iletişim adresi verilerek belirtilmektedir. Hesapta, tesettürlü modeller tarafından kıyafetler tanıtılmakta, müşteriler aldıkları ürünlerle çekilen fotoğrafları instagramda yayınlanmaktadır. Bunun yanında, doğa fotoğraflarının üzerine yazılmış “hayırlı cumalar” dilekleri ve müşterilerden gelen mesajlar ekran görüntüsü alınarak yayınlanmaktadır⁷⁴:

Tesetturedairhersey⁷⁵ profil hesabı ise “tesettür ürünleri, modacılar ve daha fazlası” mottosuyla tanıtılmaktadır. Hesapta, tesettür kıyafetleri, tesettürlü gelin fotoğrafları, alışveriş-festival duyuruları, tesettür butik adresleri gösterilmekte, kurabiye-pasta resimleri, ev eşyaları fotoğraflanmaktadır. İhtiyacı olanlar için fotoğrafçı, çeyiz mağazası veya kuaför önerildiği gibi muhafazakârların gidebileceği mekânlara da işaret edilmektedir; örneğin, Huqqa cafe-restoranın fotoğrafı, “Kuruçeşme'nin ve muhafazakâr kesimin incisi” olarak verilir. Kimi zaman da profil takipçilerinden dualar istenmekte⁷⁶, “hayırlı cumalar” mesajları ve özlü sözler paylaşılmaktadır.

⁷³ <http://instagram.com/tesetturluhanim>.

⁷⁴ -Müşteri: İyi günler, ellerinize emeğinize sağlık çok beğendim hakkınızı helal edin.

-Tesettürlühanım: Çok sevindim, helal olsun ne demek iyi günlerde kullanın.

-Müşteri: Gerçekten çok mutlu oldum kelimelerle anlatamam tereddüt etmeden tavsiye edeceğim yer oldunuz çok teşekkürler, ellerinize sağlık, görüşmek üzere yeni siparişlerimde Allah'a emanet olun...

⁷⁵ <http://instagram.com/tesetturedairhersey/>

⁷⁶ “Bir arkadaşımız için 4444 Tefriciye dağıtıyoruz almak isteyen yorum yazabilir mi?”

Sonuçta, dindarların instagramdaki seyrini araştırmaya yönelik bu girişimde instagramda, “Müslüman” kelimesi ile yayınlanan fotoğraflar aranmış, çoğunluk ve yoğunlukla “erkek” yönelimli adreslere rastlanmıştır. Dindar kadınların fotoğraflardaki yansımalarını görebilmek için de “tesettür” kelimesi seçilmiş ve bu adreslerin genellikle kadınlar tarafından kullanıldığı görülmüştür. Her iki kavramı barındıran adresler hesap gizliliği olmayan takipçi sayıları görece fazla profillerdir. Müslüman ibaresi taşıyan profiller, dini mesaj içerikli, yazılı fotoğraflar paylaşıırken, hadis, ayet ve şiirlere referans vermektedir. Kimi zaman sosyal olayları resmeden görüntüler paylaşılmakta, kimi zaman da uyarı, isyan veya protesto cümleleri yayınlanmaktadır. Tesettür kavramıyla yayınlanan hesapların ise ticari amaçlı reklam fotoğrafları yayınladıkları görülür. Bu noktada, tesettür kelimesinin instagramdaki seyrinin butikleşmeye vardığı söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, instagram özelinde tesettür kavramı, kodlama biçimi olarak zihinlerde mağaza ve reklam sektörünü canlandırmaktır. Örtülü kadınlar, paylaşımlarını kıyafetler üzerinden yapmakta, sipariş ettikleri ürünleri fotoğraflayarak yayınlamaktadır. Bir dokunuşla kıyafet alımını gerçekleştiren buton, yine bir dokunuşla müşterilerini model yapmakta, bu modeller beğenilmekte veya takip edilmektedir. Her iki dijimetinsellik biçimi karşılaştırıldığında da temsil nitelikli kimliklerin instagrama Müslümanlık veya din iddiasıyla katılırken, bir taraftan ayet, hadis veya dini argümanları popüler kültür metin veya imgeleriyle birleştirdiği, bir yandan da moda ve reklam sektörünü beslediği görülmektedir. Etkileşim dinamiklerinin bu kadar kolay olduğu ve fotoğrafın etkileşme aracı gibi haz nesnesi olarak kullanıldığı mekanizmanın performatif ritüelistik rolünü ifa ettiği düşünülmektedir.

b) Dijital Kamu ve Din: Dijital Cemaatin Oluşumu

Küçük çapta bir kültür araştırması olarak dindar kamunun instagramı nasıl kullandığını görebilmek için İstanbul'da yaşayan altı kadın, altı erkek olmak üzere 12 kişilik bir örneklem grubu seçilmiştir. Bu sayının dindar kamuyu tam manasıyla temsil edemeyeceği realitedir. Nitel araştırmalarda “kaç kişi” temsil eder sorusuna cevap arayan Baker ve Edwards'ın (2012) ulaştıkları “konuya göre değişir” sonucuna istinaden bu araştırmanın sınırlılıkları göz önüne alındığında örneklemin küçük bir tipoloji sunması beklenmektedir. Sosyal medya kullanım yaşının 16-24 olduğu düşünüldüğünde yaş aralığı 21-22 olan katılımcılar seçilmiştir. Dindarlık ölçümlerinin zorluğunun farkında olarak, “din” araştırmaları için daha objektif bir kriter olduğu düşünülen “İlahiyat Fakültesinde öğrenci olma” kıstası ele alınmıştır. Ayrıca, popüler kültür araştırmaları için İstanbul gibi her şehirden göç alan, yaşam biçimi olarak yeniliklerin ilk tecimselleştiği metropolde yaşama kıstası, sınıf, etnisite gibi diğer kategorilere girilmeksizin yeterli görülmüştür. Instagram uygulamasının iPad, iPhone veya akıllı telefonlarda kullanıldığı düşünüldüğünde belirli bir alım gücünün varlığı zaten ön kabuldür. Neticede amaç, dindar kadın-erkek katılımcıların instagram kullanım biçimlerini anlamaya çalışmaktır; bu sebeple katılımcılara açık uçlu altı soru⁷⁷ sorulmuş ve detaylı cevaplar istenmiştir.

⁷⁷ 1. Instagram hesabı açma ve kullanma sebepleriniz nedir? Ne zamandır Instagram kullanıyorsunuz? 2. Hesabınızda ne tür fotoğraflar/videolar paylaşıyorsunuz? Neden? Detaylı açıklayınız. 3. Hesabınız gizli mi? Profil bilgileriniz veriyor musunuz? Sebeplerini detaylıca belirtiniz. 4. Cep telefonunuzun markası nedir? Instagrama telefondan mı iPad'den mi giriyorsunuz? Instagramda günde ne kadar

Araştırma sonuçlarına göre, erkek katılımcıların instagramla tanışmaları 8 ay-2 yıl arasında değişmektedir. Bu durumu tetikleyen nedenlerden birinin kullanılan akıllı telefonlar olduğu görülür; çünkü erkek kullanıcıların tümü instagrama akıllı telefonları aracılığıyla girmektedir. Kullanıcıların instagram açma nedenleri, çevresel faktörler- arkadaşlardan etkilenme (E1,E2,E6) merak (E2,E4) ve belli bir sebebi yok (E3,E4,E5) olarak ifade edilmiştir. Bir kullanıcı (E4) “aslında instagramı açmamın belli bir sebebi yok; sadece merak ettim ve bir anda kendimi instagram kullanırken buldum” derken hesap edilmeyen davranış biçimini örneklemektedir. Başka bir katılımcı (E1) ise yaşadığı hazzı kaydetme istemini şöyle açıklar:

Arkadaş çevremdeki çoğu insanın kullandığını farketmemle ben de bir hesap açmaya karar verdim. İlk zamanlar belirli sayfaların paylaşımları ve arkadaşlarımdan fotoğraflarını takip etme isteği ile açmıştım. Daha sonraları sosyal medyaya ayak uydurma ve anın hazzını yaşamaktansa onu kaydetmeye döndü durum.

Kullanıcıların fotoğraf yayınlama amaçları, anı ölümsüzleştirme (E1) hisleri paylaşma (E1) beğenileri gösterme (E2) teşvik etme (E3) haberdar etme (E4) anlık zevk-istek (E4) ve özel anları çekme (E5) olarak görülürken; bir katılımcı (E6) fotoğraf paylaşma edimini “herhangi bir nedeninin olduğunu düşünmüyorum, geleneğe uydum desem yeridir” şeklinde açıklamaktadır. Üç kullanıcının hesabı gizli (E1,E2,E4) diğer üç kişinin hesabı açıktır (E3,E5,E6). Hesabı açık olan kullanıcılar çok genel bilgileri paylaştığını (E3,E6) veya şeffaflıkta bir sakınca görmediğini (E5) söylemektedir:

girişiyor ve ne kadar zaman harcıyorsunuz? 5.Fotoğraflarınızın beğenilmesi sizin için önemli mi? Paylaşmakta tereddüt ettiğiniz fotoğraflar var mı? 6.Instagram hesabını faydalı buluyor musunuz? Neden?

Instagramda da açık olmasının bir sakıncası olmayacağını düşündüm ve açtım. Ben bir erkeğim. Ve benim fotolarımı alıp birileri neler yapabilir ki?

Diğer yandan, üç katılımcı için beğenilmek önemli (E3,E4,E5) iki katılımcı (E1,E2) için beğenilmek mühim değildir. Bir katılımcı (E5) ise bu gibi durumların çok da önemli olmadığını dile getirmektedir. Tüm erkek katılımcılar instagramın yararlı olmadığı konusunda hem fikirdir. Bir katılımcı (E2) “sosyal medyanın pek faydalı olduğuna artık inanmıyorum, sadece vaktimizi, zamanımızı çalıp bizi bağımlı yapan kapitalist sistemin bir aracı” diyerek instagramı sistemle açıklamaktadır. Diğer bir katılımcı (E3) “bu zamana kadar faydasını görmedim hep yapmacık paylaşımlarla karşılaşıyorum, insanlar olduğu gibi davranmaktan çok karşıdakine bakarak fotoğraf paylaşıyor” demekte; başka bir katılımcı (E6) ise “bana göre hiçbir faydası yok, faydasız olduğunu bildiğim halde onu kullanmamı neyle açıklayacağımı ben de bilmiyorum” diyerek durumunun karmaşıklığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, instagramın mahremiyeti zedelediğini radikal bir dille söyleyen diğer katılımcılar (E4,E5) konuya “kadınlar” özelinde yaklaşmaktadır:

Instagramın sosyal paylaşım sayfaları arasında mahremiyeti en fazla zedeleyeni olduğu kanaatindeyim... Özellikle dikkatimi çeken diğer bir husus bayan hesaplarının aşırı seviyede ilgi görmesidir. Bayan hesapları bazen şahsi paylaşımlardan ziyade ticari gayeler için de kullanılabilir. Bu durum da gösteriyor ki kullanımda bir art niyet var. Ailelerin en mahrem sayılabilecek alanlarını bile paylaşmasının toplumumuzda ahlaki bir çöküntüye sebep olduğu kanaatindeyim...(E4)

Instagram hesabını olmazsa olmaz olarak görmüyorum. Hatta olmasının sakıncalı olduğu durumlar da var... Genellikle tesettürlü

kızların sosyal medyada paylaşmış oldukları resimlerin haberleri olmadan bazı ahlaksız sayfalarda paylaşılmış olması... Kızların sosyal medyada fotoğraf paylaşmalarını hiç doğru bulmuyorum. Ve birincil aile fertlerimin de koymasını engelliyorum, diğerlerini de uyarıyorum. Sosyal medyada paylaşılmış her bir fotoğraf, sahiplerinin haberleri olmadan ahlaksız bir face sayfası veya instagram hesabında paylaşılma potansiyeline sahip... (E5)

Katılımcıların paylaşmaktan tereddüt ettikleri resimlerin neler olduğu sorulduğunda, hesabı gizli olan kullanıcılar (E1,E2) sadece tanıdıklarının takibine izin verdiği için fotoğraf paylaşırken tereddüt etmediğini belirtmekte; bir katılımcı (E6) hesabı açık olduğu halde sakınmaksızın fotoğraflarını paylaşmaktadır. Diğerlerinin cevapları mahremiyet ve toplumsal amaçlı söylemler olmak üzere değişir. Bir katılımcı (E3) gösteriş olarak nitelenebilecek yemek fotoğraflarını yayınlamaktan çekinmektedir. Başka bir katılımcı (E4) da insanların ulaşması zor olabilecek lüks restoran resimlerinin paylaşılmasını sorunlu gördüğünü, kendi yemek fotoğraflarını da orta düzeyde olduğu için instagramdan kaldırmadığını ifade eder. Paralel olarak, diğer katılımcı (E5) da kendi paylaşımları olduğu halde “yemek” resimlerini doğru bulmadığını söylemekte, ayrıca “mutlu aile” fotoğraflarının da ailesi olmayanları üzeceği için sakıncalı bulmaktadır. Katılımcılar, her gün instagrama girmekle birlikte instagramda çok fazla zaman harcamadıklarını belirtmektedir; gündelik kullanımların 5 ile 15 dakika arasında değiştiği söylenebilir. Fakat canı sıkıldığında instagrama giren (E4) ne zaman ne kadar girebileceğini söyleyemeyen (E2) veya günde birkaç kez “kim ne yapmış” diye bakan (E1) kullanıcılar vardır.

Genel olarak fotoğraf yayınlamak “anlık zevk” şeklinde tanımlanmaktadır; ifadeler, “anlık bir istek ve atıyorsun bilemiyorum (E2)” “Anlık zevk ve istek diyebilirim (E4)” şeklindedir. Zamanın anlardan oluştuğu düşünüldüğünde instagramın an üzerine kurulu yapısı “düşünmeyi” engelleyici bir özellik göstermektedir. Fotoğraf a-yarına girildiği vakit çekilen resim herkesle paylaşılr duruma gelir. Kullanıcıların paylaşımlarına bakıldığında ise “öz çekim (E1,E2,E3, E4,E5,E6)” “arkadaşlar (E1,E2,E3,E4,E5,E6)” “yiyecek-içecek (E1, E2,E4,E5,E6)” “kişisel eşyalar (E1,E2,E4)” “hayvan resimleri (E1, E3)” “araçlar (E5)” görülmektedir. Mekân fotoğraflarına bakıldığında da ilk sırada cami resimleri (E1,E2,E4,E5,E6) bulunmakta, sonrasında gezilen yerler (E1,E4,E5,E2) stadyum (E1,E2,E3) konferans (E4) spor salonu (E6) plaj (E2) gibi resimler dikkat çekmektedir. Bunun yanında, hadis ve özlü söz içerikli yazılı fotoğraflar, sadece bir kişi (E4) tarafından kullanılmaktadır. Ayrıca katılımcılar, şiir paylaşımlarında bulunmakta, şairler de özellikle “Yedi Güzel Adam” fenomenine işaret etmektedir. Bir katılımcı (E4) *Yedi Güzel Adam* dizisinin videolarını etiketlerken, bir diğeri (E3) Cahit Zarifoğlu'ndan dörtlük yayınlamakta, başka bir katılımcı (E5) da dizide vurgusu yapılan “Kara Lise” önünde çekilen fotoğrafını paylaşmaktadır.

Katılımcıların gerek fotoğraf paylaşımlarından gerekse içerik yazılarından dini kaygılarını veya bir konuya, olaya ilişkin mesajlarını iletme yerine sadece özel hayatlarıyla ilgili hazlarını paylaştıkları görülmektedir. Aidiyetler başlığı altında söylenebilecek en vurgulu paylaşımlar (E1,E2,E3,E4,E5,E6) futbol takımlarına yapılmaktadır. Bir katılımcı (E2) Recep Tayyip Erdoğan'ın resmini paylaşmakta, başka bir katılımcı (E4) Gülen cemaatiyle kurduğu özdeşimi gerek videolar, gerek kitaplar aracılığıyla anlatmaktadır. Katılımcı (E4) bu

tür fotoğraf ve videoları paylaşma amacının “dini cemaate gönül bağlılığını göstermek” olduğunu ifade etmektedir. Toplumsal konulara değinmek üzere protesto veya çağrı nitelikli paylaşımların sayısı da oldukça azdır. Sadece bir katılımcı (E6) Soma faciasındaki bir maden işçisinin fotoğrafını paylaşmıştır.

Kadın kullanıcıların ise “bütün arkadaşlarımla var ben de açayım düşüncesi” (K1,K3,K4,K5) “modaya uyma-popüler olma isteği” (K2) “alınan zevk” (K3,K5) ve “ticari amaç” (K5) gibi nedenlerle hesap açtıkları görülmektedir. Bir katılımcı (K3) gördüğü güzellikleri deklanşöre basarak yansıtmak istediğini ve iletim aracı olarak instagramı kullandığını belirtirken; bir diğeri (K1) herkesin yaptığı edimin “yapılması gerekirliğini” şöyle ifade etmektedir:

O an ne yapıyorsam ve yahut canım ne istiyorsa onun fotoğrafını, videosunu paylaşıyorum. Nedenine gelecek olursak herhangi bir nedeni yok, paylaşayım insanlar görsün, herkes paylaşıyor demek ki, benim de bu tür şeyleri paylaşmam lazım düşüncesi...

Kadın katılımcıların instagramı kullanım süreleri ise bir veya iki yıl arasında değişmektedir. Tüm katılımcılar instagrama akıllı telefonlarından bağlanmakta, instagramda geçirdikleri süre “her gün mutlaka birkaç defa” (K6,K3) “günde yarım saat” (K1,K5) “her saat mutlaka” (K2,K4) şeklinde değişmektedir. Katılımcıların yine tümünün hesap profilleri gizlidir, sadece takip edilmesine izin verilenler paylaşımları görebilmektedir. Gizlilik sebebi olarak “korunma” (K3, K4,K5,K6) “erkek kullanıcıların paylaşımları görmelerini engelleme” (K1) “takip edenleri kontrol edebilme” (K2) gibi gerekçeler öne sürülmektedir. Bunun yanında yayınlanan fotoğraflardan büyük bir keyif ve haz duyulmaktadır. Bir katılımcı (K2) genellikle kendine ait fotoğrafları paylaşmasını “beğenilme duygusu ağır basıyor ve nefsi-

mi kabartıyor” cümleleriyle anlatmakta; diğeri (K1) fotoğraf paylaşımının ego tatmin aracı olduğunu, ne kadar çok beğenilirse o kadar özgüven kazandığını ifade etmektedir. Başka bir katılımcı da “beğenilmek oldukça önemli, çirkin olduğunu düşündüğüm fotoğrafları paylaşmıyorum” diyerek ötekinin belirleyiciliğini vurgulamaktadır.

Instagramı faydalı bulmayan (K1,K2,K4,K5,K6) katılımcılar çoğunluktadır, sadece bir katılımcı (K3) “instagramın kendini ifade etmekte zorlananlar için iyi bir araç” olduğunu düşünmektedir. Diğer katılımcıların instagramın zararına ilişkin düşünceleri “zaman kaybı” (K4,K5) olarak kategorileştirilebilmekle birlikte, bir kullanıcı (K6) “zarar” kısmını özeleştiriyarak şöyle anlatmaktadır:

Instagram, insanların aldığı kıyafetlerin reklamını yapıp gittiği lüks mekânlarda fotoğraf çekilip hava attıkları bir saha, özellikle de muhafazakâr şallı camianın takipçilerinin yorumlarla ego tatmini yaptığı yer... Aslında hepimizin bir süre sonra amacı aynı oluyor, çok beğeni almak, tanınmak istiyoruz. İnsanlar bizi takip etsin ve poh-pohlasın... Instagram insanları daha çok kibirli yapıyor ya da artık birbirinin aynısı olan kızlar ortaya çıkıyor...

Instagram kadın kullanıcılar için zevke yönelik açılan (K2) mutluluk veren (K5) hayatı anlatan (K3) modayı takip etmeyi sağlayan (K1,K2) bir iletişim aracıdır. Kullanıcıların paylaştıkları fotoğraf profilleri çoğunlukla “arkadaşlar” (K1,K2,K3,K4,K5,K6) “yiyecek-içecek”, (K2,K3,K5) “özçekim” (K1,K2,K3,K4,K5,K6) fotoğraflarıdır. Özçekim fotoğraflarının içerisinde kadın katılımcıların “ayak-ayakkabı fotoğrafları” (K1,K2,K3,K4,K5,K6) dikkat çekmektedir. Paylaşılan mekân fotoğraflarına (K1,K2,K3,K4,K5,K6) gelince, gezi alanları (K1,K2,K3,K4,K6) camiler (K1,K2,K5,K6) miting alanları (K1,K2) başta gelir. Yazılı fotoğraflar çok paylaşılmamakla birlikte genellikle

fotoğraf üzerine şiir şeklinde yayınlar bulunmakta, bu şiirlerden en çok Cahit Zarifoğlu (K2,K3) Sezai Karakoç (K4) dikkat çekmektedir. Diğer yandan, kullanıcıların hadis (K4) paylaşımlarının ender olduğu görülmektedir. Yayınlanan fotoğraflar arasında siyasi liderlere (K3) de rastlanmakta; özellikle, Recep Tayyip Erdoğan'ın (K2,K4) fotoğrafları paylaşılmaktadır. Sosyal olaylar konusunda yayınlanan kareler sık olmamakla birlikte, İsrail'i protesto eden (K4) Gazzeli çocuk fotoğrafları (K2) ve sembolik olarak Rabia işaretini taşıyan resimler (K3) etiketlenmektedir.

Sonuç olarak, dindar kadın ve erkek katılımcılar, kendi sterilizasyon mekanizmalarıyla kendilerine ait dijital bir cemaat yaratmaktadır. Katılımcıların dijital cemaate eklenmeleri, instagram kullanma nedenlerinin “çevresel faktörler” olduğunu belirtmeleriyle netleşmektedir. Tüm katılımcıların instagram kullanmadaki temel benzerliğinin “anlık zevk ve istek” çerçevesinde şekillendiği söylenebilir. Bu durum, düşünmeksizin yapılan bir edim olarak, “anlık” (insta) sözünden türeyen programın çıkış amacıyla uyum göstermektedir. Instagram, her iki cinsiyet kategorisi için de zevk almayı ve haz duymayı sağlayacak iletişim kanallarından biridir. Bu sebeple, kimi zaman paylaşılan yiyecek-içecek fotoğraflarının altına “keyif” (F1, K3) sözcüğü düşülmektedir. Tüm katılımcılar için geçerli husus, “bilinme isteğidir”. Kişi yaşadığı hayatı, gezip gördüğü yerleri, okuduğu kitapları, yediği yemeği kısacası “sahip olduklarını” diğerleriyle paylaşma ihtiyacı duymaktadır. Yaşadığı hazzın, bu paylaşım ile tamamlanabileceği duygusu yaratılmıştır. Kişinin kendini var etme yolu olarak ötekinin varlığı dijital cemaatte kendini son derece hissettirmektedir. Bu sebeple “beğenilme” çoğunlukla önemli bir istek olarak görülür. Fakat özellikle kadın katılımcıların beğenilme yönünde-

ki arzuları fotoğraf paylaşma hususundaki tavırlarıyla paraleldir. Bu sebeple kadın kullanıcıların özçekim paylaşımları erkek kullanıcılar nazaran daha yoğundur.

Kadın kullanıcılar, hesaplarını gizledikleri için sadece istedikleri kişilerin takibine izin vermekte, bu durumda fotoğraf yayınları daha tereddütsüz tavır geliştirebilmektedir. Erkek kullanıcılar dan hesabı açık katılımcılar, mahremiyet anlayışlarını daha çok kadınlar özelinde şekillendirmekte; bu nedenle başörtülü kadınların instagrama fotoğraf koymalarını eleştirmektedir. Erkek kullanıcılar fotoğraflara ilişkin “olmayanları özendirmeme” kaygısı taşıdıklarını belirtmiş olsalar da, bu kaygıyla yine yiyecek, içecek, arkadaş veya aile fotoğrafları paylaştıkları görülmekte, kadın katılımcılardan ise bu konuda herhangi bir kaygı belirten yanıt gelmemektedir.

Bunun yanında, tüm katılımcılar her gün instagrama girseler de, kadın katılımcıların instagramı daha sık kullandıkları görülür. Tüm katılımcılar genelde kendi hayatlarıyla ilgili yaşantılarını paylaşmaktadır. Dini referans ile mesaj iletim kaygısı yok denecek kadar azdır. Din ile ilişkilendirilen görsel malzeme, gezi amaçlı gidilen yerlerde çekilen cami fotoğraflarıdır. Sosyal olaylarla ilgili fotoğrafların da görünürlüğü çok az olmakla birlikte; kadın kullanıcıların erkeklerden daha çok miting, İsrail protesto pankartları veya Gazzeli çocuk resimleri paylaştıkları görülmektedir. Ait olma durumunun görselliğe yansması ise kimi zaman siyasi karakter fotoğrafı, kimi zaman cemaat lideriyle sınırlı kalmakta, erkek katılımcılarda aidiyetin görselleştiği bir diğer ünsiyet unsuru futbol olarak görülmektedir. Yine tüm katılımcıların üzerinde ortak fikir beyan ettikleri nokta, instagramın faydasız olduğu hususudur. Faydasızlığın ilişkilendiği durum ise yoğunlukla “zaman kaybı” çerçevesinde açıklanmaktadır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Instagram üzerine yapılan bu çalışma, temelde iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, Müslüman ve tesettür kavramları instagram programında araştırılmış; “Müslüman” kelimesinin instagramdaki seyrinde, dijimetin olarak programa yansıyan film, müzik, ses, basılı medya ve yoğunlukla “dini mesaj kaygılı” fotoğrafların eril bir tablo ortaya koyduğu görülmüştür. Bu nedenle, Müslüman kadın temsilini anlamak için ikinci kelime olarak “tesettür” kavramı seçilmiş ve kavramın da butikleşme ve ticari kaygılarla kullanıldığı bulgulanmıştır. İki türlü dijimetinsellik biçimi de popüler kültürden devşirilen tümceleri dini sembollerle birleştirerek paylaşmakta; 0/1 ikiliğine dayanan bir pikselleşme sürecinin uzantısı olarak dil-yetisi ve düşünce arasındaki simgesel işleyişi bozmaktadır (Baudrillard, 2012, s.21). Görünmesi istenen din, dini argümanlar veya dini semboller otomatik bir dağıtıma tabi tutulduğu için “imge” temsil ettiğiinden uzaklaşmakta ve asıl anlamını kaybetmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, on iki ilahiyat öğrencisiyle derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar sonucunda, katılımcıların “bireysel haz ve istek” itkisiyle çevrelerinden etkilenecek katıldıkları, interaktif tutum geliştirme imkânı buldukları instagram programında, “zamanı” ve “eylemi” ritüelleştirerek dijital topluluk haline geldikleri görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, kullanıcıların her

gün instagrama girmesi -özellikle kadın kullanıcıların- “her saat başı” instagrama bakarak birilerinin neler paylaştığını görme isteği, takip dürtüsü ve beğenilme arzusu, zamanı ve eylemi ritüelleştirmektedir. Bu durum, bireysel eylem sınırlarını aşarak kamusal eylem haline gelmektedir ki; dijital kamu da kendi içinde yeni bir oluşum ile dijital cemaat yaratmaktadır. Kadın ve erkek tüm dijital cemaat üyelerinin kendilerine özgü sakıncaları olmakla birlikte, popüler paylaşımları tekrar ettikleri ve kendilerini ifade etmek için yaşam kesitlerini fotoğrafladıkları görülmektedir. Bireyin fark etmediği veya faydasız gördüğü halde eyledikleri, onu Baudrillard’ın (2012) ifade ettiği gibi “kendisinden kaçamadığı nesnenin, gerçeğin, ötekinin, bir anlamda artık bu hiçbir şeye karşı çıkamadığı olayın kurbanı” (s.16) haline getirir. Bu noktada, dijital cemaat üyeleri, bedensel olarak dokunma ve gözbebeği hareketleri ile ekrana basarak aldıkları zevk ve hazzın yönünde, ellerinin altında bulanan basit bir teknolojik hamle (Baudrillard, 1991, s.19) olarak görülemeyecek- akıllı telefonların duyuumsal bütünlüğünün cazibesi altındadır. Görüş, duyuş, dokunma ve düşünme gibi duyumlara aynı anda seslenilen dijital ortama itaatle hayat yiyecek, içecek, mekân, cihaz, doğa ve benzeri- cansızlaştırılmakta, dini semboller de “eter tarafından soğutularak buz kalıbına” (Baudrillard, 1991, s.27) dönüştürülmektedir. Sonuç olarak, temsil niteliği olduğu düşünülen dindar cemaat de performatif olarak ritüelistik manada dini bir mekanizma gibi işleyen, kendine çeken ve cazibesiyle etki altına alan sistemin parçasıdır.

Her iletişimin bir mahremiyet ihlali (Yılmaz, 2011) olduğu düşünüldüğünde “hayatın her parçasının” anlatılma ve paylaşılma isteği, ihlalin sınırlarını muğlaklaştırmaktadır. Dijital bir ihlale maruz bırakılan bireylerin temsil etme niyetinde oldukları dini ilkelerin de

“tıklama kültürü” içerisinde form değiştirdiği aşıkârdır. Tıklama fe-tişi, “can sıkıntısı” veya “yalnızlık hissi” gibi duyguların giderilmesi-ne yardımcı olduğu, hayata mana veren bir edim halini aldığı sürece dini ilkelerin anlam kaybına uğraması kaçınılmazdır. Diğer bir ifa-deyle, sisteminkendisi performatif manada ritüelistik olarak din ha-line geldikçe mutlak dini ritüellere ayrılacak zamandan çalmakta, bireyde sanal anlam dünyası kurgulamaktadır. Cemaatin, “diğerleri de böyle” meşruiyetini sağlayabilecek gücü düşünüldüğünde de sis-tem, kadın ve erkek eyleyiciler tarafından gün be gün konsolide ol-maktadır.

Tıklama kültürünün evrensel kültür haline geldiği dijital dün-yada soru, insanların neden her yaptığını, yediğini, gezdiği yeri kısaca “hayatını” sentetik imgelerle paylaşma ihtiyacı içinde olduğudur. Bu sorunun cevabı belki de klasik medyanın konforlu günlerine pro-jeksiyon tutmayı gerektirir. Klasik medya ile seyredilen, takip edilen artist, sanatçı, futbolcu gibi ünlülerin özel hayatlarının sergilenme-sini takiben artık dijital medya ile sıradan insanlar tanınmaya ve be-ğenilmeye talip olmaktadır; tüm aparatlar kişide görülme isteğini kamçılayacak özelliklere sahiptir. Dijital medya ve tıklama kültürü, kadın erkek tüm bireylerin hayatlarını tabloidleştirmekte, kendi eli-yle kendilerini ifşa ettirmekte ve özel olduğunu düşündüğü oranda biricikliklerini yitirmelerine neden olmaktadır; süreç artık “toplum-salın sonunu” (Baudrillard, 1991) yaklaştırır. Bir manada, akıllı tele-fonlar ile “akıl tutulmasına” (Horkheimer, 2008) en fazla yaklaşılan dijital atmosferde ağa takılan artık sadece birey değil toplumsaldır. Bu toplumsal kendi öz kimliğini hangi parametre çerçevesinde ta-nımlarsa tanımlasın, hangi cinsiyetten olursa olsun karşılaşılan rea-lite birbirine yakındır.

Özcesi, dokunarak hissedildiği düşünölen dijital medyanın yarattığı tıklama költürü anamorfoz özellik taşıır. Doğru açıyla bakıldığında hazzın, zamanın, eylemin ve cemaatin performatif olarak ritüelistik manada dini mekanizma gibi işlediği -kadın ve erkek her iki cinsiyet tarafından da- algılanamamaktadır. Geçerli çözümlerlerin yapılabilmesi için Zizek'in (2005) tabiriyle "yamuk bakmak" gerekir. Yamuk bakılmadığı sürece dijital cemaat olarak kavramsallaştırdığımız yapının sosyal medya özelde instagram- kullanımı kendini temsil etme biçimi olarak görölecek; erkek ya da kadın bireyler tıklamanın ve görünürlüğün verdiği haz ile dijital cemaatin asli unsurları olarak koreografilerini oluşturmaya devam edecektir. Hâlbuki kendinden soyutlanarak, kendi özelliklerini, kendi var oluşunu eriten yapının "temsil niteliği" de kalmamaktadır. Bugün Holben'in *Sefirler* tablosundaki kafatasını görebilmek bu yüzden önemlidir.

KAYNAKÇA

Baker, S. ve Edwards, R. (2012). *How Many Qualitative Interviews is Enough? Expert Voices and Early Career Reflections on Sampling and Cases in Qualitative Research*. National Centre for Research Methods, Discussion Paper. Erişim: 5 Kasım 2014 <http://eprints.ncrm.ac.uk/2273/>

Baudrillard, J. (1991). *Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya da Toplumsalın Sonu*. (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Baudrillard, J. (2012). *Neden Herşey Hala Yok Olup Gitmedi?* (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Bauman, Z. (1999). *Çalışma, Tüketiciilik ve Yeni Yoksullar*. (Ü. Öktem, Çev.). İstanbul: Sarmal.

Butler, J. (2008). *Cinsiyet Belası*. İstanbul: Metis Yayınları.

Chidester, D. (2003). The Church of Baseball, The Fetish of Coca-Cola, and The Potlatch of Rock 'N' Roll Theoretical Models for The Study of Religion in American Popular Culture. D. Hackett (Ed.). *Religion and American Culture* (s.504-521). New York ve Londra: Routledge Press.

Chun, W. H. ve Keenan, T. (2006). *A History and Theory Reader New Media Old Media*. New York ve Londra: Routledge Press.

David, H. (2009). *New Media Theory*. K. A. Foss ve W. L. Stephen. *The Encyclopedia of Communication Theory* (s.685-689). Londra: Sage Publications.

Doss, E. (2002). Believing in Elvis: Popular Piety in Material Culture. M.S Hoover ve L.S. Clark (Ed.). *Practicing Religion in the Age of the Media, Explorations in Media, Religion and Culture* (s.63-87). New York: Columbia University Press.

Durmuş, B., Yurtkoru, E.S., Ulusu, Y. ve Kılıç, B. (2010). *Facebook'tayız. Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Çalışma*. İstanbul: Beta Basım.

Everett, A. (2003). Digitextuality and Click Theory, Theses on Convergence Media in the Digital Age. A. Everett ve J. T. Caldy (Ed.). *New Media, Theories and Practices of Digitextuality* (s.3-28). New York ve Londra: Routledge Press.

Everett, A. (2004). Click This: From Analog Dreams to Digital Realities. *Cinema Journal*, 43(3), 93-97.

Feldman, T. (1997). *An Introducting to Digital Media*. Canada: Routledge Press.

Gerbaudo, P. (2014). *Twitler ve Sokaklar, Sosyal Medya ve Günümüz Eylemciliği*. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Green, L. (2010). *The Internet, An Introduction to New Media*. Oxford ve New York: Berg.

Hassan, R. ve Thomas, J. (2006). *The New Media Theory Reader*. New York: Open University Publication.

Hochman, N. ve Schwartz, R. (Mayıs 2012). *Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms*. Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM12) (s.6-9).

Hochman, N. ve Manovich, L. (2013). *Zooming into an Instagram*

City:Reading the Local through Social Media. Erişim: 5 Aralık 2014
<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>

Hollingsworth, M. (2005). *How to Get into Television, Radio and New Media*. Londra ve New York: Continuum.

Horkheimer, M. (2008). *Akıl Tutulması*. (O. Koçak, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Hu, Y., Kambhampati S. ve Manikonda, L. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. <http://www.public.asu.edu/~yuhenghu/paper/icwsm14.pdf>

Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*. İstanbul:Beta.

Lynch, G. (2007). What is this 'Religion' in the Study of Religion and Popular Culture? G.Lynch (Ed.). *Between Sacred and Profane: Researching Religion and Popular Culture* (s.125-143). Londra ve New York: I.B Tauris.

Mardin, Ş. (2007). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim.

Marvin, C. (2002). Scapegoating and Deterrence:Criminal Justice Rituals in American Civil Religion. Hoover, M.S ve L.S. Clark (Ed.). *Practicing Religion in the Age of the Media, Explorations in Media, Religion and Culture* (s.203-219). New York:Columbia University.

McCune, Z. (2011). *Consumer Production in Social Media Networks: A Case Study of the "Instagram" iPhone App*. MPhil in Modern Society and Global Transformation. Erişim: 10 Kasım 2014

<http://thames2thayer.com/blog/wpcontent/uploads/2011/06/McCune Instagram Dissertation Draft.pdf>

Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya.

Özdemir, E. (2009). Yaşam Tarzlarının Sanal Mekânlardaki Sunumu: Bir Cazibe Merkezi Olarak Siberalem Örneği. B. Dağtaş ve E. Dağtaş (Ed.). *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları* (s.364-406). Ankara: Ütopya.

Seven, M. (2014). *İstanbul Instagram'da İstanbul Fotoğrafları*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Toprak, A. ve diğerleri. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook "Görülüyorum Öyleyse Varım"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Turan, G. (2009). Gerçek(siz)liğimizde Sarıldığımız Serap: İnternet. B.Dağtaş ve E.Dağtaş (Ed.). *Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları* (s.337-364). Ankara: Ütopya.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge*, 2(4), 87-100.

Yetişkin, E. (7-8 Mayıs 2013). 'Beğen' ve 'Paylaş': Yeni Medyaya Mikro-Sosyolojik ve Ekonomi-Psikolojik Bir Bakış. *Yeni Medya Çalışmaları 1.Ulusal Kongresi*, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi (s.1-17). Erişim: 15 Aralık 2014,

http://ekitap.alternatifbilisim.org/files/yeni_medya_calismalari-1_kongre_kitabi.pdf

Yılmaz, S. (2011). Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır. H. Köse (Ed.). *Medya Mahrem Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar* (s.129-149). İstanbul: Ayrıntı.

Yumul, A. (2012). Ötekiliği Bedenlere Kaydetmek. Ceyhan, M (Ed.). *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar* (s.89-97). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Zizek, S. (2005). *Yamuk Bakmak, Popüler Kültürden Jacques Lacan'a Giriş*. (T. Birkan, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Din Hizmetlerinin Yürütülmesinde Bir İmkan Ve Meydan Okuma Olarak Medya⁷⁸

Hediyetullah AYDENİZ

Giriş

Bu çalışmada hem bir imkan hem de bir meydan okuma olarak medyanın din hizmetlerinde kullanımı bir “mesele”, bir “problematik” olarak ele alınacaktır. Bu imkan ve meydan okumanın da iki boyutu olduğu düşünülmektedir. Birinci boyut, bir araç ve kurumsal yapı olarak medyanın din hizmetlerinde kullanımınıdır. Buna medyanın da dini bilgi, aktör ve mekanlarını da eklemek mümkündür. İkinci boyut ise teorik düzeyde medya ve iletişim çalışmaları alanında üretilmiş bilgi üretiminin ilahiyat ve İslami İlimler alalına taşımsıyla oluşan etkileşimdir. Her iki durumda da imkan ve meydan okuma boyutuyla konu irdelenmiştir. Bu irdeleme, saha ve detaylandırılmış, tahkike dayalı bir araştırmanın sonuçlarını ortaya koymaktan çok, söz konusu meydan okuma ve imkanın problematize edilmesini merkeze almıştır. Özellikle ilahiyat fakültelerinde hazırlanan tez ve yapılan çalışmalarda son yıllarda giderek artan bir şekilde göze çar-

⁷⁸ Bu makale, Din ve Hayat Dergisi'nin 22.sayısında (2014) yayımlanan aynı başlıklı makalenin genişletilmiş ve yeniden gözden geçirilmesiyle yazılmıştır.

pan bir gelişme olarak iletişim ile ilgili çalışmalar görmezden geline-meyecek düzeye eriştiği gözlemlenmektedir. “Dini İletişim” kavra-mı, bir kavramdan öte giderek bir alana tekabül edecek şekilde an-lam kazanmaya başlamıştır. Dinin medyayı bir içerik unsuru olarak kullanması kadar dini kurum ve aktörlerinde medyayı amaçları doğ-rultusunda kullanmaları hep varolagelmıştır. Medyanın ve medya-iletişim ile ilgili bilgi birikiminin dini kurum ve aktörler ile ilahiyat fakültelerinde gördüğü bu ilgi bu çalışmanın ortaya çıkmasında be-lirleyici motivasyon kaynağı olmuştur. Konunun çalışmasında kişi-sel deneyimler, gözlemler, literatür ve sorulardan hareket edilmiştir. Teorik ve kavramsal düzeyde tarihsel sosyolojik yaklaşımının un-surlarını barındıran bir bakış açısıyla medyanın modern toplumdaki konumu, Osmanlı modernleşme tecrübesini de dikkate alarak med-yanın Türkiye'deki konumu ve medyaya bakış, medya-din ilişkisi, di-ni aktörler-medya ilişkisi, dini kurumlar-medya ilişkisi ve iki bilgi a-lanı olarak İslami bilimler ile medya ve iletişim çalışmalarında üreti-len bilgi ve kullanılan metodolojilerin karşılaşması çerçevesinde ça-lışma yürütülmüştür. Çalışma sonucunda bir meydan okuma olarak din görevlilerinin daha doğrusu ulemanın medyatikleşmesi, dini bil-ginin ticarileşmesi, mevcut hukuk düzeninde özgürlükler çatışması ve geriliminde din ve dini alan ile ilgili düzenlemeler ve bağımlılık (ekran bağımlılığı, oyun bağımlılığı, internet bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı vb.) birer meydan okuma olarak karşımıza çıkarken din hizmetlerinin kullanımında bir imkan olarak da medya okuryazarlı-ğının üzerinde durulmuştur.

Batı'da modernitenin ve bizde de modernleşmenin tarihi aynı zamanda bir araç ve kurumsal yapı olarak medyanın da tarihidir. Farklı tasnifler ve yaklaşımlar olmakla birlikte medyanın tarihini

teknik üzerinden okumak ile toplumların örgütlenme yapılarına ve ihtiyaçlarına göre değerlendirip okumak arasındaki farkı esas alan iki ana yaklaşımdan söz edilebilir. Birinci yaklaşım, teknolojinin gelişmesinin doğal, doğrudan ve hatta zorunlu bir sonucu olarak tarihin akışının değiştiğini varsaymaktadır. Yani matbaanın geliştirilmesi, mikroskopun, merceğin ve fotoğraf makinesinin keşfi doğrudan tarihsel ve toplumsal dönüşümleri belirlediği varsayılır. İkinci yaklaşım ise teknolojinin tek başına bir anlam ifade etmediği, aksine toplumların örgütlenme yapılarına (imparatorluk, ulus devlet gibi) paralel olarak makro ve kapsamlı bir bakış açısıyla o örgütlenmenin bir parçası olarak tekniğin ve teknolojinin kullanımının doğurduğu sonuçlar üzerinde durmaktadır. Buradan hareketle medyanın bizzatihi varlığı ile bunun toplumsal yapının aktörleri ve kurumları nezdindeki konumu, itibarı ve ihtiyaçlar doğrultusunda kullanımı önemlidir.

Medya, aslında insanoğlunun üç temel iletişim aracı olan yazı (alfabe, metin), görüntü (resim, fotoğraf, video) ve sesin (insan sesi ve diğer sesler) enformasyon teknolojileriyle buluşmasıyla oluşturulan kurumsal yapıyla muhataplarına (hedef kitle) hitap eden bir iletişim organizasyonudur. Medyadan söz edildiğinde insan, kurum ve toplumdan bağımsız bir nesneden söz ediliyor durumu oluşabilir. Medya ile ilgili literatürde bu tür bir anlatıyla sıkça rastlanabilmektedir. Bir tür özne olarak medyadan bahsedildiğinde onu organize eden, ona işlerlik kazandıran ve onunla ilişkide olan insanlar gözardı edildiği sonucu çıkabilir. Bu şerhi dikkate alarak medyanın ne olduğuna göz atıldığında çoklu mecralarıyla modern bir “iletim” ve “gösteri” aracı/ortamı karşımıza çıkar. Haber üretim sürecinde muhabirinden genel yayın yönetmenine, reklamda asistanından genel mü-

dürüne kadar çoklu aktörlerden oluşan çok aşamalı bir enformasyon üretim mekanizmasıdır medya. Aynı zamanda birden fazla sektörü de bünyesinde barındıran bir alana işaret etmektedir. Çoklu aktör, aşama ve sektörler de hesaba katıldığında medya sözcüğünden, sembolik-kültürel-zihinsel üretim alanlarının hemen hemen tümü anlaşılabilir. Araç, aracı, dolayım, entelektüel ve toplumsal ortam oluşturabilen teknoloji vb. anlam unsurlarını taşıyan ve gazete, dergi, radyo, televizyon, internet gibi araçlarla mücessem hale gelen medya, Batı modernliğinin de modernleşmemizin de tarihiyle yaşıttır.

Çok boyutlu, çok mecralı, birbirine bağlı birden fazla sektörü bünyesinde barındıran karmaşık yapısıyla medya, geline aşamada basılı (gazete, dergi), işitsel (radyo) ve görsel (tv) medya, yeni medya (internet, bilgisayar ağları) ve taşınabilir bilgi iletişim teknolojileri şeklinde beşli tasnife tabi tutulabilir. Medya okuryazarlığı penceresinden bakıldığında beş kategorinin de birbirinin yerine ikame edilemeyecek ve ayrı bir kategori olmayı hakeden ortak ve özgün özelliklere sahip olduğu görülecektir. Sosyal medyanın bir parçası olduğu yeni medya (alternatif bir kavramsallaştırma olarak dijital medya), görsel, işitsel ve basılı medyanın bir araya geldiği bir medya türüdür. Yeni medyanın tüm altyapısından zaman ve mekan sınırı olmaksızın yararlanma imkanı veren en önemli teknolojik gelişme, Taşınabilir Bilgi-İletişim Teknolojilerinin hızlıca dolaşıma girmesi ve yaygınlaşmasıdır. Medya eğitimi ile medya ve iletişim çalışmalarında bir medya türü olarak değerlendirilmemesine rağmen Taşınabilir Bilgi İletişim Teknolojileri medya okuryazarlığı kapsamında bir alt kategori olarak ele alınmaya başlanmıştır (bk. Aydeniz, 2012). Mekana bağımlı olmaksızın medyatik içeriklere ve internete erişimi

sağlayan, aynı zamanda da içerik üreticisi olunabilen, müzik ve video çalar, radyo ve televizyon gibi çok boyutlu işlevleri olan araçlar *taşınabilir bilgi-iletişim teknolojileri* kapsamına girmektedir. Diğer dört medya türünde yer alan içerik üretim özelliklerinden öte, zaman ve mekan sınırı olmaksızın kişiselleştirilmiş sürekli erişim imkanı sağlayan teknolojik araçlar ve ona uygun geliştirilmiş içerik uygulamaları (Android, IOS gibi) bütününden oluşan bir medya türü olarak yapılan bu tasnif, giderek artan bir çalışma ilgisine mazhar olmaktadır. Mekâna bağımlılık gerektirmediği için en sık kullanılan medya türlerinden biri hâline gelen taşınabilir bilgi-iletişim teknolojileri iletişim (telefon olarak kullanım), denetim (özellikle çocuklar için yer, konum bildirimi), eğlence (oyun, video, müzik vb.), bilgi taşıma (elektronik kitap), radyo ve televizyon takibi (internet erişimi olmaksızın tv ve radyo alıcısı özelliği) ve internet erişimi (internet paketine sahip olma durumunda yeni medyaya erişim) gibi fonksiyonlara sahiptir. Yetişkinlerce olduğu kadar çocuklar ve gençler tarafından da yoğun bir şekilde kullanılan taşınabilir bilgi-iletişim teknolojilerinin olumlu olumsuz yönden değerlendirilebilecek sonuçlar ürettiği söylenebilir. Yeni medya ve yeni medyanın sunduğu iletişim ortamlarının en önemli ayırıcı özelliği, basılı, işitsel ve görsel medyadan ayrı olarak erişim imkanına sahip tüm kullanıcıların birer içerik üreticisi haline yani medya aktörüne dönüşmesidir (bk. Aydeniz, 2015). Şimdiye kadar bir kurumsal yapı bünyesinde uzmanlardan oluşan çoklu aktörlerin çoklu aşamalarla ürettiği ve yerleşik hukuki düzen içinde kurumsallaşmış bir medya, henüz hukuk alanı kurumsallaşamamış ve tüm bireylerin içerik üreticisi olarak bir medya tarafından yapısal dönüşüme uğratılmaktadır.

Medya türleriyle ilgili yapılan bu beş tasnifte de medyanın üç temel hizmet alanı bulunmaktadır. Birincisi bilgilendirici (haber, bilgi), ikincisi eğlendirici (müzik, film, dizi, oyun vs.) ve üçüncüsü de reklam-tanıtım-pazarlama hizmetidir. Bu üç temel hizmet alanı aynı zamanda medyanın üç ana içerik türünün de ifade etmektedir. Bir imkan olarak medyanın kullanımı ile bir meydan okuma olarak medyanın ortaya çıkardığı muhtemel problemler de medyanın bu üç hizmet alanı ve içerik türüyle ilgilidir. Bu haliyle medya; yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik ve eğitim düzeyi farketmeksizin her düzeyde toplumun tüm fertlerinin hayatına çeşitli düzeylerde temas etmektedir. En mahrem, en kutsal zaman ve mekanlar dahil medyanın temas ve tahkim alanı giderek genişlemektedir. Bu haliyle medyanın bir hizmet alanında (din hizmetlerinde gibi) ve kurumsalyapı (Diyanet) tarafından kullanımının imkanları ve zorlukları da ayrı bir uzmanlık bilgisini gerektirecek düzeye eriştiği söylenmelidir.

Bu çerçevede hayata ve insana ait hemen hemen herşeye bir boyutuyla temaseden araçlar bütünü ve bir kurumsal yapı olarak medya ile ilgili metodolojik ve teorik tartışmaları bir tarafa bırakarak Türkiye'de medyanın dinle ve özellikle Müslümanlıkta ilişkisini daha önceki bir çalışmaya ele almıştık (Aydeniz, 2013, s. 120-124). Medyanın din, dinî mekan ve aktörleriyle ilişkisi kadar medyanın din hizmetlerinde kullanımı da o kadar önemlidir. Bu çerçevede ilk aşamada bir imkan olarak medyanın din hizmetlerinde kullanımı ve bu kullanımın teorik ve pratik boyutlarıyla muhtemel problem alanlarına işaret edilmesi, öncelikle bunu bir 'mesele' olarak gündeme getirmeyi gerektirmektedir. Kesin hükümler ve tasvirlerden hareketle imkanları ve meydan okumaları sıralamak yerine bunun bir problem alanı olarak tespiti ve gündem edilmesi başlı başına öncelikli ve

önemlidir. Bu çalışma da temelde medyanın din hizmetlerinde kullanımı problemini irdelemeyi hedeflemektedir.

Türkiye'de dinin, dinî mekanların, din görevlilerinin ve dini temsil edebilecek herhangi bir unsurun medyada temsili noktasında medyanın ana akım tutumu *ademe mahkumiyet* (yok sayma-görme-me), *kişilik katli* (bilgisizlik, güvensizlik, ahlâkî ve estetik yoksunluk, bilim ve akla karşıtlık, insanî ilgi ve niteliklerden yoksunluk vb. olumsuz kişilik temsilleri) ve *magazinleştirme* olarak üç ana başlıkta tasnif edilebilir.

Din görevlilerinin ve din hizmetleri alanında görev alan aktörlerin medya ile ilişkisi ise iki boyutta değerlendirilebilir. Birincisi, bilgi üretimi düzleminde İslâmî ilimler alanında medya ve iletişim ile ilgili yapılan çalışmaları kapsayan teorik boyuttur. Bu konu uzun vadeli, mukayeseli ve derinlemesine yapılacak çalışmalarla analiz edilmeyi hak etmektedir. İkincisi ise kurumsal (Diyanet) ve bireysel olarak medyanın kullanımını kapsayan pratik boyuttur. Bir kamu kurumu olarak Diyanet İşleri Başkanlığı'nın medya ve iletişim çalışmalarının uygulamaya denk gelen bilgi birikiminden istifade etmesi (medya planlaması, halkla ilişkiler ve kurumsa iletişim gibi alanların uygulamaya dönük olarak ortaya koydukları bilgi birikiminde) de ayrıca incelenmeye değer geniş bir zaman dilimini kapsamaktadır.

Teorik düzeyde medya ve iletişim çalışmalarının ilahiyat ve İslami ilimler alanlarındaki çalışmaları yürüten aktörlerin eğilimleri ile Cumhuriyet Türkiye'sinin bir kurumsal yapısı olarak Diyanet'in uygulamaya dönük çalışmalarını anlamada ve medyanın din hizmetlerinde kullanımı problemini analiz etmede, Osmanlı'dan günümüze modernleşme tecrübesi çerçevesinde Türkiye'de medya algısına kısaca bakmak gerektir.

Modern Toplum, Medya ve Türkiye

Kavramsal olarak medyanın sahip olduğu anlam dünyası ve te- kabül ettiği olgusal gerçekliğe yukarıda değindik. Modern toplum- daki konumuyla medyanın yerinin tespiti, medya ve ilişkili konuları tartışmada yol açıcı olacağı ve bu çalışmada da kolaylaştırıcı bir işlev göreceği için önemlidir. Medyanın modern toplumdaki konumunu ortaya koyan ve tartışılabilir bir zemin sunduğu için toplumların ör- gütlenme yapısı ile haberleşme sistemi kavramlarına müracaat edi- lecektir. Bir olay ve olgu üzerine edinilen bilgi (TDK, Haber, 2014) ile duyularla algılanıp nakledilen söz veya yazının içerdiği bilgi (Yavuz, 1996, s. 346) olarak sözlüklerde anlam verilen “haber”, bir paylaşım, bir alışveriş, bir nakil, bir aktarımın parçası ve buna ilişkin mekaniz- maların unsuru olduğu andan itibaren haberleşmeye dönüşür. Ha- berleşmenin örgütlü hali ise sistemleşmeyi ve sistem kavramını or- taya çıkarmaktadır. Toplumsal örgütlenme ise “ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin o- luşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat” (TDK, Örgüt, 2014) şeklinde dil düzeyinde/sözlükte anlamını bulan örgüt kelimesinden hareketle modern anlamda resmi ve sivil (devlet ve devlet dışı organizasyon- lar) toplumsal yapılanmanın tüm unsurları anlamında kullanılacak- tır. Bu anlamıyla toplumsal örgütlenme, sadece devlete işaret etme- mektedir; geleneksel veya modern anlamda bir siyasal-toplumsal düzenin tüm bileşenlerini ifade etmektedir.

Toplumların örgütlenme yapısına bağlı olarak ortaya çıkan ve kurumsallaşan haberleşme sistemini Hayati Tüfekçioğlu, kuşaklar arası ve alan haberleşmesi olarak iki kategoride tasnif etmektedir. Birincisi, coğrafya ve mekân üzerinde yatay düzlemde bilginin ve en-

formasyonun dolaşımını temin eden gündelik haberleşmeyi kapsayan "alan üzerindeki" haberleşmedir. Bu alan daha çok medya ve iletişim çalışmaları ile iletişim sosyolojisinin kapsamında araştırılmakta ve tartışılmaktadır. Haberleşme sisteminin ikinci kategorisi ise bilgilerin ve değerlerin nesilden nesille belli bir sistem içerisinde aktarılmasını sağlayan, haberleşmenin anla ve alanla sınırlı olmayan bir boyutu olarak "kuşaklararası haberleşme"dir. Bu alan da daha çok bilgi sosyolojisi kapsamında değerlendirilmekte ve çalışmalara konu edilmektedir. Kuşaklararası haberleşmeye bakıldığında toplumların bu açıdan geliştirdiği sanattan dine kadar birçok alana hitap eden birçok kurum sayılabilir. Bunların içinde en önemli ve sistemli olanı okuldur. Okul, sistemin örgütlü biçimi olarak "toplumun değerlerini, bilgilerini, bilincini sistem dahilinde örgütlü bir şekilde nesilden nesille aktarır." (Tüfekçioğlu, 2001; Ayrıca bk. Tüfekçioğlu, 1992 ve 1997). Modern toplumun haberleşme sisteminin iki ana unsuru olan kuşaklar arası haberleşmede okul-üniversite ve alan haberleşmesinde medya, 19. yüzyılda eş zamanlı olarak ulus-devlet ve modern modern toplum yapılanması çerçevesinde kurumsallaşmasını tamamlayan kurumlardır. Medya ile girilen ilişki, aslında modern tekniğin ve teknolojiye yaklaşımı ve onunla ilişkiyi de göstermektedir.

Haberleşme sistemi kavramı çerçevesinde birlikte değerlendirilen okul ve medya, Osmanlı modernleşmesi ve dolayısıyla Türkiye'de modernleşme çabaları çerçevesinde de hem kurumsal hem araçsal olarak birlikte yani "maarif-eğitim" meseli olarak ele alınmıştır. Ahmet Hamdi Tanpınar'ın (1942, s. 27) ifadesiyle Avrupalılaşmanın resmî bir program olarak ilan edildiği Tanzimat döneminin politikaları çerçevesinde değerlendirilebilecek bir araç olarak gazete,

Osmanlı'daki yeniden yapılanma ve yeni resmî programın bir parçası olarak değerlendirilmiştir. Okul/mektep, üniversite/Darülfünun ve matbuat, gazete, mecmua, maarif çabaları çerçevesinde birarada ve birbirinden ayrı görülmeden modernleşme sürecimizin bir parçası olarak hem özne hem de nesne olarak fonksiyon görmüşlerdir. Haberleşme sistemlerinin toplumların örgütlenme yapıları arasındaki bağlantı dikkate alındığında Osmanlı'daki bu yeniden yapılanmanın bir parçası olarak gazetenin ortaya çıkması önemlidir. Bu siyasal-toplumsal yeniden yapılanma ve resmî program olarak Avrupalılaşmanın, (daha sonraki kavramsallaştırma ile Batılılaşma ve modernliğin) Osmanlı'ya transferinin izlerini; medyaya biçilen rol üzerinden görmek mümkündür. Bu rol biçme ve değer atfetmenin yansımaları, din hizmetlerinde medyanın kullanımında da rahatlıkla görülebilmektedir.

İstanbul'da Padişahın emriyle çıkarılan ilk gazete olan Takvim-i Vekayi'nin ilk sayısı dikkate alındığında gazetenin meşrulaştırılmasında atıfların İslam tarihine yapıldığı görülecektir. "Fenn-i celil" olarak nitelendirilen tarih yazımının yeni dönemdeki aracı olarak gazetecilik, bir tür vakanüvislik olarak görülmüştür. İslam kaynaklarına referansla "ilm-i şerif" olarak görülen tarihçiliğin gazete üzerinden faydaları, dünyada meydana gelen olayları kayıt altına alma ve beyan etme ile geçmişten geleceğe ders çıkaracak bir aktarım olarak görülmüştür. Temel problem doğru, güvenilir, hızlı, güncel bir bilginin sadece devletin karar alma mekanizmalarında bulunanlara değil halka da ulaştırılması gerekliliği hedeflenmiştir. Modern bir tutum olarak görülebilecek bu anlayışın dayanağı ise modern kavram ve anlayışlara atıf yapmadan belirtilmektedir. Temelde hızlı ve güvenilir bir bilgilendirme ile olup bitenin doğru anlaşılması ve anlaşılan-

dırılması üzerinden gazeteye bir anlam yüklenmektedir (Yazıcı, 1991, s. 276). Ceride-i Havadis'le gazetecilikte vurgulanan en önemli husus, “maarif-eğitim” ve cahillik dikotomisidir. Batı'nın sahip olduğu üstünlüğe ulaşmak için eğitim gereklidir ve gazete de bir eğitim aracıdır. Ceride-i Havadis Avrupa'da şahit olunan refah, düzen, sanayi ve ticaretin gelişimini; bilimlerin, eğitimin ve becerilerin çoğalması ile herkesin enformasyona ihtiyaç duymasına, gerektiği kadar bilimlerin eğitime çabalaması ve sahip olmasına bağlar. Osmanlı Devleti'nde de aynı şekilde akıl sahiplerinin ve istidadı olanların gayretleri sayesinde maarif ile kısa sürede medeni milletlerden daha iyi bir refah ve gelişmişlik düzeyi ve gücüne erişebileceklerini vurgulanmaktadır (Yazıcı, 1984, s. 77). Burada vurgulanması gereken en önemli husus, medeni milletlerden olan Avrupa'nın sahip olduğu refah ve gelişmişlik düzeyi ile bilgi ve eğitim arasındaki ilişki ve bu medeniliğin kısa sürede Osmanlı'da yakalanabileceği düşüncesidir. Bu çabanın da en önemli araçlarından birisi olarak gazete görülür. Okuma yazma, eğitim, bilgi sahibi olma ile gelişmişlik arasında doğrudan bağlantı hep metinlerde işlenegelen konuların başında gelmektedir. 1860'larda yayımlanmaya başlanan ilk özel Türkçe gazete olan Tercüman-ı Ahval ve ardından çıkan Tasvir-i Efkâr gazetelerinin ilk sayılarındaki mukaddimelerde de ortak konu maarif yani eğitimidir. İki gazetenin ilk sayılarının baş yazısını/mukaddimesinin altında imzası olan Şinasi, eğitim kuvvetiyle zihinleri açılmış medeni milletler [“maarif kuvveti ile zihni açılmış olan mil-i mütemedden” (Şinasi, 1277/1860)] ve gazeteler sayesinde oluşan fikir tartışmaları ile kamuoyu kavramının anlam dünyasına denk gelebilecek gelişmelerden bahsetmektedir (Şinasi, 1278/1862). Aynı doğrultuda yine ilk gazetelerimizden Ali Suavi'nin çıkardığı Muhbir'in birinci

sayısının Mukaddime'sinde de eğitim, medeniyet, hikmet, sanat, ilim ve amel kavramlarının merkezde olduğu bir duruşu görebilmekteyiz (bk.Akbulut, 2013, s. 44-45).

Bu atıfların ve yaklaşımların işaret ettiğini, gazetenin Osmanlı ve Türkiye modernleşme sürecinde sadece bir araç olarak görülmediğine yönelik gazetenin konumuna dair Tanpınar'ın şu ifadeleri bu resmi daha net ortaya koymaktadır (2012, s. 251):

“Hiçbir yerde gazete bizdeki role benzer bir rol oynamamıştır. Başka yerlerde o, düşüncenin daha geniş surette topluma yayılması için seçtiği hareket sahalarından biridir. Arasında bütün cemiyet müesseseleri ve devam halinde olan, hayatla daima münasebetdar bir düşünce dünyası vardır. Bizde ise bütün işaretler oradan gelir. Kalabalık onun etrafında kurulur. Okumayı o yayar. Mekteplerin uzak bir gelecek için hazırladığı ocağı o tutuşturur. Zaten Şinasi ve Münif Paşa'dan itibaren gazete bu devrede tefrikalarla kitabı da içine almış gibidir. Birkaç büyük politika adamının – ve belki de bazı müderrislerin- dışında bu devrede şöhret kazananların hemen hepsi gazetecidir”.

Gazete ve dolayısıyla medya, gazete ve medyadan öte bir anlama sahip kılınmıştır. Ceride-i Havadis'te ifadesini bulan bilgili, eğitilmiş, sanayisi ve ticaretiyle düzen ve refaha erişmiş Avrupa ve medeni milletler gibi olma arayışını, Avrupalılığın resmî program olarak ilanı olan Tanzimat'tan sonra siyasal ve toplumsal tüm düzlemlerde görmek mümkündür. Bu arayışın Devlet-i Aliyye'yi çöküşten kurtaracağına ilişkin Osmanlı vatandaşlarının Batı'da yazmış olduğu savunma niteliğindeki çalışmalarına rastlamak mümkündür⁷⁹. Ahmet Emin Yalman gazeteyi, Osmanlı toplumunda cami ve dergah

⁷⁹ Medya ve iletişim çalışmaları açısından önemli bir tarihî değere sahip olan ve Ba-

gibi dini mekanları da kapsayan daha geniş bir toplumsal iletişim ve etkileşim ortamlarının rolünü ve işlevini üstlenmesiyle mukayese etmektedir (Bkz. Yalman, 1914, s. 17). Medya tarihimizin ilk yayınlarının metinlerinden ve bu alandaki bu ilk akademik çalışmada medyaya modernleşme sürecimiz içinde biçilen rol ve bu alandaki profesyonellerin kendisini nerede gördüğüne ilişkin bu anlayışın izlerini, yeni bir toplumsal örgütlenme ve ulus devlet olarak Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin tüm kurumlarında da görmek mümkündür.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında sosyal bilimlerin hakim paradigması haline gelen modernleşme kuramının amaçlarına ve Osmanlı modernleşmesinin yukarıda ifade ettiğimiz serüvenine de uygun bir çerçevede uygulama merkezli ve özellikle eğitimi odağa alan çabaları akademik zeminde de devam etmiştir. Medyanın Batı dışı toplumlarda dönüşümü sağlayıcı en önemli araçlardan birisi olarak görüldüğü ve bu çerçevedeki çabaları ifade eden modernleşme kuramının hedefleri istikametinde üniversitelerde medya ve iletişim çalışmaları yürütülmüştür. Medyaya bakışı ve ona atfedilen bu rolü temsil eden arayışları yüksek öğretim kurumlarının oluşturulmasında da görmek mümkündür. Bunun bir örneği Televizyonla Öğretim ve Eğitim Fakültesinin Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi bünyesinde kurulmasıdır (bk. Aksun, 1979). Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesinin de temelini oluşturan bu girişim

tı tarihi dâhil medya ile ilgili ilk doktora tezlerinden birisi olan Ahmet Emin Yalman'ın çalışması bu çabanın önemli bir örneğidir. Gelişme (development) kavramının merkeze alındığı Ahmet Emin Yalman'ın tezi, Amerika'da Colombia Üniversitesinde hazırlanmış ve 1914 tarihinde yayımlanmıştır: *"The Development of Modern Turkey Measured by Its Press"*

(Akşun, 1989, s. 1-12), modernleşme sürecinde Türkiye'de medyaya biçilen rol ve beklentilerin somut örneğidir. Tüm bu çabaların merkezinde ise “development” kavramıyla ifadesini bulan bilgi ve eğitimle kalkınma, gelişme ve medeni milletlerin seviyesine ve hatta muasır medeniyetlerin üstüne çıkma hedefi olmuştur. Modernleşme tecrübemizin de yapısal karakterini yansıtan bu anlayış doğal olarak öncelikle medyanın varlık bulması ve büyümesinde de en önemli saik olarak belirleyici olurken medya ve iletişim çalışmalarının da merkezinde yer almıştır. Bu yapısal karakter dikkate alındığında din hizmetlerini yürüten kurumların ve ulemanın da bu sürecin izlerinden korunaklı bir alan bulmakta zorlandığını ifade etmek gerekir.

Diyanet İşleri Bakanlığı'nın selef kurumu olan Şeyhülislamlık, modern bir kitle iletişim aracı olarak ilk dergisini 914 yılında çıkarmıştır. Osmanlı Devletinin dini ve idari bir kurumlarından biri olan Bâb-ı Meşihat tarafından, 1914-1922 yılları arasında “Meşihat-ı Celîle-i İslâmiyye'nin Cerîde-i İlmiyye-i Resmîyyesi” ibaresi ile neşredilen Cerîde-i İlmiyye, dinî meselelerle ilgili fetva, hüküm ve kararlarının, medrese, tekke ve diğer dinî kuruluşlara ait talimat, nizamname ve haberlerin duyurulması maksadıyla yayımlanmıştır (Yazıcı, 1993, s. 407-408; Cebeci, 2005, s. 745-753). Medya ile yukarıda ifade edilen içerik üretiminde ve verdiği hizmetlerde bilgilendirme amacının merkezde olduğu bir medyatik yayıncılık faaliyetini, Meşihat Makamı tercih etmiştir.

Cumhuriyet Türkiye'sinin bir kurumu olmakla birlikte tarihsel kökeni itibarıyla Şeyhülislâmlığa dayanan ve onun geleneksel misyonunu sürdürmek üzere kurulan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın görevi, kuruluş kanunu olan 3 Mart 1924 tarihli ve 429 sayılı Kanun'da 'İslam dininin itikat ve ibadet alanıyla ilgili işleri yürütmek ve dini

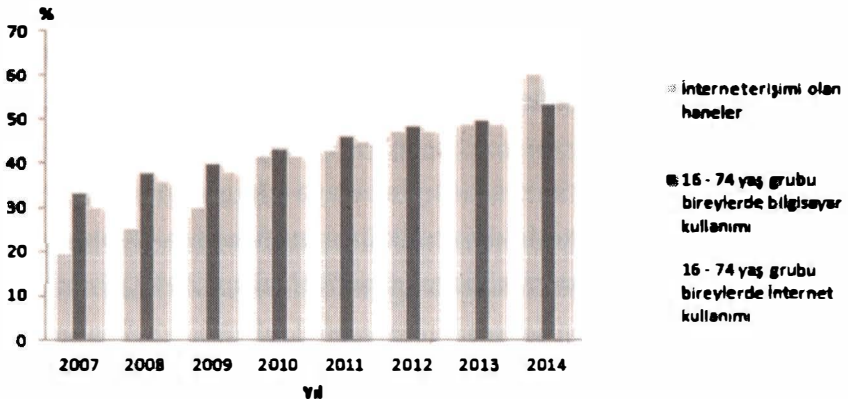
kurumları idare etmek' şeklinde ifade edilmişken günümüzde ise "toplumu din konusunda aydınlatma" görevi kurumun varoluşsal zemini olmuştur. Kurumsal tanıtım metninde belirtildiği üzere radyo ve televizyon kurmak dahil Diyanet, "toplumu din konusunda aydınlatma noktasında her türlü imkândan yararlanmaya memur edilmiştir." (DİB Kuruluş ve Tarihi Gelişim, 2015).

Medyanın günümüzde eriştiği imkan ve kurumsal genişleme itibarıyla hiçbir kurumun ve bilgi alanının gözardı edemeyeceği bir boyuta ulaşmıştır. Medyanın etki alanı ile ilgili sektörel uygulamalar ve akademik ilgi fazlalığını ortaya koyan bir gösterge olarak 2014 yılının ikinci yarısında sadece sosyal medya boyutuyla Roudledge'in ücretsiz erişime açtığı makalelerin kapsadığı alanlara işaret edilmesi bile yeterli fikir verebilir. Temmuz-Aralık 2014 tarihlerinde ücretsiz erişime açılan sosyal medya konulu 82 makalenin ilgili olduğu alanlar İşletme ve Yönetim, Haritacılık ve Coğrafya, Kültür, Eğitim, Sağlık, Riskler ve Mahremiyet, Medya ve Gazetecilik ve Siyaset Bilimi (Social Media Day, 2014). Buna eğitim, etik, tarih, din, psikoloji, tıp vb. toplum ve bilginin hemen hemen tüm alanlarını ve boyutlarına eklemek gerekir. Bilgi alanı olarak giderek tüm alanları ilgilendiren medya ve iletişim çalışmalarının üzerine durduğu zemin olan medya ise yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ve uygulamalarıyla genişlemektedir.

İnternetin işlerlik kazanmasıyla ortaya çıkan yeni medya kullanıcılarının dünya ölçeğindeki hacmi dünya nüfusunun yarısına ulaşmış durumdadır. Son istatistiklere göre (3 Haziran 2014) 7 milyar 2 yüz milyonuna yaklaşan dünya nüfusunun 3 milyar 36 milyona yakını internet kullanmaktadır. Bunun kullanıcıların yüzdelik oranına göre dağılımı % 45,7'si Asya'da, %19,2'si Avrupa'da, %10,2'si Kuzey

Amerika'da, %9,8'i Afrika'da, %3,7'si Ortadoğu'da ve %0,9'u Pasifik Adaları ve Avusturalya'da bulunmaktadır (<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 2014). TÜİK verilerine göre Türkiye'de haberleşme araçlarının kullanım durumu 2014'ün ilk altı ayı verilerine göre cep telefonu abonesi 71 milyona yaklaşırken internet aboneliği 26 milyona yaklaşmış durumdadır (TÜİK, Haberleşme İstatistikleri, 2014). Bilgisayar ve internet kullanım oranları, 2013 yılında %49,9 ve %48,9 iken 2014'un ilk altı ayında 16-74 yaş grubundaki bireylerde bilgisayar kullanım oranı %53,5 ve internet kullanım oranı %53,8 olmuş durumda. Yani nüfusunu yarısından fazlası Türkiye'de internet erişim imkanına ve kullanımına sahiptir. Bilgisayar ve İnternet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubu 16-24'tür. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2013 yılının Nisan ayında internete erişim imkanına sahip hanelerin oranı %49,1 iken 2014 yılı Nisan ayında erişim imkanına sahip hanelerin oranı %60,2'ye çıkmıştır.

Temel göstergeler, 2007-2014



Medya tasnifleri içerisinde değerlendirilen taşınabilir bilgi ile-tişim teknolojilerinin insanların yeni medyayı kullanmasındaki işle-vini yine TÜİK verilerinden hareketle görmek mümkündür. İnterne-ti 2014 yılının ilk üç ayında kullanan bireylerin %58'i ev ve işyeri dı-şında internete kablosuz olarak bağlanmak için cep telefonu veya akıllı telefon kullanmıştır; bu oran 2013 yılının aynı dönemin %41,1 olduğu dikkate alındığı kullanımın ve yaygınlığın hızı daha net görü-lebilir. Buna yanında taşınabilir bilgisayar (dizüstü, netbook, tablet vb.) ile internet kullananların oranı da 2013 yılında %17,1 iken 2014 yılının aynı döneminde %28,5'e oranına çıkmıştır. Türkiye'de bilgisayar kullanma yaşının 8, internet kullanım yaşının 9 ve cep te-lefonu kullanma yaşının da 10 olduğunu belirtmek gerekir (TÜİK, 2013).

Yeni medyaya sahiplik ve internete erişimin giderek arttığı bir dönemde bu imkana sahip olan insanların kullanım alışkanlıkları hakkında ise durumu veriler üzerinden görmek mümkündür. İnter-net kullanım amaçları dikkate alındığında, 2014 yılının ilk üç ayında Türkiye'de internet kullanan bireylerin %78,8'i sosyal paylaşım si-telerine katılım sağlarken, bunu %74,2 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, %67,2 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama, %58,7 ile oyun, müzik, film, görüntü indirme veya oynatma, %53,9 ile e-posta gönderme-alma takip etmiştir (TÜİK, 2014). Okur-yazar olma veya yeni medyayı kullanmak için belli eğitim, bilgi ve beceriye gerek kalmadan herkesin erişebildiği televizyon izlemede ise Türkiye dün-yada ilksıralarda gelmektedir.

Medyanın sahip olduğu ve kullanmak isteyenlere sunduğu im-kanlar dikkate alındığında medya-toplum, medya-teknoloji ilişkisi daha çok yeni nesiller için özellikle üzerinde durulmayı hakketmek-

tedir. Yeni neslin internetle ilişkisi ve etkileşimi meselesinde, okuma yazmayı da henüz öğrenememiş beş yaşındaki bir çocuğun, sitedeki fotoğrafları paylaşma ve beğenme ile oyun oynamak için Facebook sayfasını kullanmaya başladığı ve bunu da “insan olma”nın doğal bir durumu ve hakkı olarak gören yeni bir nesille karşı karşıyayız (bk. Aydeniz, 2015). Dini alanlarda faaliyet yürüten bilgi üretim kurumları ve din hizmeti alanında hizmet veren bir kamu kurumu olarak Diyanet'in de görmezden gelemediği ve gelemeyeceği yeni bir durum karşısında, kesin hükümler vermek yerine öncelikle bu durumun görülmesi ve bir “mesele” olarak gündem edilmesi başlı başına önem kazanmaktadır.

İki Ayrı Bilgi Alanı Olarak Medya-İletişim Çalışmaları ve İlahiyatın Etkileşimi

Din görevlilerinin ve din hizmetleri alanında görev alan aktörlerin medya ile ilişkisinin değerlendirileceği teorik/kuramsal boyut, bilgi üretimi ve iki bilgi alanının etkileşimiyle alakalıdır. Medyanın din hizmetleri alanında kullanımında analiz edilecek teorik boyut, giderek tüm bilgi alanlarına da sirayet eden medya ve iletişim çalışmaları çerçevesinde ortaya konulan kuramsal çabalar, üretilen kavramlar, iletişim süreçlerinin izahı için ortaya konulan açıklamalar, tanımlar ve bu çerçevede üretilen bilgi birikiminin dini bilgi ve İslami ilimler alanına transferidir. İlahiyat fakülteleri başta olmak üzere akademide hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezleri ile başka alanlarda yapılan ilmi çalışmaların, medya ve iletişim çalışmalarındaki kuram ve modellerden hareketle İslami ilimler alanlarındaki problemlerin incelenmesinde kullanılmasıdır. Bu durum, giderek artan bir eğilim ve dikkate değer çabadır. Medya ve iletişim çalışma-

larında ortaya konulan kuram ve modellerden istifade ederek iletişimle bağlantılandırılacak çalışmaların İslami ilimler ve din hizmetleri alanlarında yapıldığı görülmektedir (bk. Yüksel, 2009; Ay, 2013). Hadisler ışığında iletişim ahlakı gibi bir konu incelendiğinde, medya kuramları çerçevesinde ortaya konulan yaklaşımların ve tartışmaların bağlamından koparılarak araya dahil edilmesi gibi çalışmalar buna ilişkin örneklerden biridir. Bunun yanında “**dini iletişim**” kavramı ile ifade edilen ve giderek sayıları artan tez, kitap ve makale çalışmalarının yapıyor olması da alan etkileşiminin bir başka boyutuna işaret etmektedir (bk. Köylü, 2003a, s. 111-138; Güney, 2011, Cebeci, 2003, Köylü, 2003b).

Medyanın etkin bir kurum olarak kurumsallaşmasını tamamladıktan sonra iletişim süreçlerini izah eden modeller, bu modellerin üzerine inşâ edildiği iletişim kuramları, İkinci Dünya Savaşı sürecinde siyasî ve askerî teknik iletişimi sağlamak için yapılan çalışmaların savaş sonrası süreçte sosyal bilimler alanına aktarılmasıyla başlamıştır. Akademik bir çalışma alanı ve kurumsal bir yapı kazanan medya ve iletişim çalışmaları, temelde kitle iletişimi üzerinden yapılandırılmıştır. İletişim türlerinden birisi olarak kitle iletişimi, tek yönlü, iknaya ve davranış değişikliğine odaklanmış medyatik iletişimi ifade etmektedir. Bu iletişim sürecinin izahında ve kitle iletişiminde konuyu anlaşılır kılan ve vazgeçilmez olarak sürekli başvuru alan modellerdeki temel kavramlar olan kitle, mesaj, kaynak, kanal ve hedef kitle gibi temel kavramlar, vaiz, vaaz, tebliğ, sohbet, cemaat gibi kavramların yerini almaya başladığı, yazılan ve ilmi nitelik taşıdığı iddia edilen metinlerde görülmektedir. Din görevlisi ve caminin mütemmim cüzlerinden vaaz yerine *dinî iletişim*, cemaat yerine *hedef kitle* kavramlarının ikamesinin, akademik bir zemin olan ilahiyat ca-

miasında tedavüle girdiğini dikkate alarak bu iki bilgi alanının ilişkisi, özel olarak çalışmaya ve incelenmeye değer görülmelidir. Bu kavramsal dönüşüm, daha doğrusu kavramsal ikame ile ilgili yirminci yüzyılın başında “kitle” kavramı ile ilgili yapılan çeviriler üzerinden günümüzü karşılaştırmak, yaşanan değişim üzerinde durmanın önemini gösterecektir. Kitle Psikolojisi adıyla günümüzde yaygınlaşan Fransız sosyal psikolog Gustave Le Bon'un 1895 yılında yayımlanan *Kitleler Psikolojisi* adlı kitabı, ilk olarak *Ruhü'l-cemaat* adıyla Mehmet Fuat (Köprülü) ve Sadrettin Bey (Celal) tarafından Türkçeye tercüme edilerek 1909 yılında basılmıştır (bk. Le Bon, 1327/1909). Aynı eseri 1924 yılında Abdullah Cevdet, *İlm-i Ruh-i İctimai* (bk. Le Bon, 1924). adıyla tercüme etmeyi tercih ederken kitabın kitle kavramıyla çevirisi ise 1969 yılında yapılmıştır (bk. Le Bon, 1969). Kavramın ortaya çıkışından bu yana kitleler (The Masses), biri olumlu diğeri de olumsuz olmak üzere iki ana düşünce akımı üzerinden varlığını sürdürmüştür. Batı'da muhafazakâr düşüncede büyük ölçüde bir aşağılanma ve sosyalist düşünce geleneğinde ise olumlu bir anlama sahip olan kitle ile ilgili, bu iki düşünce geleneğiyle özdeşleşen biri olumlu ve diğeri de olumsuz iki yaklaşımdan söz edilebilir. Olumlu yaklaşımın kelimeye yüklediği anlamlar alt, cahil, dengesiz şeklinde iken olumlu yaklaşımın yüklediği anlam ise “ortak bir toplumsal amaç için bir araya gelmiş olan insanlar”dır (Williams, 2011, s. 236). Kitle kelimesinin olumsuz boyutuyla daha öncesine dayanan kelime karşılığı olarak on altı ve on yedinci yüzyıl için Raymond Williams, “vulgar, *The rabble* (ayak takımı), Base multitude (bayağı yığın) ve Giddy multitude (uçarı yığın) anlamlarını taşıyan anahtar sözcük olarak *multitude* [yığın] olduğunu belirtmektedir.” (Williams, 2011, s. 232). Kelime anlamı itibarıyla biçimsiz ve ayırt edilemeyen şey ile

yoğun bir kütle şeklinde iki önemli ama birbirine alternatif anlamın geliştiği söylenebilir. Bu durumda modern toplumsal anlamıyla masses ve mass'in iki farklı türden anlamı şekillenmiştir. Kitle iletişim teorisi bağlamında kavramı açıklamaya çalışan McQuail ise siyasi göndermelerinin yanında, "kitle" kelimesinin bir grup insanı işaret etmekle birlikte onaylanmayan saklı anlamı olarak bireyselliği olmayan biçimsiz/şekilsiz bireyler toplamını akla getirdiğini belirtmektedir. Kavram olarak kitle (mass) büyük toplumlar, farklılaşmamış, esasen negatif imaj/resim, eksik düzen ve kitle toplumunu yansıması unsurlarını içermektedir (McQuil, 1994, s. 36). Batıda yaşanan tartışmalar bağlamında özellikle de Le Bone'un kitabının yazıldığı evrede olumsuz anlamların yüklendiği kitle kelimesinin Türkçe karşılığı olarak cemaat kavramı tercih edilmiştir. 1924 yılında Abdullah Cevdet İlm-i Ruhi İctimai yani sosyal psikoloji olarak ifade edilebilecek bir anlamda Türkçeye söz konusu kitabı çevirmiştir. Kitle kavramının sahip olduğu bu tarihsel arkaplan dikkate alınmadan kitle iletişim kuramları ve modellerindeki tartışmaları bir alana uyarlamak veya uygulamak olguyu ve konuyu anlamayı sorunlu hale getirecektir. Yirminci yüzyılın başında Fuat Köprülü ve Sadedtin Cemal'in cemaat kavramı ile Türkçeleştirdiği kitle kavramı, yirminci yüzyılın sonunda ilahiyat alanındaki akademisyenler tarafından (cami) cemaat kavramının yerine ikame edilmiştir. "Dini iletişimde hedef kitle sorunu"⁸⁰ başlığıyla yukarıda değinilen makale, camide vaiz-vaaz ve cemaat üçlemesinde yaşanan iletişim sorunlarını tartışmaya çalışmaktadır. İki alan etkileşiminin muhtemel sorunları, hem kavramların Batı modernliği içindeki anlam yüklerini hem de

⁸⁰ Bkz. Mustafa Köylü, a.g.m.

bu kavramların Osmanlı modernleşmesinden bu yana Türkçeye taşındığında yapılan tercihler ve yürütülen tartışmalar dikkate alınarak değerlendirmek gerekir. Özellikle de kitle iletişim kuramlarının ve modellerinin ve bu alandaki ortaya çıkmış kavramların ilahiyat alanına taşınmasında söz konusu tarihsel arkaplan ve kavramların sahip oldukları anlamlar ile etraflarında yürütülen tartışmalar gözardı edilmeden ilahiyat ve din hizmetleri alanında kullanılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Bilgi üretimi bağlamında belirtilecek bir başka boyut ise aynı iletişim çalışmalarının, kuram ve modellerin “iletişim”e ilişkin bir bilgi olarak eğitim materyaline dönüştürülerek din hizmetini yürüten görevlilerin eğitiminde kullanılmasıdır. Bu hizmet-içi eğitim faaliyetlerinde iletişim, iktisat veya işletme fakültelerindeki öğretim üyelerinden istifade edilerek verilen iletişim eksensli dersler de sözü edilen kitle iletişim teorileri ve paradigması üzerinden işlenmektedir. Din görevlisi bir muhabir, bir programcı, bir sunucu, bir reklamcı gibi kodlanırken, dini bilgi de hedef kitleye her ne olursa olsun ulaştırılacak profesyonelce kodlanmış bir mesaj olarak takdim edilmektedir.

Ana akım kitle iletişim modelleri ve kuramları, ikna etme, davranış değişikliğini sağlama ve tek yönlü iletişimin sürdürülmesini sağlamayı esas alır. Siyasal eğilimler ve tüketici davranışları gibi iki temel alanda yürütülen medya ve iletişim araştırmaları olarak siyasal iletişim kampanyaları ile reklam ve pazarlama ajanslarının pratiğinde de bu görülebilir. Temel soru, siyasal iletişim ve reklam-pazarlama alanlarını da kapsayan stratejik iletişim çerçevesindeki bilgi birikiminin dini bilginin topluma aktarılmasında da kullanılıp kullanılmayacağıdır. Buna üzerinde durulmayı gerektiren “*bir mesele*” o-

larak işaret etmiş olalım. Burada ortaya çıkan ve üzerine düşünülmesi gereken iki temel unsur bulunmaktadır. Birincisi yeni bir bilgi alanı olarak medya ve iletişim çalışmalarındaki kuram ve modellerde ortaya konulan kavramların İslâm ilim geleneğinin klasik kavramlarının yerine ikame edilmesidir. İkinci unsur ise siyasal iletişim ve reklam-pazarlama alanlarındaki amaca matuf olarak “mesajın” emtia-ticari mal muamelesi görüp görmeyeceğidir. Bir başka ifade ile bu, iyiliği, hayrı, dolayısıyla vahyi ve hikmeti hatırlatmak için muhatabına ulaştırılması gereken “mesaj” ile modern medya ve iletişim stratejilerinde mutlak anlamda ikna etme ve davranış değişikliğini hedef alan propaganda-reklam-kamu diplomasisi çabalarının birbirine karıştırılması meselesidir. Medyanın sunduğu bilgilendirici, eğlendirici ve reklam-tanıtım-pazarlama hizmetlerinden ve içeriklerinden hangisi hangi düzeyde bir imkan olarak din hizmetlerinde kullanılabilir? Bu üç temel içerikle ilgili ortaya konulmuş kuramsal çabalar ve bilgi birikiminin İslami ilimler ve klasik bilgi birikimi ile etkileşimi bizi nereye götürecektir? Bu ve benzeri sorularla hem bir imkan hem de bir meydan okuma olarak medya ve iletişim çalışmalarındaki bilgi birikimi ile İslami ilimlerdeki teorik çabaların özenle ve önemle değerlendirilmesi ve mukayesesi gerekmektedir.

Medyanın Din Hizmetlerinde Kullanımı

Yarım asrı aşkın süredir devam eden akademik zemindeki medya ve iletişim ile ilgili bilimsel çabaların ilahiyat ve İslami ilimler alanlarıyla buluşmasının getirdiği bazı sonuçlara değinmiş olduk. Din görevlilerinin ve din hizmetleri alanında görev alan aktörlerin medya ile ilişkisindeki ikinci boyut, kurumsal (Diyamet) ve bireysel olarak medyanın kullanımını kapsayan pratik çabalardır. Pratik ça-

balar bağlamında medya kullanımı ile ilgili kurumsal ve bireysel olmak üzere iki alana işaret edilebilir. Uygulama alanında bir kamu kurumu da olan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kurumsal olarak medyayı kullanımı yarım asrı aşkın bir tecrübeye işaret etmektedir. Meşihat Makamının çıkardığı dergi olan Ceride-i İlmiyye dikkate alındığında bir asırlık bir tecrübeden söz edilebilir. Bilgi verme ve duyuruda bulunma (ilan) gibi temel vazifesi ön plana çıkan Ceride-i İlmiyye ("*... dinî meselelerle ilgili fetva, hüküm ve kararlarının, ... talimat, nizamname ve haberlerin duyurulması maksadıyla yayımlanmıştır.*" (Cebe-ci, 2005, s.745)) ile başlayan din hizmeti veren kurumun Türkiye'de medyayı kullanımında, 20. yüzyılın ikinci yarısında bir ara gazete yayını da denenmesine rağmen, dergi yayıncılığı esas alınmıştır. Dergi yayıncılığının yanına radyo ve tv yayıncılığı ile dini bilginin toplumsallaşması ve yaygınlaştırılması çabalarının sürdürüldüğü görülmektedir. Bununla birlikte hem kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler çalışmaları çerçevesinde hem de dini bilginin yaygınlaştırılması noktasında yeni medyayı da (internet siteleri, bloglar) kullanan Diyanet, gelinen aşamada sosyal medya ve mobil cihazlarda da hizmet vermeye başlamıştır. Makalenin girişinde belirttiğimiz tür olarak beşli medya tasnifinin tümünün öncelikle dini bilginin toplumsallaşması ve yaygınlaştırılması çerçevesinde Diyanet tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bu, aynı zamanda beş türüyle (basılı, işitsel, görsel, yeni medya, taşınabilir bilgi ve iletişim teknolojileri) medya kullanımında üç temel içerik olan bilgilendirici, eğlendirici ve reklam-tanıtım-pazarlama alanlarındaki imkanlar değerlendirilirken meydana okumalarla da karşı karşı olunduğunu dikkate almayı gerektirmektedir.

Bir kamu kurumu olarak Diyanet'in basın-yayın ve halkla ilişkiler faaliyetlerini sürdürmesi, kurumsal itibarını korumaya dönük çabalar içinde olması meşrudur, önemlidir ve halkla ilişkiler alanının bilgi birikiminden istifade edilmesi beklenir. Ancak bunun yanında dini bilgi ve “değerler”in aktarılması ve yaygınlaştırılmasında medyanın kullanımı ile oluşabilecek sorunların da bir inceleme ve çalışma alanı olarak öncelenmesi gerekir. Medyanın din hizmetlerinde kullanımının kurumsal boyutunun ötesinde artık her bir ferdin birer medya içerik üreticisi olduğu bir dünyada dikkat dileyen ve üzerinde düşünülmesi gereken bir kaç hususa başlıklar halinde özce değinmek gerekirse şunlar söylenebilir:

- **Din Görevlileri ve Ulemanın Medyatikleşmesi**

Din görevlilerinin ve İslami ilimler alanında çalışma yürüten ilim adamlarının medyatikleşmesinden rahatlıkla söz edilebilir. Bir bilgi ve meşrûiyet kaynağı olarak din görevlisi ve onun bilgi kaynaklarının medyatikleşmesi, bilginin yapısında bir değişime yol açtığı gibi yeni bir medyatik aktöre dönüşmesi de söz konusudur. Bir medya içeriği olarak dinî bilgi alanında nitelikli insan ihtiyacı giderek bir istihdam alanına dönüşmüş durumdadır. Dini bilginin aktarılmasından öte kurmacaya yaklaşan bir drama tekniğinin musiki ile birleştirilmesi ile dini bilgi ve din görevlilerinin gösteri dünyasının bir figürüne dönüşme tehlikesi bulunmaktadır. Aynı durum İslami ilimler alanlarında çalışmalarını sürdüren akademisyenler için de geçerlidir.

Din görevlilerinin birer medya aktörüne dönüşmesini getiren, sürekli içerik üreticisi olarak medyayı kullanması, mecra sayısı ve hacmi açısından Türkiye için yeni bir duruma işaret etmektedir. Din

görevlilerinin medyatik aktöre dönüşümünü gösteren bu gelişme, aynı zamanda dinî bilginin ve ona sahip olanların da ticarileşmesi demektir. Ticarileşmenin ötesinde yeni bir kitle iletişim aracı olarak medyanın kendine has iletişim biçimiyle ve aracın doğasında bulunan özelliklerle bu mecralarda varolmanın dinî bilginin niteliğine ilişkin bir dönüşüm tartışmasını da beraberinde getirmesidir.

Geleneksel medyayla birlikte yeni medyanın toplumu genelde etkilediği oranda din görevlilerinin de etkilendiğini, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın internetin tüm platformlarında, özellikle de sosyal medyada içerik üreticisi olarak yaygınlaşan bir eğilimin olduğuna da işaret etmek gerekir.

• **Dini bilginin ticarileşmesi**

Bir medya içeriği olarak dinî bilgiye duyulan ihtiyacın artması, bu alanda üretilen bilginin ticari boyutunun daha çok ön plana çıkmasına yol açmıştır. Her medya kuruluşu, ihtiyaç duyduğu ve muhataplarının talep ettiği dini bilgiyi bir medya içeriğine dönüştürecek bir uzmana ihtiyaç duymaktadır. Bildiğini anlatmakla mükellef olan bir dinin mensuplarının ve özellikle de din görevlilerinin bir medya profesyoneline dönüşmesi durumuyla karşı karşıya kalındığından söz edilebilir. Kurumsallaşmış medya kuruluşlarında dini bilginin ticari bir ürün olarak pazarlanmasının yanında herkesin birer içerik üreticisine dönüştüğü yeni medya ile de internetin sağladığı imkanlarla reklam alabilen ve para kazandıran mekanizmaları da ifade etmek gerekir. Sadece Ramazan ayında geçici içerik üreticisi değil, bir medya profesyoneli olarak danışman, program yapımcısı ve sunucusu, daimi konuk olarak neredeyse sürekli çalışan düzeyinde medyada görünür olan din görevlileri ve bu alandaki akademisyenler var

artık. Din görevlilerinin ve dinî bilginin medyatikleşmesi, bilginin medyatik mekanizmalarla toplumsallaşma çabaları; aynı zamanda bilginin ticarileşmesi bağlamında hem hukuki hem de ahlaki boyutlarıyla üzerinde durulmaya ve takip edilmeye değer bir “mesele” dir.

- **İki Özgürlüğün Çekişmesi: İletişim ve İbadet Özgürlüğü**

Medyanın ulaştığı yeni evrede, özellikle de taşınabilir bilgi iletişim teknolojileri ve yeni medya, zaman ve mekandan bağımsızlaşan bir internet kullanımıyla sonuçlandığına değinildi. Bu durumun mevcut hukuki düzen içerisinde çok boyutlu olarak tartışmalara ve yeni arayışlara yol açtığı görülmektedir. Bu çerçevede değerlendirilebilecek elektronik ortamdaki tüm verilerin silinmesini getiren “unutulma hakkı”, yeni yeni kabul edilmekle birlikte giderek kurumsallaşmaktadır. İletişim özgürlüğü, ifade ve düşünce özgürlüğü, medyanın sahip olduğu özgürlük alanlarının sınırları vb. tartışmalar, mahremiyet ve özel hayatın korunması noktasında canlı bir tartışma olarak küre ölçeğinde gündemdeki yerini korumaktadır. Bu özgürlük ve haklar temelinde camilerde iletişim teknolojilerinin kullanımının nasıl olacağı konusunda pek tartışılmayan bir konuya değinmek yerinde olacaktır. “İbadet yerlerinin huzur ve sükunetini sağlamaya yönelik olarak cep telefonlarına ait zil seslerinden kaynaklanan şikayetleri önlemek maksadıyla cami ve mescitlerde GSM karıştırıcı cihaz kullanılması”na yönelik Diyanet'in hayata geçirdiği uygulama, GSM operatörlerinin şikayeti ve yargı sürecini işletmesi sonucu mahkeme kararı beklemezsizin iptal edildiği bilinmektedir. Bu tartışmada veya tartışılmayan bu meselede, sadece cep telefonu kullanma ve namaz sırasında çalan telefonların zil sesinin ibadet eden insanların huzurunun bozulması tartışıldığında konu bütünlü-

ğü gözden kaçırılmış olacaktır. Yukarıda anlatıldığı gibi bir medya türü olarak taşınabilir bilgi iletişim teknolojileri dikkate alındığında, camide telefon kullanımı, aynı zamanda internetin sağladığı tüm içeriğe erişim anlamına gelmektedir. GSM operatörlerinin sağladığı alt yapıyla internete erişim, bir iletişim özgürlüğü meselesi olarak ticari kuruluşların üzerinde durduğu bir hak ile ibadet edenler açısından da camide huzurla ibadet etme hakkının çatışması ve gerilimi olarak tartışılması gerektiği düşünülmektedir. Çok boyutlu olarak tartışılması gereken bu durumla ilgili yaşananları aktararak bir “mesele” olarak konuyu kayda geçirmekle yetinmiş olacağız.

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2007 Genelgesi'nde GSM karıştırıcı cihaz kullanımının gerekçesi ve uygulaması şu şekilde belirlenmiştir:

“MADDE 28- (1) Başkanlığımızca camilerde GSM karıştırıcı cihaz kullanılması konusunun dinî ve hukukî açıdan değerlendirilmesi yapılmıştır. Buna göre; Diyanet İşleri Başkanlığı Görev ve Çalışma Yönergesi'nin 90'ıncı maddesinin, (1) bendindeki, *“Cami ve mescitlerin ibadete açılış beratlarını vermek ve hakikî veya hükmî şahısların mülkiyetinde bulunan bütün cami ve mescitleri yönetmek ve denetlemek”* ve (t) bendindeki, *“Cami ziyaretlerinin İslâm adabına ve camii-nin emniyetine uygun bir şekilde yapılmasını sağlamak, camilerin avlu ve müştemilatında İslâmî kurallara uymayan, ibadetin huzurunu ihlal eden her türlü davranışı, satıcılık, dilencilik gibi cemaati rahatsız eden faaliyetleri ve görüntü, ses ve çevre kirliliğini önlemek için gerekli tedbirleri almak”* görevleri müftülüklere ait bulunmaktadır. Bu hükümlere göre, ibadet yerlerinin huzur ve sükunetini sağlamaya yönelik olarak cep telefonlarına ait zil seslerinden kaynaklanan şikayetleri önlemek maksadıyla cami ve mescitlerde GSM karıştırıcı cihaz

kullanılması uygun görülmektedir. Müftülüklerce belirlenecek camilere, dernek/vakıf işbirliği ile mahallî imkânlar kullanılarak GSM karıştırıcı cihazı takılmasına ait masraflar mahallince karşılanacaktır (DİB Genelge, 2007).

Diyanet'in bu genelgesine istinaden ibadet sırasında bugüne kadar İstanbul'un bazı camilerinde cep telefonu sinyallerini bozan frekans karıştırıcı cihazlar kullanıldı. GSM operatörleri ve bazı vatandaşlar, camilerdeki sinyal karıştıran cihazlarıyla telefon görüşmelerini engellediği gerekçesiyle İstanbul Müftülüğü'nü mahkemeye verdiği gazetelere yansıdığı görülmektedir. Bunun üzerine müftülük, şikâyet konusu olan camilerden cihazları sökerken Telekomünikasyon Kurumu da anayasanın 22'nci maddesinde yer alan haberleşme hürriyetini kısıtladığı için cihazların bir an önce camilerden sökülmesini istediği (Aydemir, 2007) şeklinde arşivlerde kısa haberler okunabilmektedir. Teşkilat kanunun çıkarılmasıyla mevzuatını yenileyen Diyanet, camilerde cep telefonları ve daha genel anlamıyla taşınabilir bilgi iletişim teknolojileriyle ilgili herhangi bir düzenleme yoluna gitmediği anlaşılmaktadır. Ancak konunun hem "ibadet yerlerinin huzur ve sükunetini sağlamaya yönelik" boyutuyla hem de iletişim özgürlüğü tarafıyla tartışılarak bir sonuca ulaştırılması gerekmektedir. Bu tartışmaya, canlı yayın, fotoğraf, kamera vb. görsel kayıtlarla cemaatin isteği dışında en mahrem anlardan birisi olan ibadet halinin alenileştirilmesi ve bu görüntülerin dolaşıma sokulmasına dahil etmek gerekir.

• Bağımlılık, Medya ve Sosyal Medya

Medya türlerinden birisi olarak yeni medya imkanları dikkate alındığında her bir din görevlisi artık birer medya ve medya profes-

yoneli olarak işlev görebilmektedir. Şahıslara ait internet siteleri, bloglar buna verilebilecek örneklerdir. Sosyal medya ise sohbetin yani aynı zamanda ve mekânda gerçekleşen insanın merkezde olduğu iletişiminin yerini alan, teknik-dolaylı-sanal bir iletişim olarak hayatımızdaki yeri giderek bağımlılık düzeyine ulaşmaktadır. Bir imkân olarak medyanın kullanılması söz konusu olurken, bu etkileşimin veya bu çarkın birer unsuru haline gelmenin sonuçlarının ne olacağı da çok boyutlu olarak “mesele” edilmelidir. Sosyal medya ile girilen ilişki, mahremiyeti de yok eden bir sonucu getirmektedir. Camide, namazda, Cuma namazında, iftarda, umrede, hacda vb. ibadet sırasında ve mekanlarında olmanın ve bu ibadeti yerine getirmenin bile anlık olarak sosyal medya hesaplarından duyurulması, görselleriyle birlikte paylaşılması ciddi bir soruna işaret etmektedir. Psikiyatrik bir hastalık olarak da kabul edilen ve SGK tarafından sosyal güvence kapsamında tedavi etme imkanı da tanınan *internet-ekran-medya bağımlılığı* sorunuyla bütün toplum karşı karşıyadır. Yukarıda aktarılan bilişim teknolojileri verileri dikkate alındığında gözardı edilmeyecek bir alan olarak yeni medya, bilgilendirme mecrası ve aracı olarak kullanılırken muhtemel sorunların da reaksiyoner bir tutum takınmadan düzenli takibi gerekmektedir.

- **Bir İmkân Olarak Medya Okuryazarlığı**

Medyanın imkanlarından azami düzeyde istifade etme ve muhtemel zararlarından korunma ile zarar oluştuğunda bunun telafisini sağlayan bir bilgi ve beceri alanı olarak medya okuryazarlığı giderek gelişmektedir. Yukarıda belirttiğimiz üç medya içeriğine erişebilme, bu içeriği anlama, eleştirel bir şekilde içerikleri değerlendirme ve buradan hareketle çeşitli bağlam ve mecralarda iletişim kurabilme

olarak ifade edilebilecek olan medya okuryazarlığının 8 aşamasından söz edilebilir: 1.*Tanıma*, 2.*Erişim*, 3.*Anlama*, 4.*Değerlendirme-Yararlı Kılma*, 5.*Analiz-kavrama*, 6.*Anlamlandırma*, 7.*İletme*, 8.*Etkileşim*.

Medya karşısında aktif birey olmayı hedefleyen bir bilgi ve beceri alanı olarak medya okuryazarlığının kurumsal çabalarla birlikte en önemli hedefi tüm bireylerin öncelikle medyayı fayda temelli azami düzeyde kullanılmasını sağlamaktır. Medyadan istifade etmeyi merkeze alan bir çaba gösterimi öncesi ve sürecinde oluşabilecek zararları en aza indirme ve zarar oluştuktan sonra da bunu telafi etme çabası olarak medya okuryazarlığı ile ilgili ülkemizde yeterli alt yapının oluştuğu söylenebilir. Sosyal Politikalar ve Aile Bakanlığı'nın, RTÜK ve MEB'nin çabaları ve çalışmaları hem örgün eğitim hem de yetişkin eğitimi düzeyinde devam etmektedir. Diyanet'in de hem kendi personeli hem de hizmet verdiği insanların istifadesine sunabilecek bir bilgi-beceri alanı olarak medya okuryazarlığı çalışmalarına hız vermesi önemli ve elzem olduğu düşünülmektedir.

Sonuç

Çalışmanın birinci amacı olan medyanın din hizmetlerinde kullanımı, medya ve iletişim çalışmaları ile ilahiyat ve İslami ilimler alanının etkileşiminin öncelikle problematize edilmesi yani bir “mesele” olarak akademik ve entelektüel gündeme alınmasının önemi ve aciliyeti açıktır. Bu çalışma bu boyutuyla, bir mesele olarak ele konuyu almanın gerekliliğine vurgu yapmanın ötesinde meselin teori ve pratik boyutlarına dikkati çekerek bir çerçeve sunma arayışı olarak değerlendirilebilir. Bu konuda fazla cüretkar ve hevesli olan ilahiyat fakültelerindeki çalışmalar, medya ve iletişim çalışmaların tarihsel tecrübesi ve çok boyutlu olarak metodolojik ve kuramsal tartışmaları dikkate alarak yürütülmesine vurguyu gerektirir kanaatindeyim. Buna mukabil, Osmanlı modernleşmesi dahil Türkiye'nin modernleşme tecrübesinin bilgi birikimi tarihsel süreklilik gözardı edilmeden medya ve iletişim çalışmalarına hızlıca dahil edilmelidir. Din hizmeti ve dini bilgi alanları da dahil Türkiye'nin toplumsal meselelerinin, bilgi üretimi ve dağıtımı ile onun araçları konusu bütünsel olarak iletişim fakültelerinin gündemine alınması sorumluluğu da ayrıca belirtilmelidir.

Medyanın din hizmetlerinde kullanımının kurumsal boyutunun ötesinde artık her bir ferdin birer medya içerik üreticisi olduğu bir dünyada dikkat dileyen ve üzerinde düşünülmesi gereken husus-

ları ise din görevlileri ve ulemanın medyatikleşmesi, dini bilginin ticarileşmesi, hukuki düzen içerisinde özgürlüklerin çekişmesi (özellikle iletişim ve ibadet özgürlüğü, vb.), bağımlılık, medya ve sosyal medya, bir imkan olarak medya okuryazarlığı olarak belirtilebilir. Yapılacak detaylı araştırmalar sonucunda belirlenecek başka unsurlarla medya, din hizmetleri alanında hem kurumsal hem de bireysel olarak imkan ve meydan okumalar boyutlarıyla değerlendirilmelidir. Kuramsal boyutuyla ise iki bilgi alanı olarak medya ve iletişim çalışmalarını ile ilahiyat, İslami ilimler alanının karşılaşması hem bir gerilime hem de bir imkana işaret etmektedir. Bu gerilim ve imkandan öte zorluklar dolu olsa da verimli bir akademik ve entelektüel zemin sunduğu da görülmelidir.

Kaynakça

Aydemir, B. (2007). Camide Sinyal Bozucu Özgürlüğü Kısıtlar mı?. *Sabah Gazetesi*, 13 Temmuz 2007. <http://www.sabah.com.tr/2007/07/13//haber,5668755E12D34743949C5EEF3BAFF59A.html>.

Aydeniz, H. (2012). *Medyayı Tanıma*, Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayınları.

Aydeniz, H. (2015) "*Kamusallığın Tahakkümünden Kaçarken Kamusallaşmak:Yeni Medya, Gençlik ve Mahremiyet*", Gençlik ve Sosyal Medya kitabının içinde, (Ed.Mehmet Emin Babacan, Ömer Miraç Yaman) (yayın aşamasında).

Aydeniz, H. (2013). Din ile Dini mekan ve Aktörlerin Medyatikleşmesi, *Din ve Hayat Dergisi*. Sayı: 20, s.120-124.

Ay, M.E. (2013). *Din Eğitimi ve Din Hizmetlerinde Rehberlik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Cebeci, S. (2003). *Öğrenme ve Öğretme Süreçlerinde Dini İletişim*. İstanbul: İz Yayıncılık.

Cebeci, İ. (2005). Meşihat Makamının Dergisi: Ceride-i İlmiyye. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, cilt:3, Sayı:5, 745-753.

Diyanet İşleri Başkanlığı, "*Kuruluş ve Tarihi Gelişim*", <http://www.diyanet.gov.tr/tr/icerik/kurulus-ve-tarihce/8>, 05.01.2015.

DİB 2007 Genelge, 06.08.2007, <http://www2.diyinet.gov.tr/HukukMusavirligi/Sayfalar/genelgeler.aspx>

Güney, Y. (2011). *Peygamber Ölçülerinde İletişim Ahlakı Hadisler Işığında Medyayı Anlamak*. İstanbul: Işık Yayınları.

Le Bon, G. (1327/1909). *Ruhü'l-cemaat* (çev. M. F. K. prülü). Sadrettin Celal Antel

Dersa.det-İstanbul: Uhuvvet Matbaası.

Le Bon, G. (1924). *İlm-i ruh-ı ictimai* (çev. A. Cevdet). İstanbul: Amedi Matbaası

Le Bon, G. (1969). *Kitleler psikolojisi* (çev. S. Demirkan). İstanbul: Bedir Yayınevi

Köylü, M. (2003a). Dini İletişimde Hedef Kitle Sorunu. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (1), 111-138.

Köylü, M. (2003b). *Psiko-sosyal açıdan dini iletişim*, Ankara: Ankara Okulu Yayınları.

Haber (2014). TDK Büyük Türkçe Sözlük, www.tdk.gov.tr.

Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2014, *TÜİK Haber Bülteni*, Sayı: 16198, 22 Ağustos 2014.

Internet Usage Statistics. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, 08.12.2014.

McQuil, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. SAGE Publications Ltd.

Social Media Day. <http://explore.tandfonline.com/page/ah/social-media-day>, 01.12.2014.

TÜİK, Haberleşme Araçları Kullanım,

“06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya, 2013”, *TÜİK Haber Bülteni*, Sayı: 15866, 22 Ağustos 2013.

TDK Online Sözlük (2014). *Haber ve Örgüt*, <http://tdk.gov.tr>

Tüfekçioğlu, H. (2001). İletişim Sistemini Teknik Değil, Toplumların Örgütlenme Biçimi Belirler", İstanbul Üniresitesi İletişim Fakültesi Online Dergisi 4.*Boyut'ta* yayımlanan söyleşiye çevirim içi olarak şu adresten erişilebilir: <http://bianet.org/bianet/siyaset/6342-iletisim-soylessi>,

Tüfekçioğlu, H. (1997). *İletişim Sosyolojisine Başlangıç*. İstanbul: Der.

Tüfekçioğlu, H. (1992). *Sosyolojik açıdan gazete ve Osmanlı gazeteciliğinin temellendirilmesi* (yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yavuz, Y.Ş. (1996). "Haber", *Diyanet İslam Ansiklopedisi*. , Cilt: 14, 349-352.

Yazıcı, N. (1991). Vakayi-i Mısriyye üzerine birkaç söz. *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM)*, 2, 276-278.

Yazıcı, Y. (1984). Takvim-i Vekayi ve Ceride-i Havadis'in mukaddimelerinin tahlil ve karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Dergisi*, 6, 77.

Yazıcı, Y.(1993). Ceridei İlmiyye. *Diyanet İslam Ansiklopedisi*, cilt: 7, 407-408.

Yüksel, A.H. (2009). *Din Hizmetlerinde İletişim ve Halkla İlişkiler: İletişim, Dini Danışma ve Rehberlik*, Halkla İlişkiler. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları

Williams, R. (2011). *Anahtar Sözcükler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Medya ve Din: Din Eğitimi Açısından İmkân mı, Tehdit mi?

Ayşe Zişan Furat

Giriş

Din eğitimi, kutsalla ilişkisinin nasıl kurulacağına yönelik imaları ile birey ve toplumun dünya görüşlerini şekillendirmedeki etkinliği nedeniyle tarihin her döneminde güncelliğini yitirmeyen bir tartışma konusu olmuştur. Din eğitimi alanının mahiyet ve kapsamının şekillenmesinde ise yaşanan sosyal, siyasi ve idari dönüşümler belirleyici olmuş, meydana gelen bu değişim ve yenilikler, alanda yansımalarını bulmuştur. Örneğin Rönesans, sanayi ve bilim devriminin etkileriyle dinî kurumların toplumsal hayattaki etkisini yitirmeye başlaması, Batı dünyasında din eğitimi de yakından etkileyecek bir algı dönüşümünün oluşmasına sebebiyet vermiştir. Eğitimin sekülerleşmesi, eğitim felsefesinin temeli olmaktan çıkmaya başlayan din eğitimi de devletleşen 'okul' yapısı içerisinde matematik ve fen bilimleri gibi bir ders haline dönüştürmüştür; bu durum da din eğitiminin mahiyet ve kapsamına yönelik algının yeniden şekillenmesiyle sonuçlanmıştır. '*Neden din eğitimi*'nden '*nasıl bir din eğitimi*' sorusuna geçiş, beraberinde çok kültürlülük, din okuryazarlığı, vatandaşlık eğitimi gibi konuları da kapsayan geniş bir konu dizisini de alana ta-

nıtmıştır (Bilgin, 2005; Kızılabdullah, 2009, Köylü, 2013). Günümüzde hızla gelişen teknolojik imkanların kullanımlarındaki önlenemez yaygınlık, bahsedilen konulara yenilerinin eklenmesini bir zorunluluk olarak karşımıza çıkarmaktadır. Bunlar arasında başta geleni de kuşkusuz din eğitiminde medyanın kullanımı konusudur.

Kitle iletişim araçları ile din arasındaki ilişkinin, ülkemizde özellikle 2000'li yıllardan itibaren akademik çalışmalarda ele alınmaya başlandığı görülmektedir. Bu çalışmalar içerisinde özellikle iki başlık ön plana çıkmıştır. Bunlardan ilki, din ve/veya dinî konuların medyada ne şekilde ele alındığını irdeleyen çalışmalardır (örn. Çetin, 2007; Öymez, 2007; Cinoğlu, 2010). Bu çalışmalar, siyasi ve toplumsal hayatta meydana gelen değişimlerin medya içeriğine yansımalarını tartışmaları açısından alanın teorik altyapısının oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. İkinci türdeki çalışmalar ise, dinî ve/veya dinî içerikli medya ürünlerinin insan ve toplum hayatı üzerindeki etkilerini incelemektedir (örn. Turan, 2005; Altıntaş, 2008; Furat, 2008). Din ve dindarlık algısının şekillenmesi konusuna da vurguda bulunan bu çalışmalarda, alan araştırmalarından hareketle pratik kullanıma yönelik sonuçlara işaret edilmesinin yanı sıra, çeşitli önerilere de yer verildiği görülmektedir. Ancak söz konusu çalışmalarda, yeni medya araçları hususuna henüz çok kısıtlı bir şekilde değinildiği de dikkatlerden kaçmamaktadır (örn. Yıldız, 2002; Kızmaz, 2014).

Bu bağlamda konuya bir giriş niteliği taşıyan çalışmamız, üç temel bölümden oluşmaktadır. Öncelikle günümüzde din eğitimi alanında meydana gelen algı dönüşümleri incelenecek ve din eğitiminin 'neden yeni medya konusu üzerinde durması gerektiği' sorusuna yanıt bulunmaya çalışılacaktır. Ardından yeni medya ve din ara-

sındaki ilişkiye değinilecektir. Batı literatüründe yoğun bir şekilde tartışılan konu, ne yazık ki, ülkemizde kısıtlı sayıda çalışmada ele alınmıştır. Bu nedenle konunun çerçevesi çizildikten sonra, din eğitimi açısından söz konusu ilişkinin nasıl bir imkan veya tehdit alanı oluşturduğuna dair yeni soru/sorun alanları ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Böylelikle konuya yönelik Batı dünyasında yapılan çalışmaların tanıtılmasının yanı sıra, ilerleyen yıllarda yapılacak çalışmalar için de bir çerçeve çizilmesi amaçlanmaktadır.

Günümüz Din Eğitimi Algısında Meydana Gelen Değişim

Din eğitiminin günümüzde geldiği noktayı doğru anlayabilmek için geçtiğimiz yüzyılda üç temel alanda gerçekleşen dönüşümün hatırlanması gereklidir. Toplumsal hayat, din algısı ve eğitim olarak tanımlanabilecek olan bu alanlar; din eğitimi algılarını şekillendiren temel soruların tespiti ve bu sorulara hangi açılardan yaklaşılabileceği konusunda belirleyici olmuşlardır (Furat, 2013, s. 9-19). Endüstriyalizm, pozitivizm, modernizm, post-modernizm ve diğer pek çok “izm”in her üç alandaki dönüşüm üzerinde farklı etkiler bıraktığı kuşkusuzdur. Her biri detaylı araştırmalara konu olan bu olgular arasında ise, konumuzla yakından ilişkili olan teknolojik gelişmeler ve genellikle bu gelişmelerin bir sonucu olarak değerlendirilen küreselleşmenin ise ayrı bir önemi bulunmaktadır.

Sürekli ve hızla gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte mekânlar arasındaki mesafenin ortadan kalkmasının bireysel ve toplumsal davranış, tutum ve değerleri küresel bir dolaşım süreci içine çekerek geri çevrimi olmayan bir dönüşüm etkisine maruz bıraktığı yadsınmaz bir gerçekliktir (Selvin, 2000, s. 175-178). En açık şekliyle toplumsal hayatta gözlemlenen bu durum; bir taraftan sosyal kimlik o-

luşumunun temel unsurlarından biri olan farklılıkların ortadan kaldırılmasına, diğer taraftan ise küreselleşmenin çoğulcu yapıya vurgusu nedeniyle söz konusu farklılıkların dışı vurum imkanlarının artmasına yol açmıştır. İlk bakışta birbirinin karşısı olarak gelişim göstermesi beklenen bu iki süreç, pek çok toplumda hem yerelliğin korunması hem de küresel dünya düzenine ayak uydurma çabası şeklinde yansımalarını bulmuştur. Bu süreçler, geleneksel yollarla kazanılmış ve/veya yapılandırılmış kimlikleri tahrip etmekle birlikte özel bir takım kimliklerin yaratılmasını ve/veya canlandırılmasını da sağlamaktadır (Beyer, 1994, s. 3). Günümüzde azınlık durumunda değerlendirilen bir çok yerel halkın, kitle iletişim araçları sayesinde kendisini ifade etme ve yaşam şekillerine ilgi oluşturma imkânı içinde kendi gelenek ve öğretilerinden uzaklaşmaya başlaması dikkatleri çekmektedir (Altaş, 2012, s. 19).

Toplumsal hayatta yaşanan dönüşümün diğer bir boyutunu, bilginin toplumsal ilişkiler içerisinde belirleyici bir konuma gelmesi oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasının da bir sonucu olarak bilginin belirli bir gruba aitlik yerine toplumsal dolaşım kazanması ve toplumsal ilişkilerin temel bileşeni haline dönüşmesi “ağ toplumu” kavramını ortaya çıkarmıştır (Castells, 2010).

Küreselleşme ve ağ toplumuna geçiş sürecinin yakından gözlemlendiği temel alanlar arasında din bulunmaktadır (Gündüz, 2005, s. 70-72). Zuckerman'ın (2009, s. 134-135) işaret ettiği üzere, yaşadığı geniş kültürün sosyal normları, değerleri, sembolleri ve kurumlarıyla girift bir ilişki içinde bulunan dini, sosyo-kültürel çevresinden bağımsız bir gerçeklik olarak tanımlamak mümkün değildir. Bu nedenle toplumsal hayat içerisinde meydana gelen değişimlerin din algısı, kutsal metinlerin yorumlanması, dinî kurumlar, dinî ha-

yat, dinî pratikler gibi din ile ilişkili hemen her alanda etkili olması da kaçınılmaz bir durumdur. Dünyanın McLuhan'ın (1962, s. 21) deyimiyle küresel bir köy haline dönüşmesi, dinî inanç ve kültürlerin birbirleriyle daha yakından ilişkiler kurmalarını sağlamıştır. Bu olgu geçtiğimiz yüzyıl sonlarına doğru giderek artan ve günümüzde de önemini yitirmeyen bir şekilde dinler arası diyalog ve ilişkili soru(n)ların dini kurumların gündemine oturmasına neden olmuştur. Dinlerin 'öteki'ne bakışlarını ve 'öteki' karşısında kendi konumlarını yeniden tanımlama zorundalığının, iç dinamiklerini sorgulamalarına ve tekraryorumlamalarına yolaçan bir süreci başlattığı da açıktır. Dinî gruplar arasında kalıplaşmış bir boyut kazanan dışlayıcı tutumların yumuşaması anlamına gelebilen bu durum, aynı zamanda da tam tersi bir reaksiyonu da beraberinde getirmiştir (Bodur, 2004, s. 16). Nitekim küreselleşmenin temel değerlerini yitirmelerine neden olacağını düşünen bazı gruplar için din, kendi kimliklerini korumak amacıyla tutundukları bir olgu haline dönüşmüş ve bu durum da söz konusu grupların radikalleşmesine yol açmıştır (Çapcıoğlu, 2008, s. 171). Bahsedilen süreçler ile bu süreçlerin yarattığı olgular, din eğitiminin yanıt bulmaya çalıştığı sorulara yenilerini eklemiştir. Bu sorular arasında; geleneksel din eğitiminin dinî grupların radikalleşmesi üzerindeki etkileri, toplumsal stabilizasyonu sağlamada din eğitiminin rolü, dinî grupların toplumsal değişim/dönüşümlere adaptasyonunda din eğitiminin hangi noktalara vurgu yapması gerektiği akla ilk gelenlerdir. Kuşkusuz bu soruların cevaplandırılması da eğitim anlayışında meydana gelen algı dönüşümüyle ilişkili olacaktır.

Geçtiğimiz yüzyıl ile birlikte geleneksel eğitimin öğretmen merkezli, ezberleme ve hatırlama ağırlıklı ve bilginin aktarımına da-

yanan anlayışı yerine öğrenci merkezli, araştırma ve sorgulamaya yönelik, sosyal öğrenme ve katılımcı öğrenme gibi bireylerin sosyal hayatlarını da kapsamı beklenen öğrenme türlerinin kullanılmaya başladığı görülmektedir (Oktay, 2004, s. 24-24; Özden, 2002). İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin eğitim alanında kullanımlarının yaygınlık kazanması ise, eğitimin felsefi, örgütsel ve teknik yapısının yeniden sorgulanmasını sağlamıştır. Din eğitimi bu dönüşümden etkilenen temel alanlardan bir tanesi olmuştur. Çünkü geleneksel din eğitimindeki bilginin kutsallık atfıyla ezbere dayalı bir şekilde öğrenciye aktarılması gerektiği düşüncesi, yerini dinî bilgiye eleştirel gözle yaklaşan, dinî referans noktalarını sorgulayan, toplumsal gereksinimleri göz önünde tutarak yorumlayabilen öğrenciler yetiştirmeye bırakmıştır (Aydın, 2011). Günümüzde iletişim teknolojilerinin ulaştığı nokta ve özellikle yeni medya araçları bu denkleme farklı bir boyut daha kazandırmaktadır.

Yeni Medya ve Din

Her kitle iletişim aracı, icat edildiği dönemin sosyo-kültürel yaşantısında damgasını taşıyan değişimlere yol açar (Ong, 1982; McLuhan 1965). Nitekim matbaanın icadı neticesinde kutsal kitabın herkes tarafından ulaşılabilir bir hale gelmesi, Horsfield'in ifadesiyle (2004, s. xvi) askerî, politik ve dinî güçlerden çok ideolojik savlar üzerine kurulu alternatif güç merkezlerinin oluşumunu sağlamıştır. Bu süreç, Batı dünyasında kilisenin otoritesinin sorgulanması ile yeni dinî akımların açığa çıkmasıyla sonuçlanmıştır. XIX. ve XX. yüzyılla beraber gazete, radyo ve ardından televizyonun yaygın kullanımı ise; bilginin herkese, her yerde ve en kısa sürede iletilmesine olanak tanıdığı gibi bireyler ve toplumlar arasındaki mesafeleri de azalt-

mıştır. Bir önceki bölümde de kısmen dile getirildiği üzere, bu durum, dünyada meydana gelen tüm gelişmelerden haberdar olabilen, kendini ötekilerle karşılaştırabilen ve olaylara kısa sürede tepki verebilen bir insan modelini ortaya çıkarmıştır. Geleneksel kitle iletişim araçları tek yönlü doğalarıyla üretilen bilginin yayılmasında önemli bir rol oynamışlar; söz konusu araçlara sahip olanların birey ve toplumları istenilen yöne doğru kanalizetmelerinde rakip tanımaz bir etkinlik göstermişlerdir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının insanlar üzerindeki bu çift kutuplu etkileri; yeni medyanın hayatımıza girişi ise bilgi, otorite, kimlik vs. gibi kavramları yeniden tanımlamamıza neden olmuştur.

Her iletişim aracı, kuşkusuz, icat edildiği dönem açısından yeni olup, üstlendiği işlevler ve beraberinde getirdiği kolaylıklarla doğru orantılı bir şekilde insanlar tarafından benimsenir. Bu durum da söz konusu aracın aktif bir şekilde kullanılmasının yanında sosyal hayatta edineceği yeri belirlemektedir. Günümüzde Yeni Medya denildiğinde daha ziyade akla gelen dijital medya ve internettir (Mahan, 2014, s. 54). İnsanın aktif bir şekilde iletişim sürecine katılmasına olanak sağlayan yeni medya, geleneksel kitle iletişim araçlarının sahip olmadığı pek çok özelliği ile kullanılma önceliğini ele geçirmiştir.

Yeni medyayı geleneksel medyadan ayırt edici tüm hususların irdelenmesi bu çalışmanın sınırlarını aşsa da, konumuzla ilişkili bazı özelliklerinden bahsetmek faydalı olacaktır.

Yeni medyanın yapısal özellikleri tartışıldığında ilk akla gelen Lev Manovich ve *Yeni Medya'nın Dili* isimli çalışması olmaktadır (2001). Manovich çalışmasında yeni medyayı aslen teknik açıdan ele almış; rakamsal temsil, modülerlik, özişlerlik (otomasyon), değişkenlik ve kod çevrimi özelliklerine dikkatleri çekmiştir. Bunlardan

rakamsal temsili iki bağlamda inceleyen Manovich'e göre (2001, s. 27-36) yeni medya ürünlerinin temel özellikleri, matematiksel anlamda ifade edilebilirlik ile algoritmik manipülasyona açıklıktır. Aynı yapının farklı ölçeklerde parçalı öğelerden oluşabilmesi gibi yeni medya da resim, ses, biçim, şekil ve davranışlar ile farklı özelliklere sahip modüler unsurlardan meydana gelmektedir. Bu iki özellik, insan faktörünün kısmen de olsa üretim sürecinden göz ardı edilebileceği bir özişlerlik durumunu da ortaya çıkarmaktadır.

Manovich'e göre (2001, s. 36) bu unsurların yanı sıra, yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel unsurların başta geleni “değişkenlik” niteliğidir. Değişkenlik, yeni medyanın farklı şekillerde ve potansiyel olarak sonsuz versiyonda bulunabilecek bir yapıya iyelik ile açıklanabilir. Geleneksel medyanın metinsel, görsel ve/veya işitsel unsurları belirli bir dizge içerisine yerleştiren ve bu dizge içerisinde sabitleyen bir insan unsuruna duyduğu gereksinim, yeni medya aracılığıyla değişmiştir. Geleneksel medyanın ürettiği özdeş kopyaların aksine yeni medya, bilgisayarlar tarafından otomatik bir şekilde üretilen farklı versiyonlarla çeşitliliğe yol açmıştır. Bu bağlamda kod çevrimini, kültür ve bilgisayar olmak üzere iki katmanda incelediği yeni medyanın bu katmanları arasındaki dönüşüm olarak nitelendiren Manovich (2001: s. 46), bir anlamda da yeni medyanın teknik özelliklerinden sosyal hayatla ilişkili özelliklerine geçiş yapmaktadır.

Manovich'in listelediği hususlara ilaveten yeni medyanın bireysel ve toplumsal hayatta izlerinin yoğun bir şekilde görülmesine neden olan diğer bazı hususlardan da söz etmek gereklidir. Bunlar arasında kuşkusuz ilk akla gelen, yeni medyanın çift yönlü iletişimi mümkün kılan yapısıdır. Yeni medyanın geleneksel kitle iletişim a-

raçlarından en önemli farkı sayılabilecek olan bu özelliği, kullanıcıların aktif katılımına imkân sağlayan, diğer bir ifade ile kullanıcıları aktif bir şekilde metin üretim sürecine dâhil eden bir ortam oluşturmaktadır. Bu da geleneksel kitle iletişim araçları sayesinde otoritelerini güçlendiren metin üreticilerine bir alternatif sağlanması anlamına gelmektedir (Hoover, 2013, s. 221). Boyd'un (2010, s. 46-48) ağ tabanlı toplulukların yapılandırılmasını açıklarken dijital içeriklere dair sıraladığı süreklilik, değişebilirlik, ölçeklenebilirlik ve araştırılabilirlik özellikleri çift yönlü iletişimin anlaşılmasında ipucu niteliğindedir. Söz konusu kavramları açıklamak gerekirse, kısaca, internet ortamına aktarılan herhangi bir bilgi artık orada kalıcı bir hal alır; kullanıcılar söz konusu içeriği kendilerine göre yorumlayarak yeniden üretebilir, modifiye edebilir ve paylaşabilirler. Hatta her kullanıcının metin üzerinde tasarrufimkânına sahip olması, asıl metin ile ilişkisiz pek çok yeniden üretimin/kopyanın) ortaya çıkmasına sebebiyet verebilir. Bununla birlikte internete aktarılan metin, form değiştirirse de, kullanıcılar tarafından erişilebilir ve araştırılabilir bir hale dönüşür. Bu dört özellik, bizi aynı zamanda yeni medyanın diğer bir özelliğiyle karşılaştırır. Bu ise, insanları birbirine bağlama, yani bir topluluk haline getirme gücüdür.

Poster'in nispeten erken bir dönemde, internetin ya bir televizyon ya da bir telefon olarak kullanılabileceğine dair öngörüsünü anımsamak bu noktada faydalı olacaktır (Hojsgaard ve Warburg, 2005, s. 6). Birinci durumda mesajları üretenden tüketiciye iletme görevi üstlenirken ikincisinde ise farklı yerlerde bulunan insanları birbirine bağlamaktadır. Her ne kadar web 2.0 teknolojisi dijital ortamlara yeni imkânlar sağlamışsa da, internetin söz konusu iki işlevinin etkinliğini yitirmediği açıktır. Yapılan araştırmalarda, çevrim-

içi ve çevrimdışı grupların aidiyet duyguları incelenmiş; birbirleri arasında yakın bir ilişki olmakla beraber, çevrimiçi gruplara aidiyetin materyal ve sosyal imgelemeye kayan bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. (Lundby, 2011).

Yeni medyanın yukarıda sayılan özellikleri, din alanında da yansımalarını bulmuştur. Basım teknolojilerinin gelişimiyle nasıl bireyler kutsal metinlere erişme imkânına sahip olmuşlarsa, internet ve özellikle de web 2.0 teknolojileri ile dinî konularda bireysel tecrübe ve altyapılarından hareketle yorumlama, çıkarsama yapabilme ve daha da önemlisi düşüncelerini ifade etme olanağına kavuşmuşlardır (Fukamizu, 2007, s. 979). Kuşkusuz bu durum geleneksel dindarlık, dinî sosyalleşme ile dinî kimlik algılarının büyük ölçüde değişmesine de yol açmıştır. Özellikle Batı dünyasında pek çok araştırmacı söz konusu değişimin hangi yönde gerçekleştiği üzerine çeşitli analizler yapmış; yeni medya aracılığıyla dinî hayatın hangi boyutlarının yeniden tanımlandığını açığa çıkarmaya çalışmışlardır (Dawson, 2000; Campbell, 2012). Bu çalışmalar arasında internet ve din ilişkisini geleneksel ve yeni medya dikotomisi üzerinden tanımlayan, “internette din (religion online)/internet dini (online religion)” kavramları söz konusu değişimi anlayabilmemize katkı sağlayacaktır (bkz. Helland, 2000; Young, 2004; Küçükcan, 2005).

İlk olarak Christoph Helland'ın (2000, s. 207) kullanmaya başladığı sözü geçen dikotominin “internette din” boyutu ile internet aracılığıyla dinî kurumlar veya gruplar hakkında bilginin sunumu kastedilmektedir. Geleneksel iletişim formlarının dinin mesajını geniş kitlelere ulaştırmak amaçlı olarak kullanımı, daha önce de bahsedildiği gibi yeni bir olgu değildir. Nitekim kitle iletişim araçlarının içerdiği potansiyel, kullanımlarının yaygınlaştığı ilk dönemlerden

itibaren dinî kurumların ve grupların ilgisini çekmiş ve dinî gruplar, kitlelere mesafe, zaman ve maddiyata dayalı bariyerlere takılmadan ulaşabilme imkânı nedeniyle kitle iletişim araçlarını aktif olarak kullanmaya başlamıştır. Ancak söz konusu ilişki, her zaman dinî grupların kitle iletişim araçlarını kendi amaçları doğrultusunda etkin kullanımı şeklinde gerçekleşmemiştir. Kullanılan aracın mesajın içeriğini şekillendirmedeki etkin rolü, din alanında da yansımalarını bulmuş ve aşağıda sıralanan temel soruları gündeme getirmiştir (krş. O'Leary, 1996):

- Din ve din ile ilişkili konular, kitle iletişim araçlarında hangi şekillerde ele alınmaktadır?
- Kitle iletişim araçlarının dinî mesajın iletiminde yoğun bir şekilde kullanılışı alıcıların üzerinde ne tür etkiler oluşturmaktadır?
- Kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımı dindarlık algısı üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- Kitle iletişim araçlarının dinin sosyal işlevlerini üstlenmeye başlaması ile bireysel ve toplumsal hayatta ne tür bir değişim meydana gelecektir?
- Bir dil olarak kitle iletişim araçları, dinî grupların yapılanmasında ve söz konusu grupların mesajlarının şekillenmesinde hangi rolleri üstlenir?

Yeni medya açısından, geçerliliklerini kaybetmeyen bu sorulara, yeni medya aracılığıyla sürdürülen iletişimin dini nasıl değiştirdiği de dâhil olmak üzere yenileri eklenmektedir (Hoover ve Park, 2004, s. 121). Bu noktada Helland'ın "internet dini" kavramını hatırlamak faydalı olacaktır. Aslında "çevrimiçi din" olarak tercüme e-

dilmesinin yüklendiği anlamı daha açık bir şekilde yansıtacağını düşündüğümüz bu kavramla Helland (2000, s. 207); dinî eğitimi, dinî katılımı ve dinî ritüelleri de içeren biçimde dinin bireysel ve sosyal boyutlarının tümünün internet aracılığıyla gerçekleştiği, bir anlamda dinin internet aracılığıyla şekillendiği bir dinsel oluşum sürecine işaret etmektedir (Hutchings, 2011).

Bazı araştırmacılar tarafından “sanal din” olarak da tanımlanan (krş. Haberli, 2014) çevrimiçi dinleri, diğer dinsel yapı/oluşumlardan ayırt edebilmek için sadece konum itibarıyla internet üzerinde faaliyet gösteren yapı/oluşumlar nitelendirmesi yapmak Hojsgaard'ın (2005, s. 52-55) da işaret ettiği gibi konuya kısıtlı bir çerçevede yaklaşmak anlamına gelecektir. Hojsgaard söz konusu ayrımı yaparken aracılık (mediation), içerik (content) ve örgütlenme (organisation) şeklinde üç temel boyut açısından değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Hojsgaard'ın çizdiği çerçeve dikkatli bir şekilde incelendiğinde; sanal dinlere ait iletişimin internet ortamında gerçekleştirilmesinin dinî yapı ve içeriğe yansımaları, evrilmiş bir dinsel form olarak tanımladığı görülmektedir. Bu bağlamda ise, çevrimiçi dinlerin teolojik bir anlamlandırma ile ilişkilendirip ilişkilendirmedikleri veya çevrimiçi/çevrimdışı dikotomisinin teolojik bir boyutunun bulunup bulunmadığı sorusu yanıtızsız kalmaktadır. Sanal dinlerin gelecekte kazanacakları tahmin edilen boyut, bu soruyu ilerleyen yıllarda detaylı bir şekilde incelememizi gerekli kılacaksa da, günümüz araştırmalarının çevrimiçi din/lerin etkinlik, yaygınlık ve sürekliliğini sağlamalarının ancak geleneksel dinî yapılarla ilişkilendikleri ölçüde gerçekleşebildiğini göstermesi (Campbell, 2012, s. 684-685) dijital iletişimin, geleneksel dinî kurum ve yapılar üzerindeki etkisini incelemeyi zorunlu kılmaktadır. Stig Hjarvard'ın

(2008) akademik dünyaya tanıttığı bir kavramsallaştırma olan dinin medyatize edilmesi (mediatization of religion) olgusu, söz konusu etkinin yönü ve nasıl tanımlanacağı sorularına yanıt bulmaya çalışmaktadır.

Hjarvard'ın (2008, s. 14) temel varsayımı, medyanın toplumun tüm katmanlarında öneminin artmasıyla sosyal kurumlar ile toplum ve kültür arasındaki etkileşim çeşitlerinin uzun vadede bir dönüşüm geçireceğidir. Bu bağlamda da Meyrowitz'in (1993) üç medya metaforu şeklinde tanımladığı “bir kanal olarak medya”, “bir dil olarak medya” ve “bir ortam olarak medya” ayrımını göz önünde tutmak gerekecektir. Bu ayırmadan yola çıkan Meyrowitz, yeni medyanın sadece dinî konular hakkında bilgi vermekle kalmadığını, uzun vadede dinî kurumların görüş ve otoritelerini, hatta insanların dinî hususlara ilişkin olarak birbirleriyle kurdukları iletişimin formunu da değiştirdiğini savunmaktadır (Hjarward, 2008, s. 11). Çalışma, ilerleyen yıllarda yapılacak araştırmalarda ele alınabilecek önemli soruları ortaya koyması ve yeni bir tartışma alanı açması bakımından önemlidir (Lövhheim, Lynch 2011; Lynch, 2011). Yeni medya ve din arasındaki ilişkiyi sistematik bir şekilde tanımlayabilmek için ise, Campbell'in (2012) konuyu müstakil olarak ele aldığı çalışmasına göz atmak gereklidir.

Çalışmasında çevrimiçi dinlerin ortaya çıkışını, geleneksel dinî yapıların karşı karşıya kaldıkları dönüşüm süreci ile ilişkili bir şekilde ele alan Campbell, konu üzerine yapılan araştırmaların çevrimiçi dinlere dair beş temel özelliği ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Ayrıca Campbell, çevrimiçi din tanımı yerine, ağ yapısı ve bilgi iletişim teknolojilerinin işlevselliğine atıfta bulunur şekilde “ağ tabanlı din (networked religion)” kavramını kullanmaktadır (2012, s. 67).

Bu iki noktadan hareketle de ağ tabanlı dinin temel özelliklerini; ağ tabanlı cemaat (networked community), hikaye edilmiş kimlik (storied identity), değişen otorite (shifting authority), yakınsak uygulama (convergent practice) ve çok mekânlı gerçeklik (multisite reality) olarak belirlemektedir.

Bunlardan ağ tabanlı cemaat özelliği ile Campbell (2012, s. 68); çevrimiçi dinî pratiklerin, ağ tabanlı etkileşimlerin oluşturduğu sosyal yapının içerisinde yapılanacağını öngörmektedir. Dolayısıyla internet üzerinde faaliyet gösteren toplulukların mensuplarının söz konusu gruba ilişkin tanımlamaları, aidiyet duygusu geliştirmeleri ve grup pratiklerine katılımları; buna karşılık da grupların yeni üye bulma teknikleri sanal ortama özgü bir form kazanacaktır (Dawson, 2000, s. 36-38). İnternetin kendine has doğasının bir sonucu olarak değerlendirilebilecek bu husus, grup mensuplarının güncel dinî grupların fonksiyonlarına yönelik kanaatleri ile ilişkilidir. Ağ ortamının sağladığı imkânlar sayesinde dinî grup mensuplarının geleneksel dinî yapılarda belirli gruplara hasredilmiş alanlara aktif katılımları, üyesi bulundukları topluluktan beklentilerini de değiştirmiştir. Bu bağlamda pasif bir şekilde pratiklere katılan ve görevlerini yerine getiren bireyler yerine; metin yorumlama, topluluğun önceliklerini belirleme ve dinî hususlarda karar alma da dahil olmak üzere dinî yapılanmanın neredeyse tüm boyutlarında söz sahibi bir cemaat mensubu profili oluşmuştur (Kim, 2005; Sisler, 2011). Bu da dinî otoritelerin hükmettiği hiyerarşik bir yapıya sahip geleneksel cemaat profilinin, mensuplarının bireysel ve toplumsal kaygılar üzerinden konulara aktif bir şekilde yaklaşabildikleri bir cemaat şekline evrilmesine yolaçmıştır (el-Nawaway and Khamis, 2009, s. 217).

Farklı bir açıdan konuya yaklaşıldığında, söz konusu dinî grup-

lara katılımın bireysel tercihler ile ilişkilendirilerek gerçekleşmesi, yani herhangi bir etni, kan veya mekan birliğine bağlı olmaması, mensubiyet formunu da değiştirmektedir. Günümüzde interneti aktif bir faaliyet alanı olarak kabul eden ve faaliyetlerinin bir bölümünü bu kanalar aracılığıyla gerçekleştiren geleneksel dinî cemaatler açısından mensup profilinin bu şekildeki dönüşümünün hangi anlamlarda değerlendirilmesi gerektiği sorusu ise halen aydınlatılmayı beklemektedir.

Campbell değişen cemaat mensubu profilini tanımlamada (Campbell, 2012, s. 71) ağ tabanlı dinin ikinci özelliği olarak adlandırdığı hikaye edilmiş kimlik kavramına işaret etmektedir. Kavram, internetin kimlik referans noktalarına ulaşımı kolaylaştıran bir araç olduğu düşüncesinden hareketle şekillendirilmiştir. Bireylerin kimliklerini oluştururken kullandıkları kaynaklara internet aracılığıyla rahatlıkla erişebildiklerini ve yine internet ile kendi bakış açılarını ve tecrübelerini bir bağlam içerisinde ifade edebilecekleri bir platform bulduklarını ima etmektedir.

Dinî kimliğin yapılandırılma sürecinde internetin üstlendiği iki temel işlevden bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki, kullanıcıların kimlik oluşumunda başvuruda bulundukları kaynaklara kolay bir şekilde ulaşımını sağlamaktır. İnternet, içerdiği milyonlarca web sayfası ile bilgi edinim sürecinin hızlı ve ekonomik bir şekilde gerçekleşmesine imkân tanımaktadır. Bu özelliği ise, en azından teoride, sınırlı sayıda kaynaktan hareketle oluşturulan ve çoğunlukla tek yönlü bir yapı izleyen kimlik algısının yerini alternatif kaynaklar ve karşıt fikirlerden haberdar çok yönlü bir kimlik kurgusuna bırakmasını olanaklı kılmaktadır. Ancak kimlik oluşumunun nesnesi olmaktan çıkarak öznesi konumunda değerlendirilen bireyin, kaynak-

lar arasında tercih yapabilir bir okuryazarlık seviyesine sahip olduğu varsayımından hareket edildiğini de hatırlatmak gereklidir.

İnternetin bu kurguda üstlendiği ikinci işlev ise kimliğin dışavurumu aşamasında ortaya çıkmaktadır. Çevrimiçi ortamın dinî hayata yaptığı en temel katkılardan bir tanesi bireylerin inanç ve düşüncelerini ifade edebilecekleri bir platform oluşturmalarıdır. Yeni dinsel hareketlerin, içerisinde bulundukları ortam tarafından kabul görmeyen azınlıkların, ana akım dışına çıkan/çıkarılan grupların öz-tanımlamalarını diğerleri ile herhangi bir kısıtlama olmadan paylaşabilmeleri olgunun görünen yüzüdür. Çevrimiçi ortamın detaylı bir şekilde incelenmeyi bekleyen diğer bir yüzü ise, Web 2.0 teknolojisinin imkânlarıyla bireylerin düşünce, yorum ve kanaatlerini ifade ederken aynı zamanda da kimliklerini oluşturan farklı boyutları anlık bir interaktivite içerisinde gönüllü olarak ifşa edebilmeleridir (bkz. Kara, 2013, s. 28-41). Öz-tanımlamalar üzerinden yapılan böyle bir ifşanın, grupların kendileri tarafından hikaye edilen/kurgulanan kimliğin hatlarının belirginlik kazanmasında etkin olduğu açıktır. Bununla beraber gerek geleneksel dinî yapılar gerekse yeni dinî oluşumlar açısından ileti alışverişine dayalı bir ortamın, dinî yapı-cemaat üyeleri arasındaki ilişkiyi ve dolayısıyla da cemaat mensuplarının dinî kimliklerini, özellikle de gruba aidiyet ile ilişkilendirilen kısmını ne ölçüde farklılaştıracığı ise yanıtlanmayı bekleyen diğer bir sorudur.

Ağ tabanlı dinin diğer bir özelliği de dinî otoritede meydana gelen dönüşüm olgusuyla tanımlanmaktadır. Cemaat profili ve cemaat mensubu kimliğindeki değişimlerin bir yansıması olarak da görülebilecek olan bu olgu, Campbell (2012, s. 74) tarafından geleneksel dinî otoriteler ile çevrimiçi yeni dinî otoriteler arasındaki mücadele

ekseninde ele alınmaktadır. Dinî geleneklerin otorite kavramına yükledikleri anlamla yakından ilişkili olan söz konusu durum, anlaşılacağı üzere iki temel boyutta değerlendirilmelidir.

Bahsedilen iki temel boyutun ilki, bireylerin internet ortamında kutsal metin yorumlama, dinî pratiklere yönelik karar verme, dinî yapılanma ve hiyerarşiyi tanımlama da dâhil olmak üzere pek çok rolü üstlenen ve iletişim ağının sürekli merkezinde bulunan yeni bir dini otorite profilini ortaya çıkarmasıdır. Geleneksel dinî yapıların öngördüğü uzun yıllar süren formel teolojik eğitimle oluşabilecek bir altyapı ve/veya gösterdiği itaat ölçüsünde kalıplaşmış bir dinî hiyerarşi içerisinde yükselmeyi zorunlu kılmayan bu yeni otorite şekli; dinî hiyerarşi, kurumsallaşma, ideoloji ve kutsal metin ile arasındaki ilişkiyi geleneksel dinî otoritelerin alışık olmadığı bir biçimde kurmakta (Campbell, 2007; Turner, 2007) ve ulaşabildiği aktif kişi sayısınca yetkinliğini ve gücünü kanıtlamaktadır.

İnternetin bu şekilde yeni dinî otoritelerin ortaya çıkmasına imkân tanınması, özellikle olgunun ilk ortaya çıktığı dönemde, geleneksel dinî otoriteler tarafından bir tehdit olarak algılanmıştır. Ancak zaman içerisinde internetin dinî mesajı kesintisiz olarak sınırsız sayıda kullanıcıya aktarabilme, insanları cezbedebilme, mensup edinme ve tüm bunlarla neticesinde de dinî otoritenin kullanıcı profilini anladığı ölçüde gücünü pekiştirmeye yapabileceği katkı, geleneksel dinî otoriteleri çevrimiçi ortama adapte olmaya ve interneti aktif bir şekilde kullanmaya yönlendirmiştir (Karaflogka, 2002, s. 279-280; Sisler, 2011, s. 1152; Helland, 2005). Vatikan'ın internet kullanımına gösterdiği önem, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın sosyal ağlara yaklaşımı bu kabullenişin güzel örnekleridir (bkz. Acun, 2006; Horsfield ve Teusner, 2007; ayrıca Diyanet Aylık Dergi, Sosyal

Ağlar ve İletişim Ahlakı özel sayısı). Kuşkusuz bu noktada da aydınlatılmayı bekleyen pek çok soru akla gelmektedir. Büyük bir bölümü otoritenin teolojik yapısı ile ilişkili olan bu sorulardan bazılarını şu şekilde ifade etmek mümkündür: Dinî otoritede meydana gelen değişim, nasıl bir teolojik altyapıya sahiptir? Ağ toplumunun beklentileri geleneksel dinî otoriteleri ne ölçüde değiştirmektedir? Çevrimiçi otoriteler ile grup mensupları arasındaki ilişki nasıl bir forma sahiptir? Bu ilişki türü Geleneksel dinî otoriteler ile cemaat mensupları arasındaki ilişkiye ne ölçüde benzerlik göstermektedirler?

Campbell'in (2012, s. 76-83) çalışmasında ağ tabanlı dinlere ilişkin bahsettiği son iki özellik ise, çevrimiçi ve çevrimdışı dinler arasındaki ilişki üzerinden tanımlanmaktadır. Birbiriyle yakından ilişkili olan bu iki özellik, temelde çevrimiçi ve çevrimdışı dinî unsurların, internet ortamında bir araya getirilerek eklektik bir yapı kazanmasına işaret etmektedir. Bunlardan yakınsak uygulama (Campbell, 2012, s. 76) internet ortamında gerçekleştirilen dinî ritüellerin, içerik ve anlam açısından farklılaşan pek çok ritüelin bir bütün haline getirilmesi ve yeni formlar kazanmasını nitelemektedir. Geleneksel dinlere has ritüellerin internet ortamına aktarılması şeklinde de yorumlanabilecek olan bu durumun en güzel örnekleri online mezarlıklar ve online dinî kutlamalardır (krş. Brasher, 2001). Çok mekânlı gerçeklik kavramı ile (Campbell, 2012, s. 80) olguya farklı bir açıdan yaklaşan Campbell, çevrimiçi dinlerin sadece internet aracılığıyla varlık kazanabilen ağ tabanlı oluşumlar olmadığını; büyük oranda çevrimdışı dinî yapılarla ilişkileri ölçüsünde tanımlanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Her iki özellik de bir taraftan eklektik ve kullanıcı merkezlik gibi internet ortamının yapısal özelliklerine diğer taraftan da insan doğasının somut yapıları kabullenmedeki

meyline atıfta bulunmaktadır.

Campbell'in yaptığı bu tasnif, internet ortamının doğası gereği sahip olduğu özelliklerin, çevrimiçi faaliyet gösteren dinî grupların yapılarını ne ölçüde değişikliğe uğrattığını anlamaya yönelik önemli ipuçları sağlamaktadır. Dinî oluşumlarda meydana gelen söz konusu değişimin, bireysel/sosyal hayata yansımalarını ise; din ve birey arasında nasıl bir ilişki kurulacağını kendisine temel bir sorun edinen din eğitiminin konuya hangi açılardan ve ne şekilde yaklaştığı/yaklaşması gerektiğini ortaya koymadan anlamak mümkün değildir.

Din Eğitimi Açısından Yeni Medya ve Din

İnternet, insanlar arasındaki ilişkilere süreklilik olanağı vermesi, ilgi çekici içeriklerle çok sayıda insana erişimi kolaylaştırması, ulaşılması mümkün olmayan veya çok zor ulaşılabilen bölgelerle anında irtibat kurmayı sağlaması ve daha önce ifade edilen pek çok özelliği sayesinde, sadece çevrimiçi dinî grupların oluşmasını değil; aynı zamanda da geleneksel dinî kurum ve grupların da bir değişim/dönüşüm sürecine girmesine neden olmuştur. Günümüzde internette herhangi bir web sayfası bulunmayan veya sosyal medya aracılığıyla faaliyetlerini duyurmayan bir dinî gruptan bahsetmek neredeyse mümkün değildir. Sebep, ister gelişen ve değişen dünyanın gerisine düşmeme isterse daha fazla taraftar bulma arzusu olsun, internetin, dinî grupların kendilerini duyurma/tanıtma ile mensuplarını ve/veya mensubu olmak isteyenleri kendi dinî anlayışlarıyla yetiştirme/donatma amacıyla yoğun bir şekilde kullanıldığına ve yaygınlığını ilerleyen yıllarda da arttıracığına kuşku duyulmamaktadır (bkz. Oral, 2005).

Din eğitimi açısından bakıldığında dijital dünyanın iletişimi ko-

laylaştırma, cemaat oluşturma, dinî yayma, bilgilendirme, öğretme, dinî pratize etme, dinî tecrübe kazandırma, dinsel sorunlara yanıt bulma vb. pek çok alanda fonksiyon gösterdiği açıktır (Hackett, 2006; Yıldız, 2002; Haberli, 2013). Bununla beraber yeni medyanın interaktif iletişime imkân tanıyan çift yönlü yapısı, dinî otorite tarafından onaylanan mesajın insanlar tarafından kabullenilmesi şeklinde tanımlanan tek yönlü bir din eğitimi anlayışını geçersiz bırakmaktadır. Sorunun bir diğer boyutu ise, yeni medyanın bilgi akışı ve üretimi sırasındaki somutlaştırma zorunluluğu, tüketim kültürünü yaygınlaştırması, makineleştirme, yeni bir sosyalleşme formu geliştirme vb. sınırlıklarının (Helland, 2000, s. 212; Özgül, 2012), etkili bir din eğitimi açısından nasıl değerlendirilebileceğidir. Bu nedenle de din eğitimi açısından yeni medyanın sunduğu kullanım alanlarını anlayabilmek; bunların gerçekte bir imkân mı yoksa tehdit mi olduğuna yönelik soru/sorunları ortaya koyabilmek amacıyla yukarıda dile getirilen hususlar arasından üç temel alan seçilmiştir. Din eğitiminin gerçekleştirmeye çalıştığı temel hedefler arasında bulunan bu alanlar; dinî bilginin üretim ve aktarımı, dinî sosyalleşmenin sağlanması ve dinî kimlik oluşumu olarak formüle edilebilir.

a. Dinî Bilginin Üretim ve Aktarımı

Kitle iletişim araçlarının temel özelliklerinden biri olan bilgi ve haber iletiminin internet ile yeni bir boyut kazandığı; interneti kullanan herkesin her tür bilgiye kolayca ve kesintisiz bir şekilde ulaşabildiği çalışmamızda pek çok vesile ile vurgulanmıştı (krş. Gündüz, Pembecioğlu, 2013). Yeni medya, söz konusu süreci bilgi ediniminden bir üst seviyeye çıkarmış ve kullanıcı merkezli bilgi üretimini de mümkün kılmıştır. Bireylerin dinî konulara dair fikirlerini sesli

bir şekilde ifade edebilecekleri, dinî metinleri kendi görüşleri doğrultusunda yorumlayabilecekleri, dinî konulardaki eleştirilerini ve yorumlarını sistematik bir şekilde sunabilecekleri bir platformu etkin bir şekilde kullanmaları; günümüz din eğitimi algılarının merkezinde bulunan; dinî konuları etkin bir şekilde ele alabilen, çıkarsama yapabilen, yorumlayabilen ve eleştirel bir gözle yaklaşabilen birey yetiştirme amacıyla örtüşmektedir. Bu noktadan hareketle ortaya koyulabilecek soruları dört temel başlık altında ele almak mümkündür.

- Dinî bilgiyi kim üretmektedir? Dinî pratikleri yönetme, dinî konular hakkında karar almak, dinî sorunlar karşısında rehberlik etmek, dinî bilginin çerçevesini çizmek gibi pek çok görevin yerine getirilmesinde söz sahibi olan dinî otoriteleri yetiştirmek din eğitiminin temel işlevleri arasındadır. Dinlerin kurumsallaşmaları ile birlikte, aslen dinî bilgiye hükmetme ile ilişkili olan tüm bu görevler belirli bir sınıfın ehliyeti haline dönüşmüş; dinî bilgiyi üreten ve iletenlerin aynı kapalı grup olması dinî otoritenin gücünü de pekiştirmiştir. Yukarıda izah edildiği üzere internet ortamında herhangi bir dinî hiyerarşiye dâhil olmayan ve hatta sıradan sayılabilecek bireylerin dinî bilgi üretimine katılımının mümkün olması, dinî otoritelerin dinî bilgi üzerinde oluşturdıkları tekeli yitirmelerine (Dawson, 2000, s. 43) yol açarken yeni bir dinî otorite kavramını da gündeme getirmiştir (Campbell, 2007). Bu bağlamda yeni medya üzerinden yaygınlaştırılan dinî bilginin kim tarafından üretildiği, dinî bilgi üreticilerinin geleneksel dinî otoriteler ile nasıl bir ilişki içinde bulunduğu, hangi tür dinî bilginin eğitim konusu ola-

bileceği, yeni medya üzerinde dinî bilgiye ilişkin herhangi bir denetleme organı oluşturulma imkânı ve böyle bir imkân var ise dinî bilgiye dair hangi denetleme kriterlerinin esas alınması gerektiği; din eğitiminin yönlendirdiği temel sorular haline dönüşmüştür.

- Sahih dinî bilgiye nasıl ulaşılabilir? Kullanıcıların bilgi üretimi sürecine aktif katılımının ortaya çıkardığı temel yan etki, özellikle din gibi hassas bir alanda inanılmaz çaplara ulaşan bir bilgi kirliliğinin oluşmasıdır. Din eğitiminin bireye dinî bilgiyi hangi şekillerde işleyebileceğini öğretme kaygısı, bu bilgi kümesinden sahîh bilgiye nasıl ulaşılabilirliği sorunu üzerine yoğunlaşmayı gerektirmektedir. Kuşkusuz bu da din eğitiminin sahîh bilgi tanımı yapmasını ve hangi bilginin sahîh olarak tanımlanabileceğine dair bir takım kategoriler oluşturmasını zorunlu kılmaktadır.
- Dinî bilginin otantikliği nasıl tespit edilebilir? Din eğitiminin temel uğraşı alanlarından bir diğeri ise, bireylere dinlerin asıl kaynaklarını ne şekillerde kullanacaklarını öğretmektir. Çevrimiçi platformlarda yorumun asıl metnin önüne geçebilmesi; metnin orijinalitesi, hangi metnin temel olarak alınacağı ve söz konusu yorumun ne ölçüde temel kaynaktan hareketle oluşturulduğu bu bağlamın temel sorularıdır.
- Yeni medya aracılığıyla bilginin iletimi, bilginin içerik ve kapsamını ne ölçüde değiştirebilir? Her aracın kendi yapısal özellikleri doğrultusunda taşıdığı mesajın içeriği ve üretiminde etkili olan değişkenlerini belirleme kapasitesi (Meyrowitz, 1993, s. 61), yukarıdaki soruların temel hareket noktası olan bilginin üretiminin kasıtlı bir şekilde gerçek-

leştığı düşüncesine farklı bir boyut kazandırmaktadır. Bu da yeni medyanın kendine özgü, yani tüketime yönelik yapısının dinî bilgi üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğudur (van der Laan, 2009).

b. Dinî Sosyalleşme

Birey ve toplum arasındaki ilişkileri, bireyin toplumun bir üyesi haline geliş bağlamında ele alan sosyalleşme kavramı; içerisinde değerler, semboller, kurumlar ve sosyal pratikler başta gelmek üzere pek çok ögeyi barındıran kültürel mirasın aktarımının yanı sıra, sosyal hayat içerisindeki uyum ve bütünlüğü sağlayıcı temel toplumsal mekanizmalardan birini de karşılamaktadır (krş. Okumuşlar, 2013, s. 21-54). Nitekim din alanı ile ilişkilendirildiğinde dinî sosyalleşme; kişinin toplumun dinî kültür unsurları, değerleri, sembolleri ve modellerini alarak kendi şahsiyetine mâl etmesi ve böylece dinî kişiliğinin oluşturmaları süreci olarak tanımlanmaktadır (Çapçioğlu, s. 339-340). Böyle bir mekanizmanın işlerlik kazanması, büyük oranda eğitim aracılığı ile gerçekleşmektedir. Eğitim kurumları bireye ihtiyaç duyulan bilgileri aktarmanın yanı sıra, bireylerin içerisinde yaşadıkları toplumlarla nasıl sağlıklı bir iletişim kuracakları ve onlara nasıl adapte olacakları konusunda da yol göstermektedir. Bu bağlamda din öğretiminin de dinî etkinliklere katılmak isteyenlere gerekli davranışları öğretmek hazır bulunuşluk kazandırmak ve dinî etkinliklere katılmayanlara ise, yapılan etkinlikleri anlayıp olumlu değerlendirme yapmayı öğretmek olmak üzere iki temel noktadan hareketle bireyin dinî sosyalleşme sürecine katkıda bulunması beklenmektedir (Okumuşlar, 2013, s. 119). Bununla beraber din, sosyalleşme sürecinin sadece nesnesi değil, aynı zamanda da itekleyici gü-

cüdü. Nitekim dinin sosyal hayata ilişkin düzenlemeleri, beraberinde getirdiği toplumsal değerler, sosyal entegrasyonu sağlamaya yönelik uygulamaları, cemaat kavramına yükledikleri anlamlar bireyin aktif bir şekilde sosyalleşme sürecine dâhil olmasını teşvik etmektedir. Bireylerin yeni medyanın ağ tabanlı yapısını içselleştirmelerinin sonucunda ise, dinî sosyalleşmeye ilişkin iki yeni olgu ortaya çıkmaktadır (krş. Lövhheim, 2012). Söz konusu olgulara dair din eğitimi bağlamında yönlendirilmesi gereken temel sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

- Ağ tabanlı grupların, geleneksel dinî grupların sosyalleştirme işlevini üstlenmesi: Geleneksel dinî grupların en temel özelliklerinden bir tanesi, mensupları arasında kurmayı başardıkları bağ ile grubun temel öğretilerinin yaygınlık kazanmasını sağlamaktadır. Söz konusu bağın gücü, topluluğun varlığını sürdürmesini o ölçüde olanaklı kılmaktadır. Bu süreç mensupların gruba ilk adımı attıkları andan itibaren örtük bir öğrenme şeklinde gerçekleşmekte; mensuplar, diğerleriyle iletişimlerini geliştirdikçe ve paylaşımlarını arttırdıkça kendilerini gruba daha yoğun bir şekilde özdeşleştirmektedirler. Bununla beraber günümüzde sosyal ağların bu süreci üstlenmedeki etkinlikleri, geleneksel dinî grupların ilerisine geçmiş görünmektedir. Bireyleri sosyal ağlara dâhil olmaya sevk eden nedenleri nelerdir? Çevrimiçi dini gruplar tarafından hangi tür değer, sembol, sosyal norm vb. bireylere aktarılmaktadır? Herhangi bir dinî içeriğe sahip olmasalar da, sosyal ağların ifade özgürlüğü, aktif katılım, toplumsal bilinçlilik vb. unsurlar üzerine kurulu olması kullancıların söz konusu değerleri ne ölçüde incelemelerine

yol açacaktır ve değerler geleneksel dinî grupların öngör-
düklerinden ne ölçüde farklılaşmaktadır? soruları halen ay-
dınlatılmayı beklemektedir.

- Ağ tabanlı dinî gruplar aracılığıyla dinî sosyalleşmenin bile-
şenlerinin yeniden tanımlanması: Bir önceki başlıkta da dile
getirildiği gibi dinî sosyalleşme birey ve cemaat arasındaki
özdeşleşme ilişkisine dayalı örtük bir öğrenme şeklidir. Söz
konusu öğrenme süreci, sanal ortamda faaliyet gösteren di-
nî gruplar açısından ele alındığında; hem cemaatin yapısı
hem de sosyalleşme süreciyle içselleştirilen içerik bağla-
mında önemli soruları ortaya çıkarmaktadır. Bu soruların
ilk akla gelenlerini şu şekilde sıralayabiliriz: Çevrimiçi dinî
gruplar ile geleneksel dinî gruplar arasında ne tür bir ilişki
bulunmaktadır? Bu ilişki sosyalleşme sürecine ne şekilde
yansımaktadır? Dinî grupların sanal ortamda faaliyet gös-
termesi, cemaat mensupları arasındaki ilişkilerin ve mensu-
biyet duygusunun ne ölçüde farklılaşmasına yol açmakta-
dır? Çevrimiçi dinî gruplar aracılığıyla varlık kazanan ce-
maatin yapısını oluşturan bileşenler nelerdir? Çevrimiçi di-
nî gruplar tarafından hangi tür değer, sembol, sosyal norm
vb. üretilmektedir?

c. Dinî Kimlik Oluşumu

Din eğitiminin yeni medyanın din alanındaki etkinliğini sorgu-
lamada temel alması gereken diğer bir alan, yeni medyanın dinî kim-
lik oluşumu üzerindeki etkileridir. Birey ve grupların düşünüş şekil-
leri, algıları, tutumları ve davranışlarının şekillenmesinde etkili olan
temel faktörler arasında bulunan dinî kimlik oluşumu, din eğitimi-

nin sadece yeni medya bağlamında değil, hemen her döneminde üzerinde durduğu temel sorun alanlarından bir tanesini oluşturmuştur (Furat, 2013). Din eğitiminde geleneksel anlamda dindar kişi yetiştirmeye yönelik doktriner anlayışın yerini, çok kültürlü yapıları göz önünde bulundurarak toplumun refah ve huzurunu sağlamada dini temel etmen kabul eden bir mezhepler üstü anlayışa bırakması, dinî kimlik oluşumunda etkin rol oynayan faktörlerin gözden geçirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Nitekim sekülerleşme tezinin öngörülerinin aksine, dinin kişisel ve sosyal hayattaki etkilerinin daha görünür bir hale gelmesi, dinî kimlik tanımlamaları ile dışavurumlarındaki radikalleşme, din eğitimi söz konusu gelişmelerin altında yatan nedenleri sorgulamaya itmiştir. İlgili bölümde üzerinde durulduğu üzere kimlik oluşumunda kullanılan referansların edini mi ve kimliğin dışavurumu süreçlerinde yeni medyanın aktif rol üstlenmesi, aşağıda örneklenen soruların bu sorgulamada göz önünde tutulmasını zorunlu kılmaktadır.

- Dinî kimliğin oluşumunda etkili olan teolojik referanslara yeni medya aracılığıyla erişilmesi, dinî kimliğe nasıl bir boyut kazandırmaktadır? Din eğitimi bu bağlamda temel referans noktalarını nasıl tespit etmelidir?
- Yeni medyanın aktif bir şekilde kullanımı, kullanıcıların davranış ve tutumlarında ne tür değişimlere neden olmaktadır? Bir aracın yoğun bir şekilde kullanımı neticesinde kullanıcıların aracın özelliklerine paralel bir yapı geliştirecekleri, daha spesifik bir şekilde ifade etmek gerekirse; yeni medyanın akışkanlık, hızlı tüketim ve sürekli yenilenme gibi özelliklerinin aktif kullanımının bireyin düşünüş ve algılayış şeklinde bir değişim meydana getireceği varsayımına sa-

hip bu durum, dinî kimliğin psiko-sosyal bileşenlerini ne ölçüde etkileyecektir? Din eğitiminin bu noktada bireye yaklaşımı nasıl olmalıdır?

- Yeni medya kullanımı ile ortaya çıkan yeni dindarlık türleri ile dinî kimlik oluşumu arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır?
- Sanal cemaatler ile geleneksel dinî cemaatler, aidiyet duygusu oluşturmada ne ölçüde farklılaşmaktadır? Bu durum din eğitiminin biz ve diğerlerini tanımlamasında ne ölçüde etkili olacaktır?
- Yeni medyada dine ilişkin hangi kategoriler mevcuttur? Din eğitimi söz konusu kategorilerden hangisini pekiştirmelidir?
- Dinî kimliklerde gözlemlenen radikalleşme ile yeni medya kullanımı arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır? Din eğitimi, toplumsal refahı önceleyen birey yetiştirme hedefi çerçevesinde yeni medya kullanımını nasıl değerlendirmelidir?

Tüm bu soruların yanıtı aslında, din eğitiminin yeni medyanın din alanı açısından bir imkân alanı mı yoksa bir tehdit olarak mı kabul edeceğini de gösterecektir. Ne yazık ki yukarıda sıralanan soruların ancak çok sınırlı bölümü detaylı incelemelere konu olabilmış, ülkemiz din eğitimcileri tarafından ise henüz ele alınmamıştır. Bu sorular doğrultusunda elde edilecek bulgular ne olursa olsun, din eğitiminin yeni medyayı bir imkân sahası haline dönüştürebilmesi için yeni bir dini okuryazarlık ekseninden konuya yaklaşması gerektiğine yönelik gerçeği değiştirmeyecektir.

Sonuç Yerine / Din Eğitiminde Yeni Medya Okuryazarlığı

Din eğitimi tartışmaları arasında okuryazarlık kavramının ele alınması nispeten yakın bir döneme rastlamaktadır. Din hakkında bilgi sahibi olmaktan dinî bilgiyi pratik hayata aksettirmeye kadar pek çok farklı anlam ve unsuru içeren kavram; genellikle, çok kültürlü toplumlarda 'kültürel bir unsur olarak din' hakkında nasıl bir farkındalık geliştirilebileceği sorunu bağlamında ele alınmaktadır (krş. Furat, 2012). Oysa okuryazarlık kavramı, dinî alana nasıl yaklaşılabileceğinin yanı sıra din eğitiminin sürdürülmesinde kullanılabilecek yöntem/kanalların niteliklerini anlama ve onları aktif bir şekilde kullanabilmede katkı sağlayabilecek çok daha geniş bir alana işaret etmektedir.

Eğitimin temelini oluşturan öğrenmenin ancak iletişim aracılığıyla oluşabilmesi, iletişim sürecinin doğasında veya unsurlarında meydana gelen herhangi bir değişimin eğitim anlayışında da akislerini bulmasına neden olmaktadır. Nitekim geçtiğimiz yüzyıl ile birlikte iletişim araçlarında meydana gelen gelişmelerin öğrenme ve öğretme biçimleri üzerindeki etkileri pek çok araştırmamanın konusu olmuştur. Çalışmamızda üzerinde durulduğu gibi din eğitimi alanını da bu gelişmelerden bağımsız düşünmek mümkün değildir.

Kellner'ın da (2001, s. 68) ifade ettiği gibi eğitimde değişim talebi, ideolojik yapılar veya yenilikçi pedagojik düşünceler yerine

teknolojik ve ekonomik nedenlerden kaynaklanmaktadır. Globalleşen teknolojik veya ekonomik gelişmeler, sosyo kültürel hayata yansımalarıyla, bireylerin formasyonlarının içeriğinden örgün ve yaygın eğitim biçimlerine kadar pek çok alanda etkinliğini göstermektedir. Söz konusu gelişmelerle ilişkilendirilen yeni bir takım okuryazarlık türleri (bilgi, medya, teknoloji okuryazarlığı vs.), insan hayatında önem kazanan olguların nasıl değerlendirilebileceği ve bilinçli bir şekilde kullanılabileceğine ilişkin pratik beceriler oluşturmaya hedeflemektedir. Sosyo kültürel hayatta meydana gelen değişimi algılayabilmek açısından da önemli ipucu sağlayan bu okuryazarlık türleri daha geniş bir çerçeve ile yorumlanabilecek bir potansiyeli içermektedirler.

Bu halde yönlendirilebilecek temel soru din eğitimi ve medya okuryazarlığı arasında; eleştirel yaklaşım, analitik çözümleme, bilinçli kullanım vb. becerileri (krş. Kurt, Kürüm, 2010, s. 20-34) ön plana çıkaran bir ilişki nasıl kurulabileceğidir. Bu noktadan hareketle de en az iki farklı okuryazarlık türünden bahsetmek mümkündür. Medyanın, günümüz için düşünüldüğünde daha ziyade yeni medyanın; insan düşünce, davranış ve tutumlarının oluşumunda etkin bir araç olduğu kabulü üzerine kurulu olan bu okuryazarlık türleri; odak noktaları dikkate alındığında, dini medya okuryazarlığı ve medyada din okuryazarlığı şeklinde formüle edilebilir.

Dini medya okuryazarlığı ile kastedilen, temelde, medya okuryazarlığı ile bütünleştirilmiş bir din eğitimidir. Kitle iletişim araçlarının din eğitiminin gerçekleştirilmesinde kullanılan etkin bir araç olduklarından hareketle bu araçların kendilerine has özelliklerin, eğitim sürecinin şekillenmesinde rol oynadığını iddia eder. Bu nedenle de söz konusu araçlar kullanılarak yapılacak din eğitimi faa-

liyetlerinde araçların özelliklerinin göz önünde tutularak kullanıcıların bilinçlendirilmesi gerektiğini savunur. Medyada din okuryazarlığı ise, sürecin kendisinden ziyade iletilen mesaj üzerinde durur. Kitle iletişim araçları aracılığıyla iletilen dini mesajın üretiminin nasıl gerçekleştiği ve bu esnada hangi unsurların mesajın şekillenmesinde etkili olduğunu sorgular. İlerleyen yıllarda yapılacak detaylı analizler söz konusu kavramsallaştırmaların çerçevesini net bir şekilde çizebilmemizi sağlayacaktır. Bununla beraber, birey/toplumların hem iç dünyası hem de dünya görüşlerinin şekillenmesinde temel bir etken olan din eğitimi alanının, yeni medyayı bir imkân alanı haline dönüştürülebilmesi için söz konusu okuryazarlık türlerinin her ikisini de teorisini şekillendirmede kullanması gerektiği açıktır.

Kaynakça

Acun, R. (2006). İnternet Ortamının Tebliğ için Sunduğu İmkanlar, *İslam'ın Güncel Sunumu, Kutlu Doğum 2003*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 310-320.

Altaş, N. (2012). Küreselleşme, Çok Kültürcülük ve Din Eğitimi. M. Köylü (ed.), *Din Eğitiminde Çağdaş Konular* (s. 17-44). İstanbul: DEM.

Altıntaş, M. E. (2008). *Din Eğitimi Açısından Sihir ve Büyü İçerikli Filmlerin Etkilerine İlişkin Çocukların Algıları*. yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara: Gazi Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydın, M. Ş. (2011). *Açık Toplumda Din Eğitimi (Yeni Paradigma İhtiyacı)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.

Beyer, P. (1994). *Religion and Globalization* [Din ve Küreselleşme]. London: Sage Publications.

Bilgin, B. (2005). Örgün Din Eğitiminde Değişen İhtiyaçlar ve Yönelişler. R. Yılmaz (ed.), *Kültürel Çeşitlilik ve Din* (s. 30-44). Ankara: Sinemis.

Bodur, E. (2004). Küreselleşmenin Dini Alandaki Etkisi ve Ulus-Devlet. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4, 9-26.

boyd, d. (2011). Social Network Sites as Networked Publics, Af-

fordances, Dynamics, and Implications [Ağ Tabanlı Topluluklar İçin Sosyal Ağ Siteleri, Dinamikleri ve İmaları]. Z. Papacharissi (ed.). *A Networked Self, Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (s. 39-58). New York and London: Routledge.

Brasher, B. E. (2001). *Give Me That Online Religion* [O Online Dini Bana Ver]. San Fransisco: Jossey-Bass.

Campbell, H. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society [Bir Ağ Toplumunda Çevrimiçi ve Çevrimdışı Din Arasındaki İlişkiyi Anlamak]. *Journal of the American Academy of Religion*, 80/1, 64-93.

Campbell, H. (2007). Who's got the Power? Religious Authority and the Internet [Kim Güce Sahip? Dini Otorite ve İnternet]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1043-1062.

Castells, M. (2010). *The Information Age, Economy, Society and Culture, Vol. 1: The Rise of the Network Society* [Bilgi Çağı, Ekonomi, Toplum ve Kültür, C.1: Ağ Toplumunun Yükselişi]. UK: Blackwell.

Cinoğlu, D. (2010). *Reproduction of Patriarchy through Religious Broadcasting: A Study on Samanyolu TV, The case of "Boşanmak İstemiyorum"* [Dini Yayıncılıkla Ataerkilliğin Yeniden Üretimi: Samanyolu Tv Boşanmak İstemiyorum Örneği Üzerine Bir Araştırma]. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü.

Clark, L. S. (2013). *The Parent App, Understanding Families in the Digital Age* [Ebeveyn Aplikasyonu. Dijital Çağda Aileleri Anlamak]. Oxford: Oxford University Press.

Çakır, H. (2012). Yeni İletişim Mecraları; Sosyal Ağlarla Yaşamak. *Diyanet Aylık Dergi*, 253, 10-15.

Çapçioğlu, İ. (2008). Küreselleşme, Kültür ve Din. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 49/2, 153-183.

Çetin, İ. (2007). *Türk Medyasının Misyonerlik Algısı*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dawson, L. L. (2000). Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies [Siber Uzayda Dini Araştırmak: Konular ve Stratejiler]. J. K. Hadden, D. E. Cowan (ed.), *Religion on the Internet: Research, Prospects and Promises*, New York: Elsevier Science.

El-Nawawy, M., Khamis, S. (2009). *Islam dot com. Contemporary Islamic Discourses in Cyberspace* [İslam Dot Kom. Siber Uzayda Çağdaş İslam Söylemi], New York: Palgrave Macmillan.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison [Sosyal Karşılaştırma Teorisi]. *Human Relations*, 7, 117-140.

Fukamizu, K. (2007). Internet Use Among Religious Followers: Religious Postmodernism in Japanese Buddhism [Dini Takipçiler Arasında İnternet Kullanımı: Japon Budizmi'nde Dini Postmodernizm]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 977-998.

Furat, A. Z. (2012). Din Okuryazarlığı: Din Eğitimi Felsefesi Açısından Temel Bir Kavram. *Marife, Dini Araştırmalar Dergisi*, 12/3, 9-24.

Furat, A. Z. (2013). *İslam Toplumunda Kimlik Oluşumu ve Din Eğitimi*. Konya: Yediveren.

Furat, A. Z. (2008). *Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği), Sır Dizileri ve Dini Programlar*. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gündüz, Ş. (2005). *Küresel Sorunlar ve Din*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.

Gündüz, U., Pembecioğlu, N. (2013). Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya. M. Demir (ed.). *Yeni Medya Üzerine... Yeni İletişim Teknolojileri* (s. 311-338). Konya: Literatürk.

Haberli, M. (2013). Dini Tecrübe Aracı Olarak Sanal Ritüeller. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 57, 17-36.

Haberli, M. (2014). *Sanal Din, Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din*. İstanbul: Açılım Kitap.

Hackett, R. I. J. (2006). Religion and the Internet [Din ve İnternet]. *Diogenes*, 211, 67-76.

Hadden, J. K., Cowan, D. E. (ed.) (2000). *Religion on the Internet: Research, Prospects and Promises* [İnternette Din: Araştırma, İnceleme ve Umutlar], New York: Elsevier Science.

Helland, C. (2005). Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet [Yaşayan Din Olarak Çevrimiçi Din. İnternette Dini Katılım Üzerine Yapılan Araştırmalardaki Metodolojik Konular]. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 01.1, 1-16.

Helland, C. (2000). Online-Religion/Religion-Online and Virtual Communities [İnternet Dini / İnternette Din ve Sanal Topluluklar]. J. K. Hadden, D. E. Cowan (ed.). *Religion on the Internet: Research, Prospects and Promises* (s. 205-223). New York: Elsevier Science.

Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion, A Theory of the Media as Agents of Religious Change [Dinin Medyatize Edilmesi. Medyanın Dini Değişimde Bir Etken Olduğu Teorisi]. *Northern Lights*, 6, 9-26.

Hojsgaard M. T., Warburg, M. (2005). Introduction: Waves of Research [Giriş: Araştırma Akımları]. M. T. Hojsgaard, M. Warburg (ed.). *Religion and Cyberspace* (s. 1-11). Oxon: Routledge.

Hojsgaard M. T. (2005). Cyber-Religion on the Cutting Edge between the Virtual and the Real [Sanal ve Gerçeklik Arasındaki Ayrım-da Sanal Din]. M. T. Hojsgaard, M. Warburg (ed.). *Religion and Cyberspace* (s. 50-63). Oxon: Routledge.

Hoover, S. M. (2013). Dijital Çağda Çocuk Medyası (ve Din): Zorluklar ve Koşullar. H. Yavuzer, M. R. Şirin (yay. haz.). *1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi, Bildiriler Kitabı/2* (s. 215-222). İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

Hoover, S., Park, J. K. (2004). Religion and Meaning in the Digital Age: Field Research on Internet/Web Religion [Din ve Dijital Çağda Anlam: İnternet/Web Dini Üzerine Alan Araştırması]. P. Horsfield, M. E. Hess, A. M. Medrano (ed.), *Belief in Media, Cultural Perspectives on Media and Christianity* (s. 121-136). England: Ashgate, 2004.

Horsfield, P., Teusner, P. (2007). A Mediated Religion: Historical Perspectives on Christianity and the Internet [Medyatize Edilen Bir Din: Hıristiyanlık ve İnternet Üzerine Tarihsel Yaklaşım]. *Studies in World Christianity*, 13/3, 278-295.

Horsfield, P. (2004). Media, Culture and Religion: An Introduction [Medya, Kültür ve Din: Giriş]. P. Horsfield, M. E. Hess, A. M. Medrano (ed.), *Belief in Media, Cultural Perspectives on Media and Christianity* (s. xv-xxiv). England: Ashgate, 2004.

Hutchings, T. (2011). Contemporary Religious Community and the Online Church [Çağdaş Dini Topluluk ve Online Kilise]. *Information, Communication and Society*, 14/8, 1118-1135.

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta.

Karaflogka, A. (2002). Religious Discourse and Cyberspace [Dini Söylem ve Siber Uzay]. *Religion*, 32, 279-291.

Kellner, D. (2001). New Technologies/New Literacies: Reconstructing Education for the New Millenium [Yeni Teknolojiler/Yeni Okuryazarlıklar: Yeni Milenyum İçin Eğitimi Yeniden Yapılandırmak]. *International Journal of Technology and Design Education*, 11, 67-81.

Kızılabdullah, Y. (2009). İlahiyat Fakültelerinin Kuruluşundan Bugüne Din Eğitimi Bilimi Alanında Yapılan Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2/1, 305-314.

Kızmaz, N. (2014). *Ağ Toplumu ve Din (Ağ Toplumu Bağlamında Orta Doğu'da Sosyal Hareketler)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Din Sosyolojisi Bilim Dalı.

Kim, M. C. (2005). Online Buddhist Community, An Alternative Religious Organization in the Information Age [Online Budist Topluluğu. Bilgi Çağında Dini Kurumlara Bir Alternatif]. M. T. Hojsgaard, M. Warburg (ed.). *Religion and Cyberspace* (s. 138-148), Oxon: Routledge.

Köylü, M. (ed.) (2013). *Din Eğitiminde Çağdaş Konular*. İstanbul: DEM.

Kurt A. A., Kürüm, D. (2010). Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2/2, 20-34.

Küçükcan, T. (2005). Dini Yayıncılıkta İnternet (Sanal Dinî İletişim Açısından Yeni Alanlar ve Yeni Stratejiler), *II. Uluslararası Dinî Yayınlar Kongresi*. Ankara: DİB, 211-222.

Lövheim, M., Lynch, G. (2011). The Mediatisation of Religion

Debate: An Introduction [Dinin Medyatize Edilmesi Tartışması: Giriş]. *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal*, 12/2, 111-117.

Lövheim, M. (2012). Religious Socialization in a Media Age [Medya Çağında Dini Sosyalleşme]. *Nordic Journal of Religion and Society*, 25/2, 151-168.

Lundby, K. (2011). Patterns of Belonging in Online/Offline Interfaces of Religion [Dinin Çevrimiçi ve Çevrimdışı Görünümünde Aidiyet Motifleri]. *Information, Communication and Society*, 14/8, 1219-1235.

Lynch, G. (2011). What Can We Learn from the Mediatisation of Religion Debate? [Dinin Medyatize Edilmesi Tartışmasından Ne Öğrenebiliriz?]. *Culture and Religion*, 12/2, 203-210.

Mahan, J. H. (2014). *Media, Religion and Culture: An Introduction* [Medya, Din ve Kültür: Bir Giriş]. Routledge: Oxon.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media* [Yeni Medyanın Dili]. Cambridge: MIT Press England.

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy, the Making of Typographic Man* [Gutenberg Galaksisi, Basım Adamını Üretmek]. Canada: University of Toronto Press.

McLuhan, M. (1965). *Understanding Media: Extension of Man* [İnsanın Uzantısı Olarak Medyayı Anlamak]. New York: McGraw-Hill.

Meyrowitz, J. (1993). Images of Media: A Hidden Ferment – and Harmony – in the Filed [Medyanın Şekilleri: Alanda Gizli Bir Maya – ve Uyum –]. *Journal of Communication*, 43/3, 55-66.

O'Leary, S. D. (1996). Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks [Kutsal Bir Mekan Olarak Siber Uzak: Bilgisayar Ağlarında Din İletişimi]. *Journal of the American*

Academy of Religion, 64/4, 781-808.

Oktaý, A. (2004). 21. Yüzyılda Yeni Eğilimler ve Eğitim. O. Oğuz, A. Oktaý, H. Ayhan (ed.). *21. Yüzyılda Eğitim ve Türk Eğitim Sistemi* (s. 13-30). İstanbul: DEM.

Okumuşlar, M. (2013). *Sosyalleşme Sürecinde Din Eğitimi, İlk Dönem İslam Toplumu Örneği*, Konya: Yediveren.

Ong W. J. (1982). *Orality and Literacy: The Technologizing of the World* [Orallık ve Okuryazarlık: Dünyayı Teknolojize Etmek]. London: Methuen.

Oral, B. (2005). İnternet ve Eğitim. A. Tarcan (ed.). *İnternet ve Toplum* (s. 90-116). Ankara: Anı Yayıncılık.

Öymez, H. (2007). *Siyasal İktidar Egemen Medya İlişkisinde Türban Sorunu*, yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Özden, Y. (2002). *Eğitimde Dönüşüm: Eğitimde Yeni Değerler*. Ankara: Pegem A.

Özgül, G. E. (2012). Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkanının Araştırılması. *Journal of Yasar University*, 26/7, 4526-4547.

Perşembe, E. (2004). Enformasyon Toplumunda Cemaatler: Sanal mı Gerçek mi?, *Muhafazakar Düşünce*, 1/2, 33-44.

Selvin, J. (2000). *The Internet and Society* [İnternet ve Toplum]. Cambridge, UK: Polity, 2000.

Sisler, V. (2011). Cyber Counsellors [Sanal Danışmanlar]. *Information, Communication and Society*, 14/8, 1136-1159.

Turan, İ. (2005). *Dini İçerikli Televizyon Programlarının Yetişkinler Üzerine Etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Turner, B. S. (2007). Religious Authority and the New Media [Dini Otorite ve Yeni Medya]. *Theory, Culture and Society*, 24/2, 117-134.

Van der Laan, J. M. (2009). How the Internet Shapes Religious Life, or the Medium is itself the Message [İnternet Dini Hayatı Nasıl Şekillendirir, ya da Aracın Kendisi Mesajdır]. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 29/4, 272-277.

Yıldız, İ. (2002). Küreselleşme Bağlamında Sanal Din Eğitimi, *Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecinde Türkiye'de Din Eğitimi ve Sorunları Sempozyumu*. Sakarya: Değişim Yayınları, 286-305.

Young, G. (2004). Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity. L. L. Dawson, D. E. Cowan (ed.). *Religion Online, Finding Faith on the Internet* (s. 93-105). New York/London: Routledge, 2004.

Zuckerman, P. (2009). *Din Sosyolojisine Giriş*. İ. Çapcıoğlu, H. Aydınalp (çev.). Ankara: Birleşik Kitabevi.

Dijital Oyunlardaki Din ve Din Eğitiminde Dijital Oyunların Kullanılma İmkânı

Bilal Yorulmaz

Giriş

Bu çalışma üç temel bölümden meydana gelmektedir. İlk bölüm olan dijital oyunlar başlığı altında dijital oyunlarla ilgili bazı genel bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölüm olan dijital oyunlar ve din başlığı ise *dini oyunlar, oyunlardaki din ve din olarak oyun oynama tecrübesi* şeklinde üç kısma ayrılmaktadır. Dini oyunlar başlığı altında açıkça dini bir hikayeye sahip olan ya da bir dinin ilke ve ritüellerini öğretmeyi amaçlayan oyunlar örnekler çerçevesinde ele alınmıştır. Oyunlardaki din başlığı altında ise Richard Ferdig tarafından ortaya atılan game context (oyun bağlamı), game challenge (oyun meydan okuması) ve player capital (oyuncunun hazır bulunuşluğu) kavramları detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Game context, oyun içerisinde yer alan hikaye, çevre ve durumların gizli ya da açık bir şekilde bir dine referans vermesidir. Bu referanslar ya cami, kilise, haç, seccade gibi sembollerle ya da oyun kurallarının dini kurallardan esinlenmesi ile verilmektedir. Game challenge, oyunun gerçek amacını ve umulan ürünleri/sonuçları ifade etmektedir. Bu kavram kapsamında tanrı simülatörü olan God ga-

mes oyunları, tanrıları kullanarak ya da tanrılara tapınarak oynanan oyunlar, dinler üzerinden sistem kuran oyunlar, iyi-kötü temeline oynanan oyunlar ve alt metinlere sahip olan oyunlar ele alınmıştır. Player capital ise oyuncunun oyuna başlarken sahip olduğu bilgi, inanç, ahlaki seviye vs.yi ifade etmektedir. Kişinin önceki bilgi, değer yargısı ve algıları oyun tecrübesini etkilemektedir.

Din olarak oyun oynama tecrübesi başlığı altında oyun oynama tecrübesinin bazı kişiler üzerinde dini bir tecrübe olarak yaşandığı durumu tespit edilmektedir. Oyun insanları aşkın bir aleme davet etmekte ve bazı oyuncular dini duygulara benzer vecd, cezbe, bağlanma duygularını oyun içinde tatmaktadırlar.

Son bölüm olan dijital oyunlar ve din eğitimi başlığında ise dijital oyunların din eğitimi açısından avantaj ve dezavantajları ele alınmakta ve bir imkân olarak eğitsel dijital oyunlar değerlendirilmektedir. Dijital oyunların cinsellik ve şiddet içerebiliyor olması, God games türü oyunların oyuncuların Allah tasavvuru üzerinde olumsuz etkiler bırakması, Müslümanların terörist/düşman olarak gösterildiği oyunları oynayan Müslüman oyuncuların öz algı problemleri dijital oyunların temel dezavantajlarını oluşturmaktadır. Diğer yandan dijital yerli olarak tanımlanan gençlerin ve çocukların öğrenme stillerine uygun olması, dini referanslar içeren popüler oyunlar, edutainment yazılımları ve eğitsel dijital oyunların din eğitimi açısından bir çok imkanı barındırması da dijital oyunların avantajlarından en temel olanlarıdır.

Çalışmada yukarıda ifade edilen konu başlıkları güncel literatürden istifade edilerek değerlendirilecektir. Ayrıca her bir konu ve alt başlık ile ilgili örnek oyunlar da ele alınacaktır. Bazı oyunlar ismen zikredilecek bazıları ise detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

A. Dijital Oyunlar

Oyun, “yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2014). Dijital oyun ise “çeşitli teknolojilerle programlanan ve kullanıcılara görsel bir ortamla birlikte kullanıcı girişi yapmayı sağlayan oyunlardır” (Çetin, 2013). Dijital oyunların tanımı konusunda büyük ayrılıklar olmamasına rağmen türleri ve sınıflandırılmasında ihtilaflar bulunmaktadır. Bir çok alan uzmanı dijital oyunları farklı sınıflandırmalara tabi tutmaktadırlar. Genel bir fikir verse de piyasadaki bütün oyunları kapsayan bir tasnif yoktur (Raczkowski, 2012). Buna göre oyuncu sayısı dikkate alınırsa dijital oyunlar; bir oyunculu, iki oyunculu ve çok oyunculu oyunlar olarak sınıflandırılabilir (Gelibolu, 2013). Platform (oyun için kullanılan donanım) göz önüne alındığında ise bilgisayar oyunları (PC), konsol oyunları (Playstation) ve mobil oyunlar (akıllı telefon) şeklinde bir tasnif söz konusu olmaktadır (King & Krzywinska, 2002). Tür bakımından ise oyunları, aksiyon oyunları (ateş etme, dans, dövüş, labirent, spor, yarış), macera oyunları (metin tabanlı macera, görsel destekli macera, görsel roman), aksiyon-macera oyunları, rol oynama oyunları (Batı tarzı, Japon tarzı, fantastik, sandbox, MMORPG), simülasyon oyunları (yapım yönetim, yaşam, araç benzetişimleri), tahta ve kart oyunları, strateji oyunları (gerçek zamanlı, sıralı) ve yapboz/zeka oyunları şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Gelibolu, 2013).

Yukarıda ifade edilen türlere dahil olan oyunların çoğu bir hikaye içermekte ya da bir hikayeye dayanmaktadır. Oyuncu kendisini oyunda temsil edecek bir avatar seçmekte ve kaleler, burçlar, ejderhalar, nehirler, denizler vs.nin bulunduğu bir maceraya atılmaktadır.

Karakterler, olaylar, ortamlar onu bir başlangıç durumundan bir son duruma taşımaktadır (Ryan, 2006). Öte yandan oyun üreticileri sadece basitçe hikâye anlatmamakta aynı zamanda bir dünya inşa etmektedirler (Jenkins, 2004). İnşa edilen bu dünya oyuncuda gerçeklik hissi uyandırmakta ve oyuncuyu sanal oyun ortamına daldırmaktadır (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014).

Oyunların kurduğu sanal dünyalar bazı kullanıcılar için gerçek dünyanın önüne geçebilmektedir. Örneğin on milyondan fazla kullanıcıya sahip olan *Second Life* adlı sanal yaşam dünyasını kullanan bazı kişiler, gerçek dünyadaki arkadaşlarından daha fazla bu sanal hayatta arkadaş sahibi olduklarını, bu dostluklarının gerçek yaşama göre daha samimi olduğunu, hatta sanal ortamda evlenip çocuk sahibi olduklarını ifade etmişlerdir (Uzun & Aydın, 2012). Bu durumla ilgili çarpıcı bir örnek *Daily Telegraph* gazetesinde yer almıştır. Habere göre David Pollar adlı kişi *Second Life*'ta tanıştığı bir kadınla gerçek hayatta evlenmiştir. Evlendikten bir süre sonra ise kendisini başka bir kullanıcı ile sanal ortamda uygunsuz şekilde yakalayan karısı boşanma davası açmıştır (Batı, 2011). Bu durum sanal dünyanın ne kadar gerçekçi algılanabildiğini ve ciddiye alındığını göstermektedir.

İnsanlar üzerinde bu kadar etkin olabilen oyun sektörü medyanın diğer araçlarıyla ciddi bir rekabete girmiştir. 2004 yılında ABD' de sinema filmleri toplamda 9.5 milyar dolar gelir elde ederken oyun yazılımları 7.7 milyar dolar gelir elde etmiştir (Kerr, 2006). 2014 yılında ise sinema filmleri 9,5 milyar dolar gelir seviyesini korurken oyun yazılımları 37 milyar dolar gelir elde etmiştir (Gartner, 2014). Bu gelişen medyayı kullanan insanlar yaygın kanaatin aksine çocuklar ve gençlerden oluşmamaktadır. Dijital oyunların sadece bir ço-

cuk eğlencesi olmadığının anlaşılması akademisyenlerin alana ilgi duymalarını sağlamıştır. Bu nedenle son zamanlarda bir çok üniversite ve kurum oyunlarla ilgili çalışmalar başlatmışlardır⁸¹ (Hayse, 2011).

B. Dijital Oyunlar ve Din

Dijital oyunlar ve din konusu akademik çevreler için yeni bir çalışma alanıdır. Philippe Bornet'e göre oyunların ciddi olarak araştırılmamış olmasının sebebi Avrupa tarihinde gizlidir. Hristiyan ilahiyat doktrinleri roman dansını yasaklamıştır. Bundan sonra da pagan kültürle ilişkili sayılan bütün oyun ve eğlenceler yasaklanmıştır. Protestan ve Katolikler ise kumar ve şans oyunlarını faydasız oldukları gerekçesiyle kınamışlardır. 18. yy.'da endüstrileşme ile birlikte faydalı-faydasız olma temele alınan kavramlar olmuş ve bu dönemde boş zaman geçirmek için oynanan oyunlar gözden düşmüştür (Bornet & Burger, 2012). Bu yaklaşımlar oyunlarla ilgili akademik çalışmaların yirminci yüzyıla kadar yapılamamasına sebep olmuştur.

İslam dünyasında ise oyunlar hakkında lehte ve aleyhte çeşitli görüşler öne sürülmüştür. Kur'an-ı Kerim'de geçen oyun (laib) ve

⁸¹ Örneğin: The Massachusetts Institute of Technology Comparative Media Studies program (<http://cms.mit.edu/>); The Education Arcade (<http://www.educationarcade.org/>); The University of Wisconsin-Madison GLS Group (<http://www.gameslearningsociety.org/>); The University of Southern California Interactive Entertainment Program (<http://interactive.usc.edu/research/games/>); The Georgia Institute of Technology Digital Media program (<http://www.lcc.gatech.edu/graduate/dmpha/>); The MacArthur Foundation (<http://digitallearning.macfound.org/>).

eğlence (lehv) kelimeleri çoğunlukla olumsuz anlamlarda⁸² kullanılmasına rağmen Yusuf Suresi'nin 12. ayetinde olumlu anlamda kullanılmıştır. “Yarın onu bizimle gönder, gezsın oynasın, biz ona çok iyi sahip çıkarız” ayetinde peygamber çocuklarının oyun oynamak için babalarından izin istedikleri ve bunu normal gördükleri anlaşılmaktadır. Oyunların sünnetteki yerine bakıldığında ise Hz. Peygamberin (sav) oyun oynamayı teşvik ettiği görülmektedir (Akyüz, 1994; Bozkurt, 1997). Hz. Aişe'den gelen bir rivayet bu duruma örnek gösterilebilir: “Allah Rasulü (sav)'in yanında bebeklerle oynardım. Arkadaşlarım da oynamak için yanıma gelirlerdi. O eve gelince arkadaşlarım utanır, saklanırlardı. Ama Allah Rasulü (sav) onları tekrar bana gönderirdi ve beraber oynamaya devam ederdik”⁸³ Sonraki dönem İslam alimleri arasında da farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı Hanefi fıkıh kitaplarında hadiste ifade edilen “atını terbiye etme, eşiyile oynama ve ok atma” dışındaki oyunların yasak olduğu ifade edilmesine rağmen genel kanı olarak bir oyunun mübah olması çeşitli şartlara bağlı kılınmıştır. Bunlar oyunun Allah'ı anmaktan alıkoymaması, ferdin beden ve ruh sağlığını zedelememesi, faydasız olmaması, İslam'ın temel ilkelerine aykırı unsurlar içermiyor olmasıdır (Güllük, 2010).

Semavi dinlerin oyun ve eğlenceye karşı mesafeli duruşlarının bu alanda yapılacak çalışmalar önünde uzun yıllar bir engel oluşturduğu düşünülebilir. Fakat akademisyenlerin oyunlar üzerinde çalışmalarına engel olan tek sebep dini yaklaşımlar değildir. Grieve ve

⁸² Örneğin bkz: Maide Suresi 58. ayet, En'am Suresi 32 ve 70. ayetler, Enbiya Suresi 16 ve 55. ayetler, Duhan Suresi 38. Ayet.

⁸³ Buhari, Edeb 81; Muslim, Fedailu's-Sahabe 81.

Campbell'a göre sahip olduğu potansiyele rağmen uzun yıllar dijital oyunların görmezden gelinmesinin dört sebebi vardır (Grieve & Campbell, 2014):

Birinci sebep oyunların uzun süre basitçe gençlerin ve çocukların eğlencesi olarak görülmüş olmasıdır. Bu nedenle de oyunlar akademik ilgiyi çekememiştir. Fakat son yıllarda yapılan istatistikî araştırmalar oyun oynayan kişilerin yaş ortalamasının 35 olduğunu, 17 yaş ve altı oyuncu oranının sadece % 18 olduğunu göstermiştir. Tüm oyuncuların yüzde 40'ı ise bayanlardan oluşmaktadır (Gee, 2011).

İkinci sebep oyunların yapay ve değersiz bir ifade/dışavurum şekli olduğu düşüncesidir. Uzun yıllar oyunların dar, seviyesiz araçlar oldukları ve önemli mesajları taşıyamayacakları yönünde bir algı oluşmuştur. Örneğin Apple şirketi dinleri eleştirecek uygulamalara izin vermeyeceğini, eleştiri yapılmak isteniyorsa kitap yazılması gerektiğini ilan etmiştir. Hâlbuki oyunlar bir çok dini mesajın ve sembolün taşıyıcısı olarak işlev görmektedirler.

Üçüncü sebep teknolojinin seküler olmasıdır. Bazı sosyologlara göre toplumlar giderek sekülerleşmektedir ve teknolojinin yükselişi dinin kaçınılmaz çöküşünü getirecektir (Dawkins, 2006). Halbuki doksanlı yıllardan beri din adamları ve dindarlar teknolojiyi (TV, internet, sosyal medya vs) kullanarak inançlarını ve dini mesajlarını çok daha büyük kitlelere ulaştırmaktadırlar (Campbell, 2005). Bu durum bütün dinler için geçerlidir. Bu açıdan bakıldığında teknoloji dinin çöküşüne sebep olmanın aksine dine hizmet etmektedir.

Son sebep de oyunların sanal olduğu ve gerçeği yansıtmadığı düşüncesidir. 2002 yılında ABD'de yerel mahkeme oyunların gerçeğe dayalı fikirleri aktarmada yetersiz oldukları, dijital görsellerin gerçek olmadıkları, bu nedenle de anayasal koruma altına alınama-

yacakları yönünde karar vermiştir. 2011 yılında ise ABD anayasa mahkemesi aksi yönde bir karara imza atmıştır. Anayasa mahkemesine göre “Oyunlar tıpkı kitaplar, tiyatro oyunları ve filmler gibi edebi araçlar (karakter, hikaye, diyalog, müzik vb.) yoluyla fikirleri hatta sosyal mesajları iletirler.” Bu nedenle de anayasal koruma altındadırlar (Brown, 2011). İngiltere’de de Kilise herhangi bir telif ödemeden kutsal mekanlara oyunlarında yerveren şirketlere karşı “Sacred Digital Guidelines” (Kutsal Dijital Yönetmelik) yayınlamış ve burada özetle “Bizim kutsal mekanlarımıza saygı gösterin ve bunların telif haklarının olmadığını düşünmeyin.” demiştir.

Görüldüğü üzere oyunlara karşı yukarıda ifade edilen ön yargılar birer birer yıkılmaktadır. Bunun sonucunda da gün geçtikçe daha fazla akademisyen dijital oyunlar ve din konusuna ilgi duymakta ve araştırmalar yapmaktadır. 1960-1970’li yıllarda nicelik kazanan çalışmalar 2000’li yıllardan sonra daha yoğunlaşmış çeşitli enstitü ve akademik dergilerin kurulması sonucunu doğurmuştur⁸⁴ (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014). Ayrıca son yıllarda alanla ilgili bir çok sempozyum, kitap ve makale çalışmaları yapılmıştır (Grieve & Campbell, 2014).

Dijital oyunlar ve din alanındaki çalışmalar genellikle üç alanda ilerlemektedir. Bunlar; *dini oyunlar, oyunlardaki din ve din olarak oyun oynama tecrübesidir* (Grieve & Campbell, 2014).

⁸⁴ Bkz: Game Studies, Digital Games Research Association, Research Association of Poland, Game Research Laboratory, Centre for Computer Games Research vb.

1. Dini Oyunlar

Richard Ferdig (2014)'e göre bazı oyunların konusu açıkça dini olabilmekte, bir dinin ilke ve ritüellerini öğretmeyi amaçlayabilmektedir. Bu tür oyunlarda belirli bir dinin fikirleri temele alınmakta, o dinin görüşleri desteklenmekte ve oyuncuya benimsettirilmeye çalışılmaktadır. Bu oyunlar genellikle dini gruplarla ilişkili kişiler ya da kuruluşlar tarafından üretilmektedirler. Dini oyunlar düşük bütçeli yapımlar olmalarına rağmen araştırmaya değer çalışmalar olarak göze çarpmaktadırlar. Örneğin *Axys Adventures: Truth Seeker* oyunu Hristiyan öğretilerini öğretmeyi amaç edinmiştir. Oyunun üreticilerine göre oyundaki hikaye “yalanlarına inanarak kalbimizi çelmesine izin verdiğimizde düşmanın bize nasıl trajediler yaratabileceğini ve Tanrının kalbimize erişmesine izin verdiğimizde nasıl af ve arınmaya ulaşacağımızı gösteren harika bir kıssadır.” Benzer şekilde *Bible Quest: Journey Through Genesis* oyunu, oyuncuların Tekvin kitabındaki hikayeler boyunca ilerlediği bir oyun iken *Left Behind 4: World at War*, oyuncuların melekler ve şeytanlar arasındaki savaşa şahit olurken Deccal ile fiziksel ve ruhsal olarak yüzleşmelerini isteyen bir oyundur. *Bible Adventures* (Wisdom Tree, 1991) ve *The Story of Noah's Ark* (Southpeak Games, 2010) ise İncil'i ve İncil'de geçen karakterleri öğreten oyunlardır (Wiemker & Wysocki, 2014). Öte yandan Suriye menşeli *Quraish* (Afkar Media, 2007) oyunu, oyuncuların İslam'ın köklerine şahitlik etmelerini ve erken dönem İslam tarihindeki İran ve Bizans'ın yenilgiye uğratıldığı savaşları yeniden oynamalarını sağlamaktadır (Sisler, 2014).

Bazı oyunlar da empati kurdurarak etik davranışlar geliştirmeyi, dünyadaki çeşitli problemlere karşı duyarlı olmayı sağlamaya ça-

lızmaktadırlar. Bu tür oyunların en yaygını sosyal etki oyunlarıdır. Bu oyunlar iklim değışikliği, çevre sorunları, fakirlik, otizm gibi konularda farkındalık oluşturmaya çalışmaktadırlar (Games For Change, 2013). Örneğin *Darfur is Dying* (interFUEL, 2006) oyununda oyuncu bir Darfurlunun yerine geçmekte, mülteci kampını tehdit eden güçlerle pazarlık etmeye çalışmakta, bir yandan da kamp dışına çıkarak öldürülmeden kamptakilerin yaşamı için gerekli olan su ve yiyecekleri temin etmeye çalışmaktadır. Böylece oyuncu Sudan’da yerlerinden edilmiş olan 2,5 milyon insanın sıkıntılarının farkına varmakta ve onlarla empati kurmaktadır. Bir diğer örnek olan *Peace Maker* oyununda oyuncu İsrail ve Filistin hükümetlerini yöneterek barışı tesis etmeye çalışmaktadır (Alhabash & Wise, 2012). *Ayiti: The Cost of Ute* oyununda ise oyuncudan Haitili bir ailenin geçimini sağlaması istenmektedir. Oyuncu para, sağlık, eğitim ve iâşe konularında aileyi idare etmekle görevli olmaktadır (Nudell, Brunner, & Pasnik, 2007).

2. Oyunlardaki Din

Ferdig (2014)’e göre oyun içerisinde yer alan hikaye, çevre ve durumlar gizli ya da açık bir şekilde dine referans verebilmektedirler. Ferdig, bunu “game context” (oyun bağlamı) olarak adlandırmaktadır. Bu referanslar oyun üreticileri tarafından belirlenen fiziksel çevre ya da oyun kurallarının bir parçası olabilmektedirler. Bu referansları iki kategoride ele almak mümkündür. Birincisi cami, kilise, havra gibi binalar ya da haç, seccade, altı kollu şamdan gibi dini araçlar ya da sembollerdir. Bunlar bazen dini bir arkaplan oluşturmak bazen de sadece doğal bir ortam oluşturmak için kullanılmaktadırlar. Örneğin *BioShock Infinite* oyununda semboller dini bir arka

plan oluşturmak için kullanılmıştır. Oyun, sık sık Amerikan Hristiyan Fundamentalizmine atıfta bulunmaktadır. Mesela vaftiz sekan-sında⁸⁵ seçilen müzik, ortam, mimari, sahne düzenlemesi kısmen gizli de olsa Hristiyanı öğeler içermektedir. Ayrıca oyunda kullanılan “Yeni Adn”, “Sodom”, “vaftizin tatlı suyu”, “arınma” ve “yeniden doğ-ma” gibi kavramlar Batı Hristiyan tarihine ait kavramlardır (Heidb-rink, Knoll, & Wysocki, 2014). *Resistance-Fall of Man* oyununda ise Manchester Katedrali sadece otantikliği artırmak için kullanılmıştır (Wiemker & Wysocki, 2014).

İkincisi dinin etkilediği ya da yönlendirdiği oyun kuralları ile il-gili durumlardır. Kurallar gizli bir şekilde oyuncuyu etik davranışa yönlendirmektedir. Örneğin *NARC* (Williams Electronics, 1998) o-yununda uyuşturucu alıp satarken yakalanan oyuncu hapse girmek-te ya da işini kaybetmektedir. Böylece oyuncu ahlaki davranışları yapmaya teşvik edilmektedir. Bazı oyunlar ise oyuncuların evlenme-sine imkan tanımakta fakat bu evlilik dini ilkelere uygun şekilde sa-dece heteroseksüel bir evlilik olabilmektedir (Taylor, 2007). *Fallout 3* (Schulzke 2009) oyunu ise karma inancını temele alan ve buna gö-re sistemini kuran bir oyundur (Schulzke, 2009).

Ferdig'in oyun içerisindeki din sınıflandırmasında ele aldığı ikinci kavram ise “game challenge” (Oyun meydan okuması)'dır. Ona göre game challenge oyunun gerçek amacını ve umulan ürünleri/so-nuçları ifade etmektedir. Bunlar üç gruba ayrılmaktadırlar. Birincisi “God Games” olarak adlandırılan, oyuncunun Tanrı rolüne büründü-ğü oyunlardır. Burada oyuncuya Tanrı gibi her yerde hazır ve nazır bir bakış açısı ve gücü verilmektedir. 1989 yılında üretilen *Populous*

⁸⁵ Bir Filmin sahnelerden oluşan parçası.

oyunu God Games türünün ilkidir. Oyuncu mavi elbiseli insanlarına yerleşim yerleri açmakta ve onların ülkesini genişletmektedir. Bu sırada rakip kırmızı insanlarla da savaşmaktadır. Oyuncunun volkan patlatma, bataklık yaratma, gökten ateş topu fırlatma gibi yetenekleri de bulunmaktadır (Wiemker & Wysocki, 2014).

Bir diğer God Games oyunu da *Black & White* (EA 2001)'dir. Bir tanrı simülatörü olan oyunda oyuncu tanrı rolüne girmektedir. Eğer oyuncu iyi bir tanrı olmayı seçerse imleç naif bir el halini, gazap yüklü, yıkıcı bir tanrı olmayı seçerse uzun tırnaklı bir pençe halini almaktadır. Oyuncu isterse mucizeler yaratabilmekte, kendisine tapınanlara savaşlarda ilahi yardımlar yapabilmekte; isterse de kuraklık gibi cezalar verebilmektedir. Seçtiği tanrı türüne göre kulları kendisine beyaz ya da ateş izli siyah bir tapınakta tapınabilmektedir. Ōkami (Capcom 2007) oyunu ise Japon kültürüne dayalı bir tanrı simülatörü oyunudur. Ōkami kelimesi hem büyük tanrı hem de kurt anlamına gelmektedir⁸⁶. Oyundaki tanrı, kurt avatarına sahip bir tanrıdır ve oyuncu da ekranda görünen bu avatar üzerinden oyunu oynamaktadır (Hemminger, 2014). *Dungeon Keeper* (Bullfrog Production 1997) oyuncuyu baştan kötü bir tanrı olmaya yöneltmesi bakımından diğerlerinden ayrılmaktadır. *Dungeon Keeper*'de oyuncu, kötü bir tanrı rolüne girer, kendi canavarlarını yönetir ve insanlara karşı mücadele verir. Oyunun kapağındaki parola dikkat çekmektedir: “Şer, iyidir” (Testa, 2014).

God Games'ler aynı zamanda üreticilerinin tanrı tasavvurlarını

⁸⁶ Ōkami kelimesi Çince'de iki farklı şekilde yazılabilmektedir. (狼) şeklinde yazıldığında kurt, (大神) şeklinde yazıldığında yüce Tanrı anlamına gelmektedir (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014).

da yansıtmaktadırlar. *From Dust* ve *Populous* oyunlarında Hristiyanlığın anlayışına uygun olarak bulutların üzerinde bir tanrı anlayışı vardır. Bu nedenle oyunun bakış açısı kuş bakışıdır. Ayrıca yine Hristiyan anlayışına uygun şekilde tabiat olaylarını kontrol eden, suyu yükselten, deprem yapan, ateş topu fırlatan güçlü bir tanrı vardır. *Black & White* oyununda da azap eden ve lütfeden tanrı anlayışı göze çarpmaktadır. *Ōkami* oyununda ise Japon kültürüne uygun şekilde tanrı bir kurt avatarı ile gösterilmektedir (Wiemker & Wysocki, 2014).

Bazı oyunlar ise oyuncudan God Games türünün aksine bir tanrıya tapınmasını ya da bir tanrıyı kullanarak oyun oynamasını istemektedirler. Dijital oyunlarda mitoloji de önemli bir yer tutmakta; Yunan, Roma, Mısır, İskandinav ve Uzak Doğu mitolojileri ve tanrıları birçok oyunun şekillenmesinde rol oynamaktadır (Krzywinska, 2008). Örneğin *SMITE: Battleground of the Gods* oyununda mitolojik tanrılar seçilip onlar üzerinden savaşlar yapılmaktadır. Hindu ateş tanrısı Agni'den Yunan gök tanrısı Zeus'a kadar oyuncuya seçme imkanı sunulmaktadır (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014). Benzer şekilde *Age of Mythology* (Ensemble Studios 2002) oyununda da Yunan, Mısır ve İskandinav tanrılarının mücadelesi vardır ve oyuncu bu tanrılardan birini seçmek durumundadır (Wiemker & Wysocki, 2014).

Tanrı figürüne sahip olan oyunların bir kısmında ise oyuncu mitolojik tanrıları güç kazanmak, sorunları aşmak ve oyunun hedeflerine ulaşmak için bir araç olarak kullanmaktadır. Bu tür oyunlarda oyuncu bazen bir ya da birkaç tanrının emirlerini yerine getirmekte bazen de tanrılarla bir sunakta karşılaşmaktadır. Örneğin *The Elder Scrolls V: Skyrim* oyununda oyuncu bir şehre girip oradaki bir sunağı

bulabilmekte bu sunakta ibadet edip yaralarını iyileştirebilmektedir. *The Elder Scrolls IV: Oblivion* oyununda ise oyuncu sunakları ziyaret ettiğinde geçici güçler kazanmakta, oyundaki tüm mabetlere hac yaptığında ise kalıcı ve daha büyük güçler elde etmektedir (Thames, 2014).

Son olarak bazı oyunlar ise doğrudan dinler üzerinden bir sistem kurmaktadır. Burada oyunun hikayesi, bazen de mekaniği dinlere dayanmaktadır. Oyuncu dinler hakkında bilgiler edinip birini tercih ederek hedefini belirlemektedir. Örneğin *Assassin's Creed* (Ubisoft 2008) oyununda haçlı seferleri dönemi anlatılmakta, Küdüsteki farklı dini grupların mücadelesi verilmektedir (Wiemker & Wysocki, 2014). Benzer şekilde *Dragon Age II* oyunu Chantry, Qunari ve Circle of Magi adlı dini grupları ve bunlar arasındaki gerilim ve çatışmayı konu edinmektedir. Bu gruplar ateist, agnostik ve dindar gruplardır ve oyuncu bunlardan birini seçmek durumundadır. Chantry, Hristiyanlığı andıran bir dindir. Oyunun hikayesine göre Andastre, bu dinin şehidi ve peygamberidir. İnsanlığın ışığıdır. Kocası, onun Maker (tanrı) ile olan bağını kıskanmış, ona ihanet etmiş ve onu öldürmüştür. Andastre, Maker'ın gelini ve peygamberidir. Olağanüstü fedakarlığı sebebiyle unutulmaması gereken bir şehittir. Bu dinde büyü yapmak da yasaktır. Bu özellikleri ile Chantry Hristiyanlığı, Andastre ise Hz. İsa'yı çağrıştırmaktadır. Qunari ise ateist bir sistemdir. Bu sistemde herhangi bir tanrıya tapmak kesinlikle yasaktır. Aksi şekilde davrananlar cezalandırılmaktadır. Ayrıca büyü yapmak bu sistemde serbesttir (Bezio, 2014). Diğer örnekler olan *Sons of Abraham* ve *Crusader Kings II* oyunu Müslüman ve Yahudi gruplar üzerine inşa edilmişken, *Civilization IV*, oyuncuya 7 farklı dinden (Budizm, Hristiyanlık, Konfüçyanizm, Hinduizm, İslam, Yahudilik ve Taoizm) birini

seçme şansı tanımaktadır. Oyunda bu dinlerin hepsi benzer etkilere ve güçlere sahiptirler. Fakat bu dinleri kurmak için gerekli olan teknolojik gerekliliklerde ayrılmaktadırlar. Örneğin Budizm için meditasyon teknolojisi gerekmektedir (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014).

Game Challenge içerisinde ikinci tür oyunlar ise iyi-kötü temeline oynanan oyunlardır. Burada oyuncu çeşitli durumlarda iyi ya da kötü tercihler yaparak oyunda ilerler. Örneğin *Max Payne* (Rockstar Games, 2001) oyununda detektif olarak oynayan oyuncu iyi ya da kötü arasında seçimler yapmak durumundadır.

Üçüncü tür ise daha geniş bir hikayenin parçası olan, alt metinler içeren oyunlardır. Hayse (2010), bir çok oyunun tabiatı gereği Messianic (Mesihî-Hz. İsa'nın kurtarıcılığı ile ilgili) olduğunu ifade etmektedir. Ana karakter insanlık için kendini tehlikeye atmakta, feda etmekte, dünyayı karanlıklar içinde bırakan kötü karakteri yenmekte ve insanları kurtarmaktadır. Walter Wink (1992) bunu kurtarıcı şiddet (redemptive violence) miti olarak tanımlamıştır. Başarı için savaşlar, silahlar, baskınlar gibi şiddet unsurları kullanılmakta, üstün gelen kurtuluşu getirmektedir. İyi olan ideoloji uğruna kötü ile savaşmakta ve onu alt edip kurtuluşu getirmektedir. Kurtarıcı şiddet mitinin kaynağı olan Babil mitolojisine göre düzen tanrısı Marduk, kaos tanrısı Tiamat'ı yendiğinde dünyayı kaostan kurtarmıştır. Bu bakış açısına göre şiddet kurtarıcı bir eylemdir. Bir çok Hristiyan oyun üreticisi de ironik bir şekilde İncil yerine Babil mitolojisindeki kurtarıcı şiddet mitini oyunun temeline yerleştirmektedirler (Hayse, 2011).

Gregor Ahn (2011), oyunlar içindeki elementlerin gerçek dünyadaki dini söylemlerin yansıması olabileceğini ifade etmektedir.

Örneğin avatarlar oyunda öldükten sonra oyuncu isterse onları diriltebilmekte ve tekrar oynayabilmektedir. Böylece çok ölüme ya da çok hayata sahip avatarlar bulunmaktadır. Bu durum geleneksel dini anlayışlardan Hristiyanlıktaki Hz. İsa'nın dirilişi ve Budizm'deki reenkarnasyonu çağrıştırmaktadır (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014).

Ferdig'in ele aldığı son kavram ise "Player Capital" (Oyuncunun hazır bulunuşluğu)'dir. Bu kavram oyuncunun oyuna başlarken elinde ne olduğu ile ilgilidir. Oyuncunun önceki dini bilgisi, inanışı, yaşayışı, ahlaki seviyesi vs. player capital'i oluşturur. Player capitalin ilk bölümü oyuncuların sahip oldukları dini-ahlaki bilgi ve durumlarıdır. Oyuncu bir yandan kazanmaya odaklanırken bir yandan da ahlaki değerlerini korumaya, dini inançlarıyla ters düşmemeye çalışmaktadır. İkinci bölüm dini liderlerin oyunlar hakkında yorumlarda bulunup oyuncuları etkilemesidir. Örneğin Protestan bir papaz olan Josh Zoerhof (2013), *Grand Theft Auto* oyununun aşırı şiddet, sex, kadın aşağılama içerdiği için oynanmaması gerektiğini ifade etmiştir. Zoerhof'un aksine din adamları tarafından olumlu yaklaşımlar da sergilenmektedir. Örneğin Richtel (2007), *Halo 3* (Microsoft, 2007) gibi bazı oyunların Denver yakınlarındaki bir kilisede oynandığını ve teşvik edildiğini bildirmiştir. Richtel'in ifadesine göre kilisede 17 yaşındaki çocuklara sadece yetişkinler için uygun olan oyunlar oynatılmakta, onlarca oyun konsolu kilisede yer almakta ve bu durum acaba kiliseler gençleri kiliseye çekmek için ne kadar ileri gitmeli sorusunu gündeme getirmektedir. Üçüncü bölüm ise insanların dini algılama biçimleridir. Kimine göre din sevgi ve umut beslemek, kimine göre insanlara iyi davranmaktır (Ferdig, 2014). Kişilerin sahip olduğu bu algılar da oyuna yaklaşımlarını etkilemektedir.

3. Din Olarak Oyun Oynama Tecrübesi

Ferdig (2014)'e göre dinin tanımında geçen kavramlar oyunlarda da bulunmaktadır. Dolayısıyla bazı insanlar oyun tecrübesini dini bir tecrübe gibi yaşamaktadırlar. Merriam Webster sözlüğüne göre dinin üç tür tanımı bulunmaktadır (Merriam Webster, 2014):

- a. Bir ya da birden çok tanrıya inanmak.
- b. Tanrı ya da tanrılara tapılan organize inanç, ibadet ve kurallar sistemi.
- c. Bir kişi ya da grup için çok önemli olan inanç, ilgi ve aktiviteler.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre ise din “Tanrı’ya, doğaüstü güçlere, çeşitli kutsal varlıklara inanmayı ve tapınmayı sistemleştiren toplumsal bir kurum” ve “İnanılıp çok bağlanılan düşünce, inanç veya ülkü, kült” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2014).

Dinin tanımlarında geçen bir çok kavram bazı oyuncuların oyun oynama tecrübesinde kendini göstermektedir. Oyuncular bazı oyun platformlarına dini sadakate benzer bir sadakatle bağlandıklarını ifade etmektedirler. Bazı araştırmacılar ise oyunların bir kısmını kült olarak nitelendirmektedirler. Örneğin Andy Robertson adlı bir kişi Oyuncu Kilisesi kurmuş ve insanları bu kiliseye katılmaya davet etmektedir. Robertson insanları “Hristiyan olmaya değil oyuncu olmaya” çağırdığını ifade etmektedir (Robertson, 2013).

Bunun yanında oyuncular, oyun tecrübesi esnasında çeşitli tanrılara tapınmakta, büyüler, olağanüstü güçler ve mitlerle dolu bir dünyada mücadele etmektedirler. Oyunun sunduğu bu etkileyici atmosfer bazı oyuncuların oyunlara aşırı şekilde bağımlı olmalarına,

oyun sırasında vecd haline benzer bir duyguya kapılmalarına, oyun dışında bile zihinlerinin oyunla meşgul olmasına sebep olmaktadır.

Rachel Wagner oyunları “first person shooter religion”⁸⁷ olarak tanımlamakta ve oyun kültürü ile dijital oyunların oyuncuların davranışlarını etkilemesi ile dini kültür ile dinin inananların davranışlarını etkilemesinin benzerlikler taşıdığını ifade etmektedir. Oyunlar da tıpkı dinler gibi insanları günlük, sıradan hayattan aşkın/dünya üstü bir hayata davet etmektedirler (Wagner, 2012). Diğer taraftan bazı dindar oyuncular dini kültür ve oyun kültürü ile ilgili kurdukları ilişkinin birbirine benzer olduğunu da ifade etmişlerdir (Luft, 2014).

C. Dijital Oyunlar ve Din Eğitimi

Dijital oyunların din eğitiminde kullanımına yönelik birçok uygulamanın bulunduğu görülmektedir. Örneğin Evanjelik Hristiyanlar dijital oyunları bir din eğitimi aracı olarak iki şekilde kullanmaktadırlar. İlk yöntemde gençler arasında popüler olan oyunlar kilise bünyesinde oynatılarak gençlerin kiliseye devamı sağlanmaya çalışılmaktadır. İkinci yöntemde ise dini tebliğ aracı olarak kullanılabilir oyunlar üretilmektedir. İkinci yöneme örnek olabilecek *Left Behind: Eternal Forces* (2006) oyununda kahraman olan komutan, Decal ve yardımcılara karşı manevi bir savaş vermektedir. Oyuncu, yol boyunca tarafsız kişileri kendine çekmekte ve onları savaş için eğitmektedir. Burada aslında misyonerlik faaliyetlerine atıf bu-

⁸⁷ First person shooter, oyuncunun kendi bakış açısı ile oynadığı atışa dayalı oyun türünü (örneğin keskin nişancı oyunları) ifade etmektedir. Yazar burada oyun ve din arasındaki ilişkiye dikkat çekmek için böyle bir isimlendirmeyi tercih etmiştir.

lunmakta, oyuncu Hz. İsa'nın ordusuna asker toplamaktadır. Oyunda başarılı olmak manevi puanın yüksekliğine bağlıdır. Oyuncunun manevi puanı düşünce “pray” (dua et) tuşuna basıp puanını yükseltebilmektedir. Oyundaki karakterlerden başının üzerinde yeşil çizgi olanlar Tanrıya ait, kırmızı çizgi olanlar kötüye/şerre ait, gri çizgi olanlar ise tarafsızdır. Oyuncu tarafsız olanları bulup Tanrıya bağlamaya çalışmaktadır. Bunun için önce dua edip manevi puanını yükseltmekte, sonra gri oyuncuya tıklayıp onu dinine döndürmektedir (Hayse, 2011).

Dijital oyunların din eğitiminde kullanımı hususunda pratik çalışmaların yanında bazı akademik çalışmaların da yapıldığı görülmektedir. Bu konuda çeşitli çalışmalar yürüten nadir akademisyenlerden biri olan Christopher P. Scholtz (2005)'a göre din eğitimi verirken de din eğitimi teorisi geliştirirken de gençlerin kültürlerinde meydana gelen değişimden haberdar olunmalıdır. Bugünün genç kültürünün en önemli elementlerinden biri bilgisayar oyunlarıdır. Oyunlar hem harcanan zaman hem de faaliyetin kalitesi bakımından din eğitimi teorisinin ilgi alanına girmektedirler. Gençler oyun oynarken sanal bir dünyaya dalmakta, bu durum onları normal dünyadan koparmakta ve bakış açıları bu sanal dünyayı bilmeyen yetişkinlerden farklılaşmaktadır.

Bu alanda çalışma yapılırken öncelikle oyunların din eğitimi ile ilgili bir fenomen olduğu kabul edilmelidir. Gençlerin hayatında önemli bir yere sahip olan oyunları anlamak onlara ulaşmak açısından önemlidir. Bu nedenle onların din eğitimi ile ilgilenirken oyunları anlamak, oyunların gençler üzerindeki etkisini ve gücünü bilmek gerekmektedir (Scholtz, 2004).

Bilgisayar oyunları okul gerçeğinin bir parçasıdır. Birçok öğ-

renci yoğun şekilde oyunla ilgilenmektedir. Kimi öğrenciler ödevleri oyun için ihmal etmeye da tabletlerle oyunu okula getirip sınıf disiplinini bozma gibi problemlere sebebiyet vermektedirler. Bazen de oyunlar okulda görünür bir mesele olmamasına rağmen gençlerin dünya görüşlerini şekillendirmekte ve öğrencilerin algı, öğrenme ve davranışlarına etki etmektedirler. Tabiat bilimleri ile ilgili derslerde sorun olmasa da din eğitiminde gençlerin dünya görüşlerindeki değişim önem arz etmektedir (Scholtz, 2005).

Din eğitimi açısından güncel ve önemli bir mesele olmasına rağmen bu konuda çok az araştırma yapılmıştır. Bu durumun muhtemel sebepleri akademisyenlerin oyunlara karşı ön yargılı oluşları, oyunları önemsiz görmeleri, oyunların gençlerin hayatındaki yerini bilmemeleri ve kendilerinin araştırma yapmaya yetecek oyun oynama tecrübesinden yoksun oluşlarıdır (Scholtz, 2005).

Her ne kadar din eğitimi esas alan çalışmalar az bulunsa da ülkemizde ve dünyada genel eğitim konularını ya da diğer dersleri temele alan bir çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda oyun-şiddet eğilimi ilişkisi (Anderson & Shibuya, 2010), ergenlerdeki oyun bağımlılığı (Wan & Chiou, 2006; Horzum, 2011), okul öncesi eğitim alan çocukların bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları (Akçay & Özcebe, 2012), bilgisayar oyunlarının çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri (Harris, 2001; Gürcan, Özhan, & Uslu, 2008), dijital oyunların öğrencilerin başarılarına katkısı (Gee, Ifenthaler, & Law, 2011; Swearingen, 2011; Kula & Erdem, 2005), eğitsel bilgisayar oyunlarının eğitim ortamlarına entegrasyonu (Tüzün, 2006), eğitsel oyun geliştirme modeli (Korkusuz & Karamete, 2013), dijital oyunların okuma alışkanlığına etkisi (Birkets, 2004), dijital oyunların matematik dersindeki motivasyon ve başarıya etkisi (Aksoy, 2014; Çankaya, 2007)

gibi çeşitli konular ele alınmıştır. Bu tür çalışmalar hem yöntem hem de ele aldığı eğitimle ilgili konular bakımından din eğitimi-dijital oyunlar ilişkisini temele alacak çalışmalara ışık tutacak nitelikte çalışmalardır.

Dijital oyunlar ve eğitim alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde dijital oyunların avantaj ve dezavantajlarına yoğunlaşıldığı, ayrıca bir dijital oyun türü olan dijital eğitsel oyunlara ayrı bir önem verildiği görülmektedir. Bu çalışmada da din eğitimi-dijital oyunlar ilişkisi ele alınırken yaygın olan bu yaklaşım göz önünde bulundurulacaktır.

Dijital Oyunların Din Eğitimi Açısından Dezavantajları

Dijital oyunların zararları söz konusu olduğunda en çok çalışmanın oyunlarda bulunan şiddet ve cinsellik hakkında yapıldığı görülmektedir. Gençlerin aşırı şekilde şiddet ve cinsellik unsurlarına maruz kalmasının sağlıklı bir din eğitimi yapılması önünde engel teşkil edeceği açıktır. Bu nedenle dijital oyunlarda yer alan şiddet ve cinsellik öğelerinin çocuk ve gençler üzerindeki etkilerine değinilecektir.

Yapılan bir araştırmaya göre en çok satan oyunların yaklaşık %89'u en az bir çeşit şiddet içeren öğeye yer vermektedir (Children Now, 2001). Bunlar sözlü (argo, küfür), sembolik (el kol hareketi), görsel (korkunç yüzler), pornografik (çıplaklık) şiddet ya da silah, bıçak, ateş vs. içeren araçsal şiddet öğeleri olabilmektedir (Akçayır, 2013).

Albert Bandura (1961), Sosyal Öğrenme Teorisi ile şiddetin model olarak öğrenilen bir davranış olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre şiddet TV, film, model kişi ya da oyunlar vasıtasıyla model

alınarak öğrenilebilen bir davranıştır. Maruz kalınan şiddet görüntüleri kişinin şiddeti öğrenmesine sebep olmaktadır. Aşırı şiddet görüntülerine maruz kalmanın çocukları ve gençleri saldırganlaştırdığı ve şiddete başvurma eğilimlerini artırdığını açığa çıkaran araştırmalar da (Anderson & Bushman, 2001) Bandura'nın teorisini desteklemektedir.

Donnerstein ve arkadaşlarının (Donnerstein, Slaby, & Eron, 1994) yaptıkları meta analiz çalışmasına göre aşırı şekilde şiddet öğelerine maruz kalmanın dört temel etkisi bulunmaktadır. Bunlar saldırganlığa teşvik, mağduriyet korkusu, şiddete karşı duyarsızlaşma ve daha fazla şiddet öğesi görme isteğidir (Dolu, Büker, & Uludağ, 2010). Şiddet içerikli oyunlar bu dört etki sebebiyle özellikle çocuk ve gençlerin iç dünyalarında karmaşa yaratmakta, vicdan duygusunu köreltip onları şiddete sevk edebilmektedir (Gürcan, Özhan, & Uslu, 2008). Her ne kadar şiddet içerikli oyunlar herkeste aynı etkiye sebep olmasa da bu duruma örnek olabilecek bir çok olay yaşanmış ve yaşanmaktadır. Örneğin 2009 yılında Almanya'da Tim Kretschmer adlı genç eğitim gördüğü okulda üçü öğretmen on altı kişiyi silahla vurarak öldürmüştür. Kretschmer'in katliamdan önceki gece sabaha kadar Counter Strike adlı atış oyununu oynadığı ve arkadaşına "Polise ihbar etmeyin sadece oyun oynuyorum" dediği polis kayıtlarında ifade edilmiştir (Batı, 2011). Bir diğer örnek ise 1999 yılında ABD'de yaşanmıştır. Eric Harris ve Dylan Klebold adlı öğrenciler Columbine Lisesi'nde bulunan on iki öğrenci ve bir öğretmeni vurarak öldürmüşlerdir. Olayın ardından gençlerin birlikte online bir oyun oynadıkları ve evlerinin garajında atış talimi yaptıkları tespit edilmiştir (Akçayır, 2013).

Okul katliamlarını Grossman ve DeGaetano (1999)'nun teorisi

ile de açıklamak mümkün görünmektedir. Grossman ve DeGaetano' yagöre insan beyninde bireyleri şiddete karşı koruyan bir bağışıklık sistemi bulunmakta ve aşırı şekilde şiddete maruz kalmak bu savunma sisteminin bozulmasına sebep olmaktadır.

Yapılan araştırmalar oyunlardaki şiddetin TV, film gibi medyalarda yer alan şiddetten daha fazla etkili olduğunu ortaya koymuştur (Gentile & Anderson, 2003). Bu durumun nedenleri;

- a. Dijital oyunlarda kendini bir saldırganla özdeşleştirme ve karakterin kendisi olarak oyunda yer alabilme,
- b. Dijital oyunlarda oyuncunun şiddeti bizzat aktif olarak tecrübe edebilmesi,
- c. Dijital oyunlarda bir davranışın tüm aşamalarının (tasarı, hazırlık, uygulama) gerçekleştirilebiliyor olması
- d. Dijital oyunlarda şiddet içeren davranışların sürekli tekrar edilmesi,
- e. Dijital oyunlarda şiddet içeren davranışların ödüllendirilmesi şeklinde ifade edilmektedir (Dolu, Büker, & Uludağ, 2010).

Öte yandan şiddet içerikli dijital oyunlar oynamanın saldırganlığın dışında zararlarının bulunduğunu ortaya çıkaran çalışmalar da yapılmıştır. Bu çalışmalara göre dijital oyunlardaki şiddet unsurları öz-kontrolü zayıflatmakta, dikkat ve konsantrasyon bozukluğuna neden olmakta, mantıklı ve analitik düşünme ve karar alma yeteneğini azaltmakta, aşırı derecede psikolojik ve duygusal uyarılmışlığa neden olmaktadır (Dolu, Büker, & Uludağ, 2010).

Dijital oyunların zararları söz konusu olduğunda göze çarpan ikinci husus ise cinselliktir. Cinselliğin, cinsel ifadelerin sözel olarak

kullanımı, çıplaklık, cinselliği çağrıştıran beden dili, cinsel ilişki, tecavüz, kadın aşağılama gibi çeşitli şekillerde farklı yaş gruplarına hitap eden oyunlarda yer aldığı görülmektedir. Bir çok oyunda çıplaklık gençlerin ilgisini çekmek için bir yan unsur olarak kullanılırken bazı oyunlarda cinsellik oyunun merkezinde ya da ana unsurlarından biri olarak yer alabilmektedir. Örneğin *Battle Raper* adlı dövüş oyununda amaç kadın dövüşçüyü zorla soyup taciz ettikten sonra ona tecavüz etmektir (Batı, 2011). *God Of War III* oyununda Kratos rolündeki oyuncu bölüm atlayabilmek için Afrodit'le cinsel ilişki yaşamak zorundadır. Oyuncunun bu bölümü atlayabilmesi Afrodit'ten alacağı puana bağlıdır (Küllük, 2013). *Grand Theft Auto* oyununda ise oyuncu hayat kadınlarıyla birlikte olabilmekte ve ödediği ücreti geri almak için bu kadınları öldürebilmektedir.

Dijital oyunların yanı sıra sanal dünyalarda da cinselliğe yer verilmektedir. Örneğin LovePlus+ adlı şirket gerçek hayatlarında sevgili edinemeyen erkekler için sanal sevgililer üretmiştir. Bu platformda her kullanıcı üç farklı sevgiliye sahip olabilmektedir. Bazı kullanıcılar bu sevgililerine öyle bağlanmışlardır ki onlarla sürekli yaşamakta, birlikte tatile gitmekte ve gerçek yaşamlarından kendilerini soyutlamaktadırlar (Batı, 2011). Dünyada en çok kullanıcıya sahip sanal dünya olan *Second Life* (İkinci Hayat)'ta ise kullanıcılar diğer kullanıcılarla sanal sex ve isterlerse sanal evlilik yapabilmektedirler. Yapılan bir araştırmada bazı kullanıcıların *Second Life*'ta gerçek hayatlarından daha çok arkadaş edindikleri, bu platformdaki sevgililerine daha çok bağlandıkları, evlenip çocuk sahibi oldukları ve bu platformda yaşadıkları ilişkilerin gerçek yaşamdaki ilişkilerini olumsuz etkilediği ortaya çıkmıştır (Uzun & Aydın, 2012).

Araştırmalar dijital oyunların cinsellik ve şiddetin dışında da

bir çok zararından bahsetmektedirler. Bu araştırmalara göre dijital bilgisayar oyunlarının uygunsuz ve aşırı oynanması tendon iltihabı, kısmi felç, nörolojik rahatsızlıklar (Dolu, Büker, & Uludağ, 2010), kas-iskelet sağlığı ile ilgili sorunlar, el bileği sendromu, boyunda tutulma, uyku saatlerinin azalması, gözlerde yorgunluk, obezite, aile ilişkilerinde bozulma, verim azlığı, başarısızlık ve depresyon (Gürcan, Özhan, & Uslu, 2008) gibi sorunlara yol açmaktadır.

Görüldüğü üzere dijital oyunların zararları üzerine birçok araştırma yapılmış ve yapılmaktadır. Fakat din eğitimi açısından dijital oyunlar alanında daha birçok problemlili konu bulunmakta ve din eğitimcilerinin ilgisini beklemektedir. Örneğin God Games olarak adlandırılan oyun türünün çocukların Allah tasavvuru üzerindeki etkisi araştırılmalıdır. Bir tanrı rolüne bürünmek, kullara sahip olmak, varlıklar yaratmak, gazap ve ihsan ile kullarına muamele etmek oyuncunun öz algısını, tanrı tasavvurunu, yaratıcı karşısındaki konumunu nasıl etkilemektedir? gibi sorular araştırılmaya muhtaçtır. Öte yandan oyuncunun tanrılara tapındığı ya da tanrı karakterine sahip olan oyunlar da problemlili görünmektedir. Ayrıca bu konularda diğer ilahiyat disiplinleri ile ortak çalışmalar yapılmalıdır. Dijital bir oyunda tanrılara tapınmak sadece bir oyun olarak mı kabul edilmelidir yoksa bu bir şirk midir? Puan kazanmak için bir tanrıya sunakta hediye sunmak şirk midir? Müslüman bir oyuncu bir bölümü atlamak için vaftiz olabilir mi?⁸⁸ Mitolojik tanrılar karakter olarak seçilip bunlar üzerinden oyun oynanabilir mi? Bu tür mitolojik oyunları oynamak oyuncuların manevi varlıklara bakışını, peygamber mucize-

⁸⁸ BioShock Infinite adlı oyunda oyuncunun oyuna başlayabilmesi için oyun içerisinde vaftiz olmayı kabul etmesi gerekmektedir.

lerine yaklaşımını ve Allah tasavvurunu nasıl etkilemektedir?

İslamı terörle ilişkili gösteren oyunlar da bir diğer problem alanıdır. Batılı üreticilerin oyunlarında savaş alanı olarak Ortadoğu'nun seçildiği ve düşmanın açıkça Müslümanlar olduğu görülmektedir. Özellikle FPS (First Person Shooter/Atış) oyunlarında amaç terörist, düşman, öteki olarak tanımlanan Müslümanları öldürerek oyunu kazanmaktır. Bu oyunların Müslüman olan ve olmayan oyuncular üzerindeki etkisi, temsil, bedene bürünme ve öz algı/iç gözlem açısından incelenmeye değerdir (Heidbrink, Knoll, & Wysocki, 2014). Acaba Müslüman oyuncular bu oyunları oynadıklarında kendileri ve dindaşları hakkında ne düşünmektedirler? Batıyı ve Batılı değerleri yüceltmekte midirler? Aşağılık kompleksine girmekte midirler? Diğer taraftan bu oyunları oynayan gayr-i müslim oyuncuların Müslümanlara karşı ön yargısı perçinlenmekte midir?

Görüldüğü üzere dijital oyunlar ve din eğitimi alanı bir çok problemi olan bakir bir çalışma alanıdır. Ülkemizde ve dünyada milyonlarca gencin saatlerce vaktini geçirdiği dijital oyunlar üzerine çalışmaların yapılması önem arz etmekte ve bu konuda bir çok ilahiyat disiplinine görev düşmektedir.

Dijital Oyunların Din Eğitimi Açısından Avantajları

Literatürde dijital oyunlar, bilgisayar ve internetle yetişkinlik çağlarında karşılaşan insanlar dijital göçmen, çocukluk çağlarından itibaren karşılaşan insanlar ise dijital yerli olarak adlandırılmaktadır (Ocak, 2013). Dijital oyunlara aşına olan dijital yerliler, kendilerinden önceki geleneksel nesille bir çok farklılığa sahiptir. Prensky (2001)'ye göre bu farklı özellikler; ani ve çok hızlı karar alabilme, bilişsel basamaklarında bilgiyi hızlı şekilde işleyebiliyor olma, değiş-

ken hızda devam edebilme, birden fazla işi aynı anda yürütebilme, paralel süreçte devam edebilme, internet üzerinden birbirleriyle iletişim kurma, teknolojik bir aleti öğrenirken kullanım kılavuzunu okumak yerine uygulayarak öğrenme, bilgisayarlardan anında dönüt alma alışkanlığı nedeniyle hayatta sabırsız olma ve teknolojiyi arkadaş olarak görmedir.

Dijital yerlilerin sabırsız olma, aktif olma, hızlı işlem yapma, aynı anda birden fazla iş yapma özellikleri onların geleneksel eğitimden istifadelerini zorlaştırmaktadır. Aşına oldukları dijital oyunlar ise zevkle öğrenmelerine ve motivasyonlarının artmasına vesile olmaktadır. Bu bakımdan genel eğitimde olduğu gibi din eğitimi alanında da dijital oyunlardan faydalanılması önem arz etmektedir.

Eğitimde genel olarak üç tür dijital oyunun kullanıldığı görülmektedir. Bunlar genele hitap eden popüler oyunlar, edutainment (eğitlence)⁸⁹ yazılımları ve eğitsel dijital oyunlardır. Bu çalışmada din eğitimi açısından değerlendirme yapılırken de bu üç tür göz önünde bulundurulacaktır.

Bazı popüler oyunlar ahlaki bir skalaya sahiptir. Ahlaki davranışları tercih etmek oyuncunun puan kazanmasına ya da oyunu daha rahat kazanmasına vesile olmaktadır. Örneğin *Baldur's Gate* oyununda birden yirmiye kadar bir skala vardır. Bir en canı, yirmi en kahraman karakteri ifade etmektedir. Oyuncu adam öldürme soygun vs. yaptıkça canilik derecesine düşmekte, iyi işler yaptıkça kah-

⁸⁹ Edutainment, Education (Eğitim) ve Entertainment (Eğlence) kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuş bir kavramdır. Eğlence unsuruna yer vererek öğretim yapan yazılımları ifade eder. Eğitlence de çeşitli çalışmalarda bu kavramın Türkçe karşılığı olarak kullanılmaktadır.

raman seviyesine doğru yükselmektedir. Kahraman olan oyuncuya tüccar, asker gibi diğer karakterler yardımcı olmakta, indirim yapmakta böylece oyunu kazanmak kolaylaşmaktadır. Ayrıca oyuncu kötülük yaptıkça iyi olan karakterler etrafından uzaklaşmaktadır. Bir önceki bölümde ifade edilen *Darfur is Dying, Ayiti, Peace Maker* gibi oyunlar da öğrencilerde empati, diğerkamlik, merhamet, hoşgörü gibi duyguları geliştirmesi bakımından değerler eğitiminde kullanılabilecek dijital oyunlardan bazılarıdır. Hayse (2012), olumsuz öğeler içeren popüler oyunların da din eğitiminde bir araç olarak kullanılabileceğini savunmaktadır. Ona göre olumlu öğeler içeren oyunlar sınıf içerisinde öğretmenin rehberliğinde oynanabilir. Olumsuz öğeler ise sınıfta bir tartışma ortamı oluşturmak için bir araç olarak kullanılabilir. Örneğin büyü anlatılırken öğrencilerin dijital oyunlarda karşılaştıkları büyü sahneleri ya da durumları sorulur ve dijital oyunlarda kullanılan büyü sahneleri üzerinden ders işlenir. Böylece öğrenciler üzerindeki zararlı etkiler hafifletilmeye çalışılır.

Edutainment yazılımlarının da din eğitiminde iki şekilde kullanıldığı görülmektedir. Birinci usulde eğitim ve eğlence birbirinden ayrı unsurlar olarak kullanılmaktadır. Mısır yapımı *El-Muğamirun* gibi oyunlarda eğlence unsuru bir motivasyon aracı olarak kullanılmakta ve eğitsel bir değeri bulunmamaktadır. Genellikle konuyu öğretme, test etme ve ödül olarak oyun oynama şeklinde bir yapı söz konusudur. Oynanan oyunun ise öğretilen konu ile hiçbir ilgisi bulunmamaktadır. İkinci usul ise nisbeten öğretim ve eğlencenin birleştirildiği yazılımlardır. Bu oyunlarda didaktik unsurlar oyunun içerisine yerleştirilmiştir. Örneğin Mısır yapımı *El-Muslim'us-Sağir* oyununda kullanıcıya çeşitli senaryo durumları verilmekte ve doğru olan davranışı seçmesi istenmektedir. İngiltere'de üretilen *Abu Isas*,

Quest for Knowledge oyununda ise Kuran ayetlerinin Arap harfleri bir araya getirilerek oluşturulması, bir macera oyunu olarak hadis külliyatlarının toplanması gibi usuller kullanılmıştır (Sisler, 2009). Ülkemizde yer alan *Alim Çocuk* gibi eğitim CD/DVD'leri ve www.sonpeygambercocuk.info gibi dini web siteleri de yukarıda ifade edilen iki tür yaklaşıma sahip oyunlara bünyesinde yer vermektedirler. Ülkemizde ve dünyada edutainment yazılımlarının din eğitiminde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Fakat bu yazılımlar, düşük bütçeli oluşları, öğrencilerin ilgisini çekecek grafiklere sahip olmayışları, didaktik unsurların her zaman eğlencenin önünde olması gibi nedenlerle küçük yaş grubundaki çocukları tatmin etse de ortaokul çağı çocuklarının ve gençlerin ilgisini çekmemektedir.

Nielsen (2008), eğitimde davranışçı öğrenme kuramlarını temele alan edutainment yazılımlarından sosyal yapılandırmacı yaklaşımları temele alan eğitsel dijital oyunlara doğru bir gidişin olduğunu ifade etmektedir. Günümüzde üretilen eğitsel dijital oyunların bir çoğunun temelinde Lev Vygotsky'nin sosyal yapılandırmacılık kuramı yer almaktadır. Bu kuram yapılandırmacılık kuramının bir alt dalıdır. Yapılandırmacılık, öğrenenin önceden sahip olduğu bilgiler ile yeni öğrendiği bilgiler arasında bir ilişki kurarak anlamı yapılandırdığını savunan bir kuramdır. Sosyal yapılandırmacılık ise öğrenmenin kendi kendine gerçekleşen bir süreçten çok sosyal grubun ortak kararıyla oluştuğunu ve öğrenme sürecinde sosyal etkileşimin önemli bir yer tuttuğunu savunmaktadır. Dijital oyunlarda oyuncular hem öğretmenle hem de akranlarıyla etkileşime geçerek öğrenmektedirler. Özellikle çok oyunculu online oyunlarda oyuncular birbirlerine yardım etmekte ve birlikte öğrenmektedirler. Öte yandan dijital oyunlar aktif öğrenme ilkesine de uygun yapılar sunmaktadır-

lar. Oyun boyunca oyuncu aktif olarak rol almakta ve problemleri çözerken öğrenme gerçekleşmektedir (Aksoy, 2014).

Dijital oyun temelli öğretimde öğretmen ve öğrencilerin rolleri geleneksel öğretimden farklıdır. Eğitsel dijital oyun temelli öğretimde öğretmenin rolü rehberliktir. Öğretmen, öğrencileri eğitsel oyunun amaçlarından haberdar eder, sürecin doğru işleyip işlemediğini kontrol eder, öğrencilerin birbirleri ile olumsuz etkileşime girmelerine engel olur, desteğe ihtiyaç duyduklarında öğrencilere yardım eder, geri bildirilerde bulunur. Öğrenci ise oyunun amaçlarından haberdar olur, bu amaçlar doğrultusunda stratejiler geliştirir ve bunları dener, ihtiyaç duyduğunda öğretmeninden ya da arkadaşlarından yardım ister ve belirlenen hedeflere ulaşır (Çiftçi, 2013).

Prensky (2001)'e göre eğitsel dijital oyunlar belirli bir amaca sahip oldukları, bu amaca problem çözme ile ulaştırdıkları, oyuncuyla etkileşim içerisinde bulunup geri bildirimlerde bulundukları, yarışma ve eğlence içerdikleri için etkili birer eğitim aracıdır.

Eğitsel dijital oyunların avantajlarından din eğitimi ilgilendirenleri şu şekilde ifade etmek mümkündür (Ocak, 2013; Aksoy, 2014):

- Öğrenilmesi zor konu ve içeriklerin öğretilmesinde motivasyon sağlarlar.
- Öğrencilerin eğlenerek öğrenmelerini sağlarlar.
- Öğrencileri aktif olmaya teşvik ettikleri için daha etkili bir öğrenim imkanı verirler.
- Diğer oyunlar gibi öğrenen bireylerin gelişimini olumsuz etkileyecek unsurlara sahip değildir.
- Yapararak yaşayarak öğrenme imkanı sunarlar.
- Dikkat çekerler ve öğrenme isteği uyandırır.

Eğitsel dijital oyunların din eğitimi ilgilendiren bazı dezavantajları ve sınırlılıkları ise şu şekildedir (Ocak, 2013; Aksoy, 2014):

- Dijital oyunlar klasik öğrenme materyallerine göre daha çok rahatsız edici ve kontrolü zordur.
- Dijital oyunların hepsi müfredatla uyumlu değildir.
- Dijital oyunların tamamı etkili değildir. Ayrıca bir kısmının eğitsel değeri düşüktür.
- Yeterli alt yapıya sahip olmayan okullarda dijital oyun temelli eğitim yapmak mümkün değildir.

Batı dünyasında din eğitimi amacı güden bir çok eğitsel dijital oyun bulunmaktadır. Örneğin *Bible Adventures* (Wisdom Tree, 1991) ve *The Story of Noah's Ark* (Southpeak Games, 2010) oyunları İncil'de geçen karakterleri ve hikayeleri, *Bible Quest: Journey Through Genesis* oyunu Tekvin kitabındaki hikayeleri, *Axys Adventures: Truth Seeker* oyunu Hristiyan öğretilerini öğretmekte; *Left Behind: Eternal Forces* oyunu ise oyuncuların misyonerlik faaliyetlerini tecrübe etmesini sağlamaktadır.

İslam dünyasında ise sınırlı sayıda eğitsel dijital oyunun yer aldığı görülmektedir. Tespit edebildiğimiz kadarıyla ülkemizde yukarıda ifade edilen ilkeler çerçevesinde bir eğitsel dijital oyun bulunmasa da diğer Müslüman ülkelerde bazı örnekler yer almaktadır. Örneğin Suriye menşeli *Quraish* (Afkar Media, 2007) oyunu, oyuncuların ilk dönem İslam tarihini öğrenmeleri için üretilmiş bir oyundur. Bu oyunda oyuncu müşrik bir bedevi kabilesinin reisi olarak oyuna başlamaktadır. Oyunun ilk bölümünde cahiliye dönemine ait bedeviler arası savaşlar, Mekke'nin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik ve dini yapısına şahit olunmaktadır. Oyuncu ilk bölümde bedeviler ara-

sı bazı savaşları oynadıktan sonra Mekke'li müşriklerle birlikte Hendek savaşında Müslümanlara karşı savaşmak için Medine'ye gelmektedir. Oyun burada Hendek savaşı hakkında bilgiler vererek bu savaşın Müslümanlar tarafından kazanıldığını ifade etmektedir. Bu noktada oyuncuya iki seçenek sunulmaktadır. Oyuncu ya Müslüman olup Medine'de kalmakta ve oyunun diğer bölümlerini oynayabilmekte ya da oyun burada bitmektedir. Oyuncunun Müslümanlara katılması ile oyunun diğer bölümleri açılmakta ve oyuncu ilk dönem İslam tarihine şahitlik etmekte, Bizans ve İran ile yapılan savaşları oynamaktadır (Sisler, 2014).

Bir diğer örnek olan ABD-Ürdün ortak yapımı *Arabian Lord* (2007) oyununda oyuncu ortaçağda bir Arap tüccar rolüne girmektedir. Oyuncu binalar inşa etmekte, diplomasi yapmakta, belediye-cilik işleri ile ilgilenmekte ve oyun sürecinde İslam medeniyetinin farklı unsurlarına şahitlik etmektedir. Suudi Arabistan menşeli *Hajj* (2008) oyunu ise haccın yapılışını öğretme amacı güden bir dijital oyundur. Oyunda, oyuncular ilk yardım görevlisi, güvenlik görevlisi gibi hizmet görevlerinden birini üstlenmekte ve haccın yapılışında insanlara yardım ederek haccın yapılış aşamalarını öğrenmektedirler. Bazen de popüler oyunlara ya da sanal dünyalara İslami içeriklerin eklendiği görülmektedir. Örneğin *Second Life*'a 2007 yılında Yusuf El-Karadavi'ye yakınlığıyla bilinen "İslam Online" sponsorluğunda bir Hac eklentisi yapılmıştır. Bu hac eklentisinin amacı Müslümanlara haccı öğretmek, hac tecrübesi yaşatmak; yabancılara ise haccın önemini göstermek ve onları bilgilendirmektir (Sisler, 2009).

D. Sonuç ve Öneriler

Oyunlar üzerine yapılan akademik çalışmaların yakın tarihlerde başlamasında semavi dinlerin oyun ve eğlenceye karşı mesafeli duruşları yanında oyunların; çocuk ve gençlerin eğlencesi olarak görülmesi, yapay ve değersiz bir ifade/dışavurum şekli olduğu düşüncesi, teknolojinin seküler olduğu inancı ve oyunların sanal olup gerçeği yansıtmadığı algısı etkili olmuştur. Oyunlara karşı bu ön yargıların yıkılması sonucunda gün geçtikçe daha fazla akademisyen dijital oyunlar ve din konusuna ilgi duymuş, araştırmalar yapmış ve yapmaktadır. 1900'li yıllarda başlayan oyunlarla ilgili çalışmalar 1970'li yıllarda dijital oyunları da içine almaya başlamıştır. 2000'li yıllardan sonra ise dijital oyunlar ve din alanı bir çok akademik dergi, enstitü, sempozyum, kitap ve makale çalışmalarını içeren popüler bir akademik alan halini almıştır. Dijital oyunlar ve din alanındaki çalışmalar incelendiğinde bu çalışmaların genellikle üç alanda ilerlediği görülmektedir. Bunlar; *dini oyunlar*, *oyunlardaki din* ve *din olarak oyun oynama tecrübesidir*.

Dini oyunlar başlığı altında *Axys Adventures: Truth Seeker* ya da *Quraish* gibi doğrudan dini bir mesaja sahip olan, dini bir konuda tutum ve davranış değişikliğine sebep olmayı ya da bilgi vermeyi amaçlayan oyunlara yer verilmektedir. Bu başlık altında ayrıca *Darfur is Dying* gibi sosyal etki oyunları da incelenmektedir.

Oyunlardaki din, game context (oyun bağlamı), game challenge (oyun meydan okuması) ve player capital (oyuncunun hazır bulunuşluğu) kavramları çerçevesinde incelenmektedir. Game context, oyun içerisinde yer alan hikaye, çevre ve durumların dine açık ya da gizli referanslar içermesini ifade etmektedir. Bu referanslar seccade,

haç, çan gibi dini semboller veya dinin etkilediği oyun kuralları şeklinde ortaya çıkmaktadır.

İkinci kavram olan game challenge, oyunun gerçek amacını ve umulan ürünleri/sonuçları ifade etmektedir. Game challenge üç grupta incelenmektedir. Bunlardan ilki tanrı karakterinin yer aldığı oyunlardır. Bu grubun en popüler konusu *Populous* gibi tanrı simülatörü olarak adlandırılabileceğimiz, oyuncunun tanrı rolüne büründüğü God Games türü oyunlardır. Bunların yanında oyuncunun tanrıları kullanarak savaşlar yaptığı (*Age of Mythology*) ya da tanrılara tapınarak puan ve güç topladıkları (*The Elder Scrolls V: Skyrim*) oyunlar da bulunmaktadır. İkinci grup oyunlar *Max Payne* gibi oyuncunun iyi-kötü temelinde seçimler yaptığı oyunlar iken, üçüncü grup oyunlar ise Messianic oyunlarda olduğu gibi daha geniş bir hikayenin parçası olan oyunlardır.

Player capital kavramı ise oyuncunun önceki dini bilgisi, inancı, yaşayışı ve ahlaki seviyesini ifade eder. Oyuncuların dini tutumları, din adamlarının oyunlar hakkındaki yönlendirmeleri ve oyuncuların dini algılama biçimleri oyunla etkileşimlerini yönlendirebilmektedir.

Din olarak oyun oynama tecrübesi ise oyun tecrübesini dini bir tecrübe gibi yaşamayı ifade etmektedir. Bazı oyuncular dini tecrübe benzer şekilde oyunlarda bağlanma ve vecd gibi duygulara sahip olabilmekte, oyunlarla dine benzer bir ilişki kurabilmektedirler.

Dijital oyunların eğitim alanında kullanımı üzerine ülkemizde ve dünyada bir çok çalışma yapılmış olsa da din eğitimi alanında çok az çalışma bulunmaktadır. Bu durumun muhtemel sebepleri akademisyenlerin oyunlara karşı ön yargılı oluşları, oyunları önemsiz görmeleri, oyunların gençlerin hayatındaki yerini bilmemeleri ve ken-

dilerinin araştırma yapmaya yetecek oyun oynama tecrübesinden yoksun oluşlarıdır. Halbuki din eğitimi verirken de din eğitimi teorisi geliştirirken de gençlerin kültürlerinde meydana gelen değişimden haberdar olunmalıdır. Gençlerin hayatında önemli bir yere sahip olan oyunları anlamak, onlara ulaşmak açısından önemlidir. Bu nedenle onların din eğitimi ile ilgilenirken oyunları anlamak, oyunların gençler üzerindeki etkisini ve gücünü bilmek gerekmektedir (Scholtz, 2004).

Dijital oyunlar çocuklar ve gençlerin hayatında en önemli eğlence etkinliklerinden biridir. Saatlerce oynadıkları bu oyunlarda şiddet ve cinsellik unsurlarına maruz kalmanın yanında dünya görüşleri ve dini algıları da şekillenmektedir. Gençler bir çok dijital oyunda adam öldürme, tecavüz ya da cinsel ilişki gibi eylemleri aktif olarak uygulamaktadırlar. God games türü oyunlarda tanrı rolüne bürünmekte, diğer bazı oyunlarda ise tanrılara tapınmakta, şaman ya da büyücü olarak büyü yapmakta ya da keşiş olabilmektedirler. Bu etkilere maruz kalan kişilere din eğitimi verirken içinde bulundukları durumun dikkate alınmasının önemi açıktır.

Din eğitimcileri, pedagoglar ve oyun üreticilerinin işbirliğinde hazırlanacak eğitsel dijital oyunlar ise büyük imkânlar barındırmaktadır. Günümüzde çocuklar ve gençler dijital yerli olmaktan kaynaklanan çok farklı özelliklere sahiptirler. Aynı anda birden çok işi yapabilme, çok hızlı düşünme ve karar verme, yönergeler okumak yerine deneme yanılma yolu ile öğrenme, sabırsız olma, aktif olma gibi özellikleri onların geleneksel eğitimden istifadesini güçleştirmektedir. Bu nedenle din eğitiminde eğitsel dijital oyunlardan istifade edilmesi çocuk ve gençlerin alışkın oldukları ve sevdikleri bir yolla öğrenmelerine yardımcı olacaktır. Ayrıca etkili ve kalıcı öğrenmelerin

gerçekleşmesi sağlanabilecektir.

Bu nedenle öncelikle din eğitimi alanında çalışan akademisyenler yüksek lisans ve doktora öğrencilerini dijital oyunlar alanında çalışmaya teşvik etmeli, alandaki akademik çalışmalar nitelik ve nicelik olarak belirli bir seviyeye getirilmelidir. Bu süreçte matematik, coğrafya, fen bilgisi gibi diğer dersler ve dijital oyunlar üzerine yapılmış çalışmalardan istifade edilmelidir. Bu tür çalışmalar hem yöntem hem de ele aldığı eğitimle ilgili konular bakımından din eğitimi-dijital oyunlar ilişkisini temele alacak çalışmalara ışık tutacak nitelikte çalışmalardır. Ayrıca ilahiyat alanındaki çalışmalar din eğitimi ile sınırlı tutulmamalı; kelim, islam hukuku, din psikolojisi gibi alanlarda da çalışmalar yapılmalıdır.

Akademisyenlerin alana ilgisini çekmek ve farkındalığı artırmak için medya ve din kürsüleri kurulması, STK'lara bağlı medya ve din merkezleri açılması, dijital oyunlar ve din temalı sempozyumlar düzenlenmesi gibi faaliyetler yürütülmelidir.

Genç nesillerin dijital oyunlarla sağlıklı bir ilişki kurabilmelerini temin etmek için ilahiyat fakültelerinde “medya ve din” dersi programa alınmalıdır. Bu ders kapsamında sinema, TV, sosyal medya vb. konuların yanında dijital oyunlara da yer verilmelidir. Ayrıca Diyanet İşleri Başkanlığı ve MEB personeline yönelik hizmet içi eğitim seminerleri düzenlenerek dijital oyunlar konusunda din görevlileri ve DKAB öğretmenlerinin bilinçlenmesi temin edilmelidir. Bu seminerler sonradan genişletilerek halka yönelik çalışmalar şeklinde planlanmalıdır.

Son olarak dijital oyunların sadece zararlarına odaklanılmamalı, bir eğitim aracı olarak kullanılma imkanlarının geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılmalıdır. Yapılan akademik çalışmalar oyun ü-

**reticilerine yol gösterecek şekilde planlanmalı ve din eğitimcileri-o-
yun üreticileri işbirliğinde eğitsel dijital oyunlar üretilmelidir.**

Kaynakça

(2013). 11 10, 2014 tarihinde Games For Change: <http://www.gamesforchange.org/about/> adresinden alındı

Akçay, D., & Özcebe, H. (2012). Okul öncesi eğitim alan çocukların ve ailelerinin bilgisayar oyunu oynama alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *Çocuk Dergisi*, 66-71.

Akçayır, M. (2013). Dijital Oyunlarda Şiddet. M. Akçayır içinde, *Eğitsel Dijital Oyunlar* (s. 249-262). Ankara: PegemA.

Aksoy, N. C. (2014). *Dijital Oyun Tabanlı Matematik Öğretiminin Ortaokul 6. Sınıf Öğrencilerinin Başarılarına, Başarı Güdüsü, Öz-Yeterlik ve Tutum Özelliklerine Etkisi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Akyüz, V. (1994). *Bütün Yönleriyle Asr-ı Saadette İslâm*. İstanbul: Beyan Yayınları.

Alhabash, S., & Wise, K. (2012). PeaceMaker: changing students' attitudes toward Palestinians and Israelis through video game play. *International Journal of Communication*, 356-380.

Anderson, C., & Bushman, B. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 353-359.

Anderson, C., & Shibuya, A. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 151-173.

Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 575-582.

Batı, U. (2011). Sekizinci Sanatın İnşası: "Dijital Oyunlar Kesişiminde Postmodernizm, Tüketim Kültürü, Üst Gerçeklik, Kimlik ve Olağan Şiddet". T. Ünal, & U. Batı içinde, *Dijital Oyunlar* (s. 3-33). İstanbul: Der.

Bezio, K. M. (2014). Maker's Breath Religion, Magic, and the 'Godless' World of BioWare's Dragon Age II (2011). *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 134-161.

Birkets, S. (2004). The truth about reading. *School Library Journal*, 50-51.

Bornet, P., & Burger, M. (2012). *Religions in Play. Games, Rituals, and Virtual*. Zurich: TVZ Theologischer Verlag.

Bozkurt, N. (1997). *Hadiste Folklor-Eğlence*. İstanbul: İFAV.

Brown. (2011). *Governor of California v. Entertainment Merchants Association et al.* 2012. 11 8, 2014 tarihinde <http://www.supremecourt.gov/opinions/10pdf/08-1448.pdf> adresinden alındı

Campbell, H. (2005). *Spiritualising the Internet: Uncovering Discourses and Narratives of Religious*. 11 8, 2014 tarihinde Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet: <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5824/1/Campbell4a.pdf> adresinden alındı

Çankaya, S. (2007). *Oran-oranti konusunda geliştirilen bilgisayar oyunlarının öğrencilerin matematik dersi ve eğitsel bilgisayar oyunları hakkındaki düşüncelerine etkisi*. Balıkesir: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Çetin, E. (2013). Tanımlar ve Temel Kavramlar. M. A. Ocak içinde, *Eğitsel Dijital Oyunlar* (s. 1-18). Ankara: Pegem Akademi.

Çiftçi, S. (2013). Eğitsel Dijital Oyunlarda Öğretmen ve Öğrenci Rollerini. M. A. Ocak içinde, *Eğitsel Dijital Oyunlar: Kuram, Tasarım ve Uygulama* (s. 105-116). Ankara: PegemA.

Dawkins, R. (2006). *The God Delusion*. Boston: Houghton Mifflin.

Dolu, O., Büker, H., & Uludağ, Ş. (2010). Şiddet içerikli video oyunlarının çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri: saldırganlık, şiddet ve suça dair bir değerlendirme. *Adli Bilimler Dergisi*, 54-75.

Donnerstein, E., Slaby, R. G., & Eron, L. D. (1994). The mass media and youth aggression. D. Eron, J. H. Gentry, & P. Schlegel içinde, *Reason to Hope: A Psychosocial Perspective on Violence And Youth* (s. 219-250). Washington, DC: American Psychological Association.

Egenfeldt-Nielsen, S. (2008). *Making sweet music: The Educational Use of Computer Games*. 11 30, 2014 tarihinde www.egenfeldt.eu: http://www.egenfeldt.eu/papers/sweet_music.pdf adresinden alındı

Ferdig, R. (2014). Developing a Framework for Understanding the Relationship Between Religion and Videogames. *Heilderberg Journal of Religions on the Internet*, 68-85.

Gartner, R. (2014). *Gartner Says Worldwide Video Game Market to Total \$93 Billion in 2013*. 12 9, 2014 tarihinde Gartner: <http://www.gartner.com/newsroom/id/2614915> adresinden alındı

Ge, D. X., Ifenthaler, D., & Law, V. (2011). Dynamic Modeling as a Cognitive Regulation Scaffold for Developing Complex Problem-Solving Skills an Educational Massively Multiplayer Online Game Environment. *Journal of Educational Computing Research*, 265-286.

Gee, J. (2011). *What Video Games Have to Tell Us about Learning and Literacy*. New York: Palgrave.

Gelibolu, M. F. (2013). Eğitsel Dijital Oyunların Teknolojisi, Türleri, Sınıflandırılması, Derecelendirilmesi ve Eğitimde Kullanılabilir Potansiyeli. M. A. Ocak içinde, *Eğitsel Dijital Oyunlar* (s. 70-104). Ankara: Pegem Akademi.

Gentile, D. A., & Anderson, C. A. (2003). Violent video games: The newest media violence hazard. D. A. Gentile içinde, *Media Violence and Children: A Complete Guide For Parents and Professionals* (s. 131-152). Westport: Praeger.

Grieve, G., & Campbell, H. A. (2014). Studying Religion in Digital Gaming A Critical Review of an Emerging Field. *Heilderberg Journal of Religions on the Internet*, 51-67.

Grossman, D., & DeGaetano, G. (1999). *Stop teaching our kids to kill: A call to action against TV, movie and video game violence*. New York: Crown Publishers.

Güllük, İ. (2010). *İslam Hukuku Açısından Sinema ve Problemleri*. İstanbul: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Gürçan, A., Özhan, S., & Uslu, R. (2008). *Dijital Oyunlar ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri*. Ankara: Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.

Harris, J. (2001). The effects of computer games on young children: A Review of the research. *Journal of Amer Academy of Child Adolescent*, 22.

Hayse, M. (2010). Toward a theological understanding of the religious significance of videogames. *Opportunities and challenges of technology in ministry*, 68.

Hayse, M. (2011). *RELIGIOUS ARCHITECTURE IN VIDEO GAMES: A CURRICULAR PROPOSAL FOR RELIGIOUS EDUCATION*. Denver: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Hayse, M. (2012). *Saving the World One Game at a Time? Justice, Digital Play, and Games for Change*. 11 26, 2014 tarihinde <http://www.religiouseducation.net>: <http://www.religiouseducation.net/rea2012/files/2012/10/RIG4.3-Hayse.pdf> adresinden alındı

Heidbrink, S., Knoll, T., & Wysocki, J. (2014). Theorizing Religion in Digital Games. *Online Heidelberg Journal for Religions*, 5-50.

Hemminger, E. (2014). Game Cultures as Sub-Creations Case Studies on Religion & Digital Play. *Heidelberg Journal of Religions on Internet*, 108-133.

Horzum, M. B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 56-68.

Jenkins, H. (2004). Game Design as Narrative Architecture. N. Wardrip-Fruin, & P. Harrigan içinde, *First Person: New Media as Story, Performance, and Game* (s. 118-130). Cambridge: MIT Press.

Kerr, A. (2006). *The business and culture of digital games: Game-work and gameplay*. London: SAGE Publications.

King, G., & Krzywinska, T. (2002). *ScreenPlay: Cinema/video games/interfaces*. London: Wallflower Press.

Korkusuz, M. E., & Karamete, A. (2013). Educational Games Development Models. *EFMED*, 78-109.

Krzywinska, T. (2008). World Creation and Lore: World of Warcraft as Rich Text. H. G. Corneliussen, & W. Rettberg içinde, *Digital Culture, Play, and Identity. A World of Warcraft Reader* (s. 123-141). London: The MIT Press.

Kula, A., & Erdem, M. (2005). The Effect of Educational Computer Games in Development of Basic Arithmetical Operation Skills. *HUJ Edu*, 127-136.

Küllük, E. (2013, 5 7). *Şiddetin Dijital Dönüşümü*. 11 25, 2014 tarihinde Popüler Psikoloji: <http://populerpsikoloji.com/article-detail/id/33> adresinden alındı

Luft, S. (2014). Hardcore Christian Gamers: How Religion Shapes Evangelical Play. H. Campbell, & G. Gregory içinde, *Playing with Religion in Digital Game*. Bloomington: Indiana University Press.

Merriam Webster. (2014). 11 11, 2014 tarihinde <http://www.merriam-webster.com/dictionary/religion> adresinden alındı

Now, C. (2001). *Fair Play? Violence, Gender and Race*. 11 23, 2014 tarihinde Children Now: http://www.childrennow.org/uploads/documents/fair_play_2001.pdf adresinden alındı

Nudell, H., Brunner, C., & Pasnik, S. (2007, 12). *Playing 4 keeps: evaluation report- year*. 11 10, 2014 tarihinde EDC Center for Children and Technology: http://olpglobalkids.org/pdfs/P4K_Year_2-Report.pdf adresinden alındı

Ocak, M. A. (2013). Eğitsel Dijital Oyunların Eğitimde Kullanımı. M. A. Ocak içinde, *Eğitsel Dijital Oyunlar: Kuram, Tasarım ve Uygulama* (s. 49-67). Ankara: PegemA.

Prensky, M. (2001). *Digital Game-Based Learning*. St. Paul: McGraw-Hill.

Raczkowski, F. (2012). And What Do You Play?: A Few Considerations Concerning a Genre. J. Fromme, & A. Unger içinde, *Computer Games and New Media Cultures: A* (s. 61-74). Berlin: Springer.

Riley, D. (2008). Kasım 2, 2014 tarihinde NPD: http://www.npd.com/press/releases/press_080131b.html adresinden alındı

Robertson, A. (2013, 7 29). *Geek Sermon: Join the Church of the Gamer*. 11 11, 2014 tarihinde <http://www.youtube.com/watch?v=UX8J5ORkcUo&list=PL93039943675473CD> adresinden alındı

Ryan, M.-L. (2006). *Avatars of Story*. London: University of Minnesota Press.

Scholtz, C. P. (2004). Religious Education and The Challenge of Computer Games Research Perspective on a New Issue. R. Larsson, & C. Gustavson içinde, *Towards a European Perspective on Religious Education* (s. 256-267). Stockholm: Artos & Norma.

Scholtz, C. P. (2005). Fascinating technology: computer games as an issue for religious education. *British Journal of Religious Education*, 173-184.

Schulzke, M. (2009). Moral Decision Making in Fallout. *Game Studies*, <http://gamestudies.org/0902/articles/schulzke>.

Sisler, V. (2009). Video Games, Video Clips, and Islam: New Media and the Communication of Values. J. Pink içinde, *Muslim Societies in the Age of Mass Consumption* (s. 231-258). Newcastle: Cambridge Scholars Publishing. 11 26, 2014 tarihinde <http://www.digitalislam.eu>: <http://www.digitalislam.eu/article.do?articleId=2550> adresinden alındı

Sisler, V. (2014). From Kuma\War to Quraish: Representation of Islam in Arab and American Video Games. H. A. Campbell, & G. Grieve içinde, *Playing with Religion in Digital Games* (s. 109-133). Bloo-

mington: Indiana University Press.

Swearingen, D. (2011). *Effect of digital game based learning on ninth grade students' mathematics achievement*. Oklahoma City: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Taylor, E. (2007). Dating-simulation games: Leisure and gaming of Japanese youth culture. *Southeast Review of Asian Studies*, 192-208.

TDK. (tarih yok). Kasım 2, 2014 tarihinde TDK Web Sitesi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54563320851112.64300345 adresinden alındı

TDK. (2014). *Din*. 11 11, 2014 tarihinde TDK: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5461ffc6b892c5.37896823 adresinden alındı

Testa, A. (2014). Religion(s) in Videogames Historical and Anthropological Observations. *Heilderberg Journal of Religions on Internet*, 249-278.

Thames, R. C. (2014). Religion as Resource in Digital Games. *Heilderberg Journal of Religions on Internet*, 183-196.

Tüzün, H. (2006). Eğitsel Bilgisayar Oyunları ve Bir Örnek: Quest Atlantis. *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 220-229.

Uzun, K., & Aydın, H. (2012). Kullanıcı Profiline ve Bireylerarası İlişkilerin Gerçek Yaşamla Karşılaştırılması: Second Life Örneği. *ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ İİBF DERGİSİ*, 263-290.

Wagner, R. (2012). First-Person Shooter Religion: Algorithmic Culture and Inter-Religious Encounter. *Cross Currents*, 181-203.

Wan, C., & Chiou, W. (2006). Why Are Adolescents Addicted to Online Gaming? An Interview Study in Taiwan. *Cyberpsychology And Behaviour*, 762-766.

Wiemker, M., & Wysocki, J. (2014). An Introduction to Religion and God in Digital Games. *Heilderberg Journal of Religions on Internet*, 197-223.

Wink, W. (1992). *Engaging the powers: Discernment and resistance in a world of domination*. Minneapolis: Fortress.

Yorulmaz, B. (2010). *Sinema ve Din Eğitimi*. İstanbul: M.Ü. İlahiyat Fakültesi Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Zoerhof, J. (2013). *5 Reasons Why You Should NOT Play Grand Theft Auto Five*. 11 10, 2014 tarihinde <http://www.ridgepoint.org/5-reasons-why-you-should-not-play-grand-theft-auto-five/> adresinden alındı

Modern Görsel Kültür Bağlamında Medyatik Din Olgusu

Metin Eken

Giriş

Görsel kültür çalışmaları, özellikle içinde bulunduğumuz yüzyılın son çeyreğinde, sanat araştırmaları, medya çalışmaları, sosyoloji, kültürel çalışmalar, sinema araştırmaları gibi alanlarda sıklıkla kendisine müracaat edilen bir sorgulama alanı olarak belirgin bir konum kazanmıştır. Bu süreçte, “Görsel Kültür Çalışmaları” adıyla kitaplar basılmış, muhtelif akademik yayınlarla birlikte, aynı başlığı taşıyan pek çok akademik toplantı tertip edilmiştir. Alandaki bu hareketliliğin en önemli sebeplerinden biri ise, hiç şüphesiz, son elli yıllık süreçte, sosyal teorinin görme, görsellik ve görülebilir olana yönelik artan ilgisidir.⁹⁰ Ancak, Görsel kültüre yönelen bu disiplinler arası ilgi pek çok tartışmayı da beraberinde getirmiştir; görsel ve kültürel olanın mahiyeti, her iki kavramın bir araya gelmesiyle bir-

⁹⁰ İlk defa ‘Görsel Kültür’ kavramını kullananlardan ziyade beşeri bilimlerde görsel kültürün ortaya çıkmasına zemin hazırlayan pek çok düşünürden bahsedilebilir. Aby Warburg, Erwin Panofsky, Sigfried Kracauer, Walter Benjamin, Andre Malraux, Roland Barthes, Raymond Williams, John Berger, Gerhard Richter bu öncülerin birkaçıdır. Bunlar, görsel kültür çalışmalarının interdisipliner doğasına uygun bir biçimde pek çok metodolojik teknik ortaya koymuşlardır (Smith, 2006, s.5). Bu isimlerle birlikte alanın gelişmesine katkıda bulunan pek çok isimden bahsedilebilir.

likte oluşan yeni kavramın muhtevası, bu yeni kavramsallaştırmanın geçerliliği gibi meseleler bu tartışmalardan yalnızca birkaçıdır.

Bu çalışmada ise, öncelikle görsel kültür kavramı Barnard'ın yaklaşımından hareketle tartışılacak, görsel kültür ve görsel kültür çalışmaları şeklinde ayrımlanan görselin toplumsal kuramına değinilecek ve bu doğrultuda, alandaki önemli düşünürlerin saptamalarından hareketle modern medyatik görselliğin doğasına yönelik mülahazalarda bulunulacaktır. Hemen ardından medya ve din ilişkisi bağlamında medyatik din olgusu medyatikleşme (mediatization) tezi doğrultusunda ele alınacak ve modern görsel kültürün doğasına yönelik saptamaların medyatik din olgusunun anlaşılmasına yönelik önemli kavrayış imkânları sunacağı fikri irdelenecektir. Bu irdellemenin sonucunda ise, her ne kadar tüm toplumsal kurumlar üzerinde geniş kapsamlı ve dönüştürücü bir etkiye sahip olsa da, modern görsel kültürün mutlak bir özne ve bağımsız bir değişken olarak konumlandırılmayacağı din olgusu ve dinsel hareketlerin hali hazırdaki durumu özelinde ifade edilecektir.

Görselin Toplumsal Kuramı;

Görsel Kültür ve Görsel Kültür Çalışmaları

“Görsel Kültür”, her biri başlı başına kavranması çok da kolay olmayan iki kavramın bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Barnard'ı izleyerek, öncelikle bu iki kavramın (kültürel ve görsel) kısa bir biçimde ele alınması ve hemen ardından “görsel kültürün” bir kelime grubu olarak bizlere sunduğu kavramsal çerçevenin sorgulanması işlevsel olabilir. Ancak bu çalışmada, Barnard'ın aksine⁹¹ öncelikle kül-

⁹¹ Barnard “Sanat Tasarım ve Görsel Kültür” adlı eserinde öncelikle görsel olanı ele

türel olana ve hemen ardından kültürü okuma biçimimizle doğru-
dan ilişkili bir görsel tanımına ulaşmak amaçlanmaktadır.

Sosyal bilimlerde, kültürün incelendiği söylemlere bakıldığında pozitivist paradigmanın sunduğu iki parçalı evren tasavvuruna denk gelen ve kültürü maddi ve manevi olmak üzere ikiye ayıran bakış açısının etkileri görülebilir. Bu durum, konuyu farklı paradigmalardan⁹² ele alan pek çok düşünürün zihinsel işleyişinin de çerçevesini çizmektedir (Dikeçligil, 2007, s. 137). Barnard'ın kültüre yaklaşımı da bu tasavvurun gömülü olduğu bir arka plana yaslanır. Barnard, kültürel in önceden var olan açıklamasının basitçe alınıp görsel kültür değerlendirmesinde kullanılmasını uygun görmez ve görsel kültürün, Raymond Williams'ın toplumun 'gösterge sistemi' olarak adlandırdığı şeyin incelenmesi olduğu görüşünü ele alır. Bu önerme ise, gösterge sisteminin, içlerinde bir sosyal yapının görsel olarak üretildiği ve yeniden üretildiği, ispatlandığı kurumlar, nesneler, eylemler, değerler ve inançlar olduğu şeklinde uyarlanmıştır (Barnard, 2002, s. 35).

almış, ardından kültürel olana yoğunlaşarak bir görsel kültür tanımına ulaşmıştır. Bu çalışmada ise, öncelikle kültürel olanın neliğine yönelik mülahazalarda bulunmak ve bu çerçevede bir görsel tanımına ulaşmak amaçlanmaktadır.

⁹² Bu iki parçalı çerçeve, kültür konusu ile ilgili her bilgi birikimin veya malumat yığınının altında, net veya silik biçimde, hep vardır. Zihnin bu konudaki işleyişinin sınırlarını çizer. Akademik düşünce tarzında, politik tartışma sahnesinde, ideolojik zeminde veya entelektüel etkileşimde olsun, bu iki parçalı kültür kavrayışı değişmez. Bu geleneksel iki parçalı analizde, değişen sadece parçalara yapılan vurgudur. Az veya çok sağ ideoloji içeren söylemlerde vurgu, manevi kültür kavramı üzerinde olur; sol ideolojik konumlarda ise "manevi" sıfatı kaldırılarak sadece kültür kavramı kullanılır veya mecbur kalınırsa "maddi olmayan" kültür şeklinde ifade edilir (Dikeçligil, 2007, s.137).

Ancak kültüre bu şekilde bir yaklaşım, kültürün maddi boyutunu incelemesi sebebiyle ideolojik söyleme yaslanan bir vurgu sorununu da beraberinde getirmektedir. Bu noktada, kültürü ele alırken anlamacı yaklaşımın üç boyutlu (bilişsel, normatif ve maddi boyutlar) kültür tezine odaklanmak bu ideolojik vurgu sorununu aşmaya imkân vermesi ve görsel kültürün maddi ürünlerini ortaya çıkaran bilişsel ve normatif boyutları ortaya çıkarması bakımından işlevsel olabilir. Çünkü kültürün “maddi boyutunda” yer alan nesneler, “kognitif boyutta” içselleştirilmiş olan anlam kodunun, yani amacın davranışlar olarak “normatif boyutta” şekillenmesini (dışsallaşmasını) diğer bir ifade ile hayat bulmasını sağlayan maddi araçlardır. Sorokin’in örneği ile dini bütün bir Hristiyan mevcut tahtalardan bir haç yaparken, bir kabile üyesi totem yapacaktır. Bu örneğe bir Müslümanın yaptığı rahleyi de ekleyebiliriz. Bu üçlü bağıntı bize kültürün ve sosyal-toplumsal hayatın neden bir semboller dünyası olduğunu da anlamamıza yardım eder. İkili analizde ise sembollerin anlamı ve işlevi diye bir konu zaten yoktur (Dikeçliğıil, 2007, s. 142).

Barnard ayrıca, tek boyutlu seçkin kültür, erkek egemen kitle kültürü, çok boyutlu popüler kültür gibi yaklaşımlardan hareketle, kültürel olana ait her kavramsallaştırmanın tarafı ve kısmi olacağına değinmiş, ancak bu tanımların sürekli farklı kültürel gruplar tarafından tartışıldığı gerçeğinden hareketle, sürekli olarak görsel kültür tarafından incelenmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Ona göre, eğer farklı sosyal ve kültürel grupların, kültürel olanın tanımına ait farklı fikirleri varsa, o halde ‘görsel kültür’ bir disiplin olarak o farklılıkları kendi tanımının bir parçası olarak kullanmalıdır (Barnard, 2002, s. 10).

Görsel olana bakıldığında ise, Barnard (2002, s. 26-28), görseli

öncelikle “görülebilir her şey” tanımlamasından hareketle tartışmış ve böyle bir tanımlamanın yetersiz olacağını vurgulamıştır. Bu tanımla ilgili sorun doğanın her ne kadar görünür olsa dahi kültürel olmayan şey olmasıdır. Böylelikle bir diğer aşamaya geçen yazar, görseli “insan tarafından üretilen ya da ortaya konulan görülebilir her şey” tanımı üzerinden tartışmış ve böyle bir tanımlamanın yeterli olabilmesi için insan tarafından ortaya konulan görülebilir ürünlerin aynı zamanda işlevsel ve iletişimsel bir niyet taşıması gerektiğini vurgulamıştır. Bununla birlikte, bu tanıma estetik amacı da eklemiş ve son olarak görsel hakkında genel çerçeveyi çizen yeni bir tanıma ulaşmıştır. Buna göre, görsel kültürdeki “görsel olan”, insanlar tarafından üretilmiş, yorumlanmış veya meydana getirilmiş, işlevsel, iletişimsel ve estetik bir amacı olan her şey şeklinde ifade edilmiştir. Bu şekilde bir tanımlama görsel kültürü; sanat, tasarım, medyatik ürünler silsilesi, mimari vb. gibi pek çok unsurun kavşak noktasına konumlandırması bakımından kuşatıcıdır.

Kültürel ve görsel olanın bu şekilde ele alınmasının ardından daha sağlıklı bir görsel kültür tanımına ulaşılabilir. Bu doğrultuda görsel kültür geniş anlamda, bir kültürün çeşitli yollarla görünür kılınması olarak tanımlanabilir. Ancak tanımlamanın netleştirilmesi için görsel kültür ile görsel kültür çalışmaları şeklinde bir ayrıştırılmaya gitmek faydalı olacaktır. Mitchell' e göre (2002, s. 166), “görsel kültür”, bir çalışma nesnesi ya da hedefine işaret ederken, “görsel kültür çalışmaları” bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkar. Bu doğrultuda, görsel kültür en genel anlamıyla, insanları öznel, yorumlayıcı pratiklere çağırarak her türden görsel malzemenin üretimi, dolaşımı ve bu malzemelerle bağlantılı görme ve var olma pratiklerine işaret etmektedir. Görsel kültür çalışmaları da, neyin görünür olduğu,

kimin neyi gördüğü, bilme ve iktidarın birbiriyle bağlantısı gibi sorular üzerine odaklanarak görselin toplumsal kuramına yönelir (Dursun, 2012, s.167; Hooper & Greenhill, 2000, s.14).

Görsel kültürün yukarıdaki tanımından hareketle, ilk zamanlardan itibaren, insanların dini inançlarından, yaşayışlarından, hayattarızlarından, eylemlerinden, genel anlamıyla bir topluma ait tüm kültürel öğelerden etkilenen ve bu öğeleri aynı derecede etkileyen görsel kültürden bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla görsel kültürün toplumdan topluma, dönemden döneme önemli farklılıklar arz edebileceği söylenebilir. Basit bir ifadeyle, insanlığın ilk dönemlerinde mağara duvarlarında yer alan ve pratik (işlevsel) bir amaca yönelik olarak görselde içselleşen iletişim niyetiyle, post modern dönemler olarak adlandırılan günümüzde görselde içselleşen iletişim niyetleri açık bir biçimde farklılaşmıştır. Bu farklılık görselin üretim, dağıtım ve alımlama biçimlerinde netlikle görülebilir. Bu noktada sorgulanması gereken modern görsel kültürün mahiyeti ve onun farklı görme biçimlerinin sınırlarını aşındıran karşı konulamaz doğasıdır.

Değişen Düşünsel Bağlam İçerisinde Görsel Kültür

Günümüz toplumsal iletişim ve iletişim tarihi çalışmalarının en merkezi ve karşıt görüşlerinin geliştiği konuların başında sözlü, yazılı ve görsel kültürler arasındaki ayrım gelmektedir.⁹³ Genel olarak bu üç kültürün ve buna dayalı toplumların tarihsel gelişimi konu-

⁹³ Literatürde bu ve benzeri ayrımlara dayanan pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu ayrıma dayanan çalışmalar için bkz: Baldini M. (2006); Zıllıoğlu, M. (1993); Ong, Walter, J. (1995)

sunda iki görüş vardır. İlk görüş uygarlık tarihinde önce sözlü kültürün, daha sonra yazılı ve ardından görsel kültürün hâkim olduğunu söyler. İkinci görüş ise, yazılı kültürün sözlü kültürün yerini almadığını, görsel kültüre geçişle de yazılı kültürün sona ermediğini belirterek, sonradan gelişenlerin öncekileri dönüştürücü ve düzenleyici etkilerine dikkat çeker (Dursun, 2012, s. 157). Bu ayrım, toplumsal iletişimin tarihsel sürecini tasnif etme hususunda işlevsel olduğu kadar bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Öncelikle bu ayrımların sınırının nerede başlayıp nerede bittiği ya da bu sınırların niteliği tartışma konusu edilmelidir. Görsel kültürün, bir kültürün çeşitli şekillerde görünür kılınması şeklindeki tanımından hareketle, insanlığın ilk dönemlerinden itibaren görsel kültürün varlığından söz edilebilir. Ancak bu ayrımın her bir aşaması her dönemde baskın olan kültürel biçimleri ifade etmektedir. Bu doğrultuda görsel kültür aşaması da, modern kültürün görme, görsellik ve görüntüyü, geçmişin görme biçimlerini önemli ölçüde izafileştiren yeni ele alış biçimine vurgu yapması bakımından önemlidir.

İmajların, özellikle batı toplumlarında bu şekilde sorgulanamaz bir hale gelmesi hiç şüphesiz Batı düşüncesinin antik kökenlerinden başlanarak ele alınması gereken bir olgudur. Bununla birlikte, özellikle modern düşüncenin oluşmasıyla birlikte bakışa atfedilen merkezi konum kendisini daha ciddi bir biçimde göstermeye başlamıştır. Barnard (2002, s.16), modern batı toplumlarının gündelik düşünme alışkanlıklarının ve pek de incelenmeyen günlük davranışlarının altında yatan batı felsefesi ve dini geleneklerinin, hayatın anlamı gibi konuları tanımlamak ve anlatmak için neredeyse tamamen görsel metaforlara ve alegorilere dayandığını vurgular. Örneğin batı kültürlerinin insan bilgisini, iyiyi ve kötüyü anlamak

için kullandıkları yöntemler büyük oranda görsel söz sanatlarına bağlıdır. Felsefe, önemli meselelerin karmaşık yönlerini anlatmak için başvurulan aydınlık, karanlık, görüntü, körlük, yansımalar, gölgeler, aynalar gibi pek çok görsel anlatımla doludur. Batı dini ve felsefesi, görsel metaforlar olmadan, bu konularla ilgili yeterli tanımlar ileri sürmeye yetmeyecek kadar bunlara bağımlıdır. Örneğin 'ışık' Hristiyanlıkta sıkça, yaratıcıyı iyiliği ve bilgisi açısından tanımlamak için kullanılmaktadır. Aydınlanmadan ise karanlıkta kalmanın zıddı olarak bahsedilir. Bu düşünceye göre 'Işık' akıllı tarif etmekte de kullanıldığı gibi, insanın görmesi için de gereklidir.

Batı düşüncesinin 'bakış' merkezli yapısının izlerini sürerken, orta çağın sonlarıyla birlikte özellikle sanat alanında meydana gelen perspektifçilik düşüncesinin önemli etkilerine değinmek yerinde olacaktır. Perspektif, tek bir bakış noktasından görülen iki boyutlu nesneleri, resim düzlemine üç boyutlu bir biçimde aktarım amacı güden matematiksel bir yöntemdir. Özellikle, Rönesans sanatında etkisini ciddi bir biçimde hissettiren perspektif yaklaşımı, Kartezyen devrim olarak adlandırılan ve Descartes ile somutlaşan modern düşünsel süreçle birlikte önemli bir ivme kazanmıştır. Dursun'un (2012 s.168) anlatımıyla, Descartes'in ortaya koyduğu Kartezyen özne, kendi zihinsel ve fiziki deneyimleri temelinde, dünyayı düşünen ben ile kavrayan öznedir. Düşünen ben düşünebilmek için dünyayı görmelidir. Kartezyen perspektifçilikte, gören şey göz değil zihindir, akıldır. Adeta bedensizleştirilmiş olan göz, yansız ve hâkim bir seyirci gibi maddi dünyayı tarar, seyrederek. Bedensiz göz anlayışı, temel bilimlerin, özelliklede pozitivist bilim anlayışının paylaştığı bir düşünce olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Florenski (2011), “Tersten Perspektif⁹⁴” adlı eserinde, perspektif düşüncesini tarihsel süreç içerisinde cesurca sorgulamakta ve bu anlayışın göz merkezli bir iktidar düşüncesiyle somutlaştığını vurgulamaktadır. Buna göre perspektifçilik düşüncesiyle merkezileşen göz tanrısallaşmakta ve böylelikle bir iktidar konumuna yükselmektedir. Bu kitaba yazdığı giriş bölümünde Sayın (2011, s. 9-14), Florenski'nin düşüncelerini aşağıdaki satırlarda ustaca özetler; Florenski'ye göre orta çağın bitiminden bu yana egemen olan anlayış, gözü dünyanın efendisi konumuna getiren ve ona dünyanın ve bu dünyanın ardında yatan görünmezliğin temsilini bahşeden görü-

⁹⁴ Florenski'ye göre, perspektifçilik, arısanatı önemli ölçüde bozan ve onu hak ettiği değerden uzaklaştıran bir düşüncedir. Buna göre, perspektifçilik düşüncesi kabul edildiği andan itibaren, reel dünyanın bir Öklid uzayı olduğunun da kabul edilmesi gerekir. Öte yandan sanatçı-perspektivist içinde noktaların Öklid tarafından mutlak olarak eşit düzeyde konumlandırıldığı sonsuz uzayda olağandışı, biricik ve özel bir değer yüklenmiş bir noktanın var olduğunu düşünür. Bu, mutlak bir noktadır ve tek seçkin özelliği, sanatçının durduğu yeri, yani sağ gözünün optik merkezini belirlemekte olmasıdır. Gerçekten de sanatçı, yaşamı kendi durma noktasından seyretmektedir. Ancak mutlak olarak ilan edilen bu nokta, gerçekte mekânın diğer tüm noktalarından farklı değildir. Üçüncü olarak kendi durma noktasında konumlanmış olan bu hükümler ve yasa koyucu, kendini tek gözlü bir dev olarak ortaya koyar, çünkü birincisiyle rekabet edebilecek ikinci bir göz, bütünlüğü ve durma noktasının mutlaklığını bozacaktır. Dördüncü olarak, yukarıda sözü edilen yasa koyucunun tahtına sonsuza dek sabitlenmiş olduğu düşünülür. Mutlak olarak konumlandığı yerden ayrılacak veya sadece hareket edecek bile olsa, perspektifle oluşturulan tüm bütünlük bozulacaktır. Beşinci olarak bu bakışa göre, tüm dünya tamamen hareketsiz ve bütünüyle değişmez olarak tasarlanmıştır. Ve son olarak, tüm psiko-fizyolojik görme süreçleri görmezden gelinir. Göz hareketsiz bakmaktadır ve duygudan yoksundur. Bu durumda perspektif, gerçekliğe sadece yaklaşabilen bir yeniden aktarım olmaktan öteye gidemeyecektir. (Florenski, s. 126-130)

tür. Bu, gözü bedenden, retinayı dokunmadan ayıran bir dünya algısıdır. On dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde ise, sanayide yeni tekniklerin, siyasal iktidar alanında yeni biçimlerin gelişmesiyle birlikte, yeni gösterge türlerinin de ortaya çıktığı görülür. Bu yeni göstergeler, sınırsız seriler halinde üretilen ve birbirinin tıpatıp aynısı olması beklenen nesnelerdir. Bu yeni seri halinde üretilen nesneler alanında sosyal ve kültürel etki açısından en önemlileri ise imge üretimini sanayileştiren bir dizi tekniktir. (Crary, 2010, s. 25). Yüzyılımızın son yarısına damgasını vuran bu teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin ortaya çıkarmış olduğu görseli önceleyen yeni iletişim mecraları yeni bir kültürel sürece işaret etmektedir. W.J.T. Mitchell (1994, s. 11), bu süreci 'resimsel dönemeç' (pictorial turn) kavramıyla açıklar. Richard Rorty'nin, felsefe tarihini, yeni problemler meydana getiren çeşitli dönemeçlerin tarihi olarak ifade etmesi ve son evrenin dilbilimsel bir dönemeç olduğunu vurgulamasından hareketle artık yeni bir döneme girildiğini belirten Mitchell, çağdaş teorideki son eğilimin 'resimsel dönemeç' olarak adlandırılmasını uygun görmüştür. Bu bağlamda, içerisinde yaşadığımız çağı insan deneyimlerinin her zamankinden daha fazla görselleştiği bir 'görsel çağ' olarak tanımlamak mümkündür. Bu doğrultuda, Mirzoeff (1999), görsel kültürün artık günlük yaşamımızın sadece bir parçası değil, günlük yaşamımızın bizzat kendisi olduğunu ifade etmiştir.

Hemen her yerde etkilerine maruz kaldığımız unsurlarıyla modern görsel kültür her ne kadar basit ve kavranabilir gözükse de, onun ele avuca sığmaz doğası, pek çok düşünürü meselenin farklı yönlerini ele alan çeşitli açıklamalar yapmaya itmiştir. Bu doğrultuda, modern görsel kültürün doğası ve özelliklerine değinmek, bu düşünürlerin kimi zaman paralel bir doğrultuda seyreden kimi zaman

ise önemli ölçüde farklılaşan analiz ve açıklamalarını göz önünde bulundurmaya gerektirir. Bu bağlamda, modern görsel kültürün doğası ve özellikleri maddeler halinde aşağıdaki şekilde ifade edilebilir⁹⁵;

1. Modern görsel kültür “göz merkezcidir (ocularcentric)”: Martin Jay (1993) tarafından kullanılan ve günümüz batı düşüncesi ve yaşam tarzlarında görselin merkezi konumunu açıklayan 'ocularcentrism (göz merkezcilik)' kavramı, batı kültürünün 'görmeye' odaklanan yapısına yönelik önemli bir analiz olarak karşımıza çıkar. Jay' göre, batı epistemolojisi, Platondan modern felsefe ve bilim kadar 'görmeye' ayrıcalıklı bir konum biçmiştir.

2. Modern görsel kültür “gösteri/m” kültürüdür: Modern kültür teorilerini önemli ölçüde etkileyen tezlerden bir tanesi, hiç şüphesiz Situasyonist Enternasyonal'in kurucusu ve en önemli temsilcisi Guy Debord'un “Gösteri Toplumu” kavramsallaştırmasıdır. Buna göre, modern üretim koşullarının hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı “gösterilerin” uçsuz bucaksız birikimidir. Modern dünya da gösteri, kendini hem bizzat toplum hem de toplumun bir parçası olarak hem de bir birleştirme aracı olarak sunar. Gösteri, toplumun bir parçası olarak özellikle bütün bakış ve bilinçleri bir araya getiren bir sektördür (Debord, 2012, s. 35). Gerek propaganda gerekse de reklam ya da doğrudan eğlence tüketimi biçiminde olsun bütün özel biçimleriyle gösteri, toplumsal olarak hâkim olan yaşa-

⁹⁵ Modern görsel kültürün doğası ve özelliklerini betimlemede farklı değişkenlere göre şekillenebilecek pek çok madde sıralamak mümkündür. Ancak, genel bir betimleme sunacağı öngörüsüyle, alandaki önemli beş düşünürün modern kültürün doğasına yönelik temel analizleri maddeler halinde sıralanmıştır.

mın mevcut modelini oluşturmaktadır (Debord, 2012, s.36).

3. Modern görsel kültür “gözetim” kültürüdür: Modern görsel kültürün gözetimci doğası, modern düşüncenin görme ve kontrol arasında kurduğu bağlantının şifrelerini sunan panopticonda somutlaşır. Toplumun bir seyir (gösteri) toplumu değil, bir yakından izle(n)me (gözetim) toplumu olduğunu söyleyerek Debord'dan ayrılan (Barnard, 2002, s. 13) Foucault'un ifadesiyle (Foucault, 2012, s. 86) *Panopticonda, önden ışıklandırma suretiyle, karanlıkta kalan kuleden çevre hücrelerdeki esirlerin küçük silüetleri görülebilir. Kıscası zindan kuralı tersine çevrilir.* Bilindiği üzere zindanın en önemli özelliği karanlık olmasıdır. Ancak, bir gözetleyici tarafından her an kontrol edilmeye müsait bir uzam oluşturan aydınlık, karanlıktan daha ısırmacı bir mahiyet kazanır. Görülmenin, ancak aynı zamanda görememenin verdiği garip duygu, bireyleri iktidarın buyruklarını yerine getirmeye zorlar. Böylelikle, bakan özne tarafından kontrol edilen bir rıza sistemi meydana gelir. Bununla birlikte, gözetleyen bir bakış ve bu bakışı üzerinde hisseden herkes, bakışı öyle içselleştirir ki, sonunda kendini gözleme noktasına varır. Böylece herkes, kendi üzerinde ve kendisine karşı bu gözetlemeyi sürdürecektir (Foucault, 2012, s. 95).

4. Modern görsel kültür “simülasyon” kültürüdür: Baudrillard'a gelindiğinde ise (2010, s.50-53), artık “panoptik bir gözetleme siteminden” ya da bir “gösteriden” bahsetmek mümkün değildir. Çünkü bakan ile bakılan arasında kurulan karşıtlık tersyüz edilmiştir. Bir Amerikan televizyon kanalının 1971 yılında, bir ailenin hayatını kesintisiz bir şekilde, el değmemiş bir hikâye olarak sunan programından hareketle Baudrillard, artık ailenin televizyona değil, televizyonun ailenin nasıl yaşadığına baktığını ifade etmiştir. Bu ise,

aktif ile pasifin yok edildiği bir caydırma sistemine geçildiğini gösterir.

5. Modern görsel kültür “söylenler (mitler)” üretir: Modern görsel kültürün doğası ve işleyişine yönelik önemli açıklamalardan bir diğeri de, Roland Barthes'ın “Çağdaş Söylenler” de (2011), kurguladığı “söylen” (mit) kavramsallaştırmasıdır. Adı geçen kitabında Barthes, bir araya topladığı kısa basın yazıları, ünlü otomobil markaları, üçüncü sayfa haberleri ve sanat dünyasının tanınmış simalarının imgelerinin ardına gizlenmiş değerlerin bir tür şifre çözümüne yönelir. Barthes'ta Çağdaş dünyanın mitolojileri, anlık, geçici, yapay, yüzeysel, çabucak kavranabilen, seyirlik ve genellikle görsel hazza seslenen kentsel gündelik hikâyelerdir (Köse, 2010, s. 324-325). Bu hikâyelerin işlevi ise, ideolojiyi seyirlik nesneler aracılığıyla geniş halk kitlelerine yayarak ideolojik amacı meşrulaştırmasıdır.

Medyatik Din ya da Dinin Medyatikleşmesi

Latince araç, ortam, aracı (medium) gibi anlamlara gelen, günümüzde ise kitle iletişim araçlarının tümünü ifade eden genel bir kavramsallaştırma olarak medya ve ilk zamanlardan itibaren bütün toplumlarda rastlanan yaygın bir unsur olarak din, başlangıçta her ne kadar birbirinden farklı iki olgu olarak görünse de, günümüzde medya ve dinin birbirinden ayrıştırılması mümkün olmayan sembiyoz bir ilişki içerisinde olduğu söylenebilir. Özellikle, 1900'lü yılların başından itibaren kitle iletişim araçlarının artan etkinliği sonucunda dini pratiklerin önemli ölçüde dolayımlanması, medya ve dinin doğası ve ilişkiselliğine yönelik yeni soruları ve bu sorular bağlamında artan akademik ilgiyi de beraberinde getirmiştir.

Bu bağlamda, önceleri seküler ve kutsal şeklinde sabit katego-

riler olarak değerlendirilen medya ve din olguları, klasik sekülerleşme teorilerinde de belirtildiği üzere yavaş yavaş gözden kaybolacağına inanılan dinin, medyatik dolayımınma süreçleri ile birlikte farklı formlarda yeni ilişki biçimleri kurarak etkinliğini devam ettirmesiyle birlikte yeni değerlendirmelere tabi tutulmuştur (Mahan, 2012, s. 22). Son dönemlerde öne çıkan bu araştırma eğilimlerini üç başlık altında ifade etmek mümkündür (Stout & Buddenbaum, 2008)⁹⁶; 1. Dolayımlanmış (mediated) dinin yaygınlaşması⁹⁷; Din günümüzde önemli ölçüde dolayımınmaktadır ve bunun örneklerine hemen hemen her yerde rastlamak mümkündür. Dini radyo ve televizyon kanalları, dergiler, dini filmler, internet tabanlı tebliğ platformları, dini kurumların verdiği reklamlar, çevrimiçi ibadetler vb. bu örneklerden yalnızca birkaçıdır. 2. Yorumlayıcı topluluklar (Interpretive Communities) olarak dini gruplar⁹⁸; Takipçiler (dini gruplar) dolayımlanmış dinin olmazsa olmazlarıdır. Son zamanlarda yapılan çalışmaların merkez sorularından bir tanesi de bu dini grupların nasıl geliştiğidir. Bu meseleyi açıklamaya yardımcı olacak önemli

⁹⁶ Bu eğilimler, 2002 yılında "The Journal of Media and Religion" ismiyle yayın hayatına başlayan ve alana önemli katkılar sunan derginin editörlerinden Stout ve Buddenbaum tarafından derginin yayın hayatının yedinci yılına girerken bir durum değerlendirmesi şeklinde sunulmuştur.

⁹⁷ Bu doğrultudaki bazı çalışmalar ve araştırma örnekleri için bkz: Campbell, 2004; Sturgill, 2004; Schippert, 2007; Armfield & Holbert, 2003; Petersen, 2006.

⁹⁸ Bu doğrultudaki bazı çalışmalar ve araştırma örnekleri için bkz: Palmer & Gallab, 2001; Schultze, 1996; Lindlof, 2006; Albanese, 1999, 1996.

altındaydı. Bunlardan ilki ve en eskisi 'medya etkisi' teorileridir. Diğeri ise, 'kullanımlar ve doyumlar' yaklaşımı olarak adlandırılan teoridir. Bunlardan ilki, medyanın insanlar üzerinde ne gibi etkisi olduğu ile ilgilenirken diğeri ise, insanların medyayı nasıl kullandıklarına odaklanmıştır. Ancak, her iki yaklaşımda da medya kültür ve toplumdan ayrı bir şey olarak konumlandırılmıştır. İlkinde medya, değişim ve dönüşümde bağımsız bir etken olarak değerlendirilirken, ikincisinde, sosyal aktörlerin medya kullanımında serbest olduğu fikrine dayanan iradeci bir bakış açısı vardır. Bunların tersine medyatikleşme teorisi, aktörler ve yapılar arasındaki etkileşime vurgu yapar (Hjarvard, 2011, s. 121).

Bu doğrultuda, Hjarvard'a göre¹⁰¹ (2011, s.124) medyatikleşme, dinin üç önemli özelliğini önemli ölçüde dönüştürmüştür. Bunlar;

- Medya pek çok dini meselenin önemli bilgi kaynaklarından biridir ve kitle iletişimi bazı dini tecrübelerin hem üreticisi hem de dağıtıcısı haline gelmiştir. İnteraktif medya ise, bireysel inançların ifadesi ve dolaşımı için bir platform sağlayıcısı konumundadır.
- Dini bilgi ve tecrübeler popüler medya türlerinin talepleri doğrultusunda şekillendirilmektedir. Var olan dini sembol-

¹⁰¹ Hjarvard, dinin medyatikleşmesi olgusunun tüm kültür ve toplumlarda etkili olan evrensel bir fenomen olduğu iddiasında değildir. Ve özellikle endüstrileşmiş modern batı toplumları için geçerli olduğunu iddia eder. Ancak iletişim teknolojilerinin küre sathında sınırları aşındıran doğası düşünüldüğünde, Hjarvard'ın medyatik dine yönelik analizlerinin pek çok batı dışı toplumda tümüyle olmasa da belli ölçülerde geçerli olduğu söylenebilir.

ler, pratikler ve inançlar, medya kurgusunun ham maddeleri olarak kullanılmaktadır.

Kültürel ve sosyal çevre olarak medya, kurumsallaşmış dinlerin pek çok kültürel ve sosyal fonksiyonunu üstlenmekte ve manevi ve ahlaki rehberliğin yanı sıra bir cemaat ve aidiyet duygusu sunmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Buraya kadar, öncelikle görsel kültür kavramı Barnard'ın görsel ve kültürel ayrı ayrı inceleyen yaklaşımından hareketle tartışılmış ve görsel kültür kavramsallaştırılması çalışma bağlamına uygun bir biçimde konumlandırılmıştır. Hemen ardından, görsel kültür ve görsel kültür çalışmaları, iki ayrı ifade biçimi olarak ayrıştırılmış ve görsel kültür çalışmaları, görselin toplumsal kuramına yönelen bir ifade olarak somutlaştırılmıştır. Bu doğrultuda modern medyatik görselliğin doğasına yönelik betimlemeler de, önemli düşünürlerin temel saptamaları üzerinden şekillendirilmiştir. Çalışmanın ikinci kısmında, medya ve din ilişkisi bağlamında medyatik din olgusu, Hjarvard'ın dinin medyatikleşmesi (the mediatization of religion) tezi üzerinden ele alınmıştır. Çalışmanın bu kısmında ise, modern görsel kültürün doğasına yönelik saptamaların medyatik din olgusunun anlaşılmasına yönelik önemli kavrayış imkânları sunacağı fikri irdelenecektir.

Bu noktada öncelikle modern görsel kültürün göz merkezci yapısı bağlamından medyatik dine yönelmek faydalı olabilir. Göz merkezlik, daha önce de belirtildiği üzere, batı düşüncesinde Rönesans perspektifçiliği ve Kartezyen özne anlayışıyla somutlaşan Tanrı'nın yerinden edilmesi fikrinin temel gösterenidir. Gözü, dolayısıyla bakan özneyi dünyanın efendisi haline getiren, her şeyi düzenleme ve

kontrol etme yetkisini de bakan özneye bahşeden bu anlayışa göre din de kendisine göre konumlanılan bir şey olmaktan çıkıp kendisine yer tayin edilen bir nesneye dönüşmüştür. Klasik sekülerleşme teorileri, rasyonel toplumda dinin yavaş yavaş hayatın merkezinden çekileceğine dair pek çok varsayımla doludur. Karşılaşılan son durumda ise, dinin ortadan kaybolmadığı, hayatın her alanında yeni formlar ve sembolik sistemlerle etkinliğini sürdürdüğü görülmüştür. Ancak bu etkinliğin bir bölümü, yeni bir ontolojik zeminde, teknik medyanın sunduğu anlam sahasında gerçekleşmektedir. Bu anlam sahasının en temel elemanı ise yapay olarak üretilen temsiller olarak imajlardır. Hiç şüphesiz ki, ilk zamanlardan günümüze dinler çok etkili sembolik biçimler üretmiştir. Dini deneyimlerin pek çoğu ise, bu sembol sistemleri ve imgelerle dolayım lanmıştır. Ancak, günümüzün medyatik görsellik dünyasında bu aracılık işlevi, iletişim araçlarının sunduğu imkânlarla üretilen temsiller olarak imajlara geçmiştir. Bu durum, dinsel deneyimi önemli ölçüde kısırlaştırmakta, kendi zemininde görünür kılarak bir gösteriye dönüştürmektedir. Gösteriye dönüşen din ise, kendi bağlamından uzaklaşmakta ve böylece yeniden kurgulanmaktadır. Dinsel deneyimin bu şekilde görünür kılınması, kontrol edilebilir bir din tasavvuruna yaslanması bakımından da önem arz etmektedir.

Muhalifini kendi zeminine çekerek izafileştiren modern görüntü kültürü için din, günümüzde medya kurgusuna hammadde oluşturan bir kaynak olarak medyatik söyleme dâhil edilmiştir. Bununla birlikte ifade edilmesi gereken hususlardan bir diğeri de, medyanın günümüz toplumlarında dinin üstlendiği role yaklaşan yeni rollere bürünmesidir. Medyanın bu rollerin ikamesinde kullandığı en önemli araç ise görsel retoriktir. Ancak bu durum, dinin sunduğu du-

yuş, kavrayış ve algılayış biçimlerinin görüntü ile sınırlandığı kısır bir anlam dünyası oluşturur. Bu gün dünyanın pek çok yerinde dini hareketlerin önemli ölçüde etkinlik kazanması ve dinin, medyatik görselliğin izafileştirici söylemi karşısında kendi direnç unsurlarından güç alarak etkinliğini arttırması bu kısır anlam döngüsüne verilen önemli bir cevap olarak okunabilir. Bu cevap ise, yukarıda sayıldığı üzere, her ne kadar sınırları bulanıklaştıran, izafileştirici, teşhirci ve gözetimci bir yapıya sahip olsa da, modern görsel kültürün mutlaklaştırılamayacağını ve dinin bu küresel paradigmaya karşı önemli bir söylem alanı olarak geçerliliğini koruduğunu gösterme potansiyeli bakımından dikkate değerdir.

Kaynakça

Albanese, C.L. (1999). *America Religions and Religion*. California: Wadsworth Publishing Company.

Albanese, C.L. (1996). Religion and American Popular Culture: An Introductory Reader. *Journal of the American Academy of Religion*. 59, 733-742.

Armfield, G.G. ve Holbert, R.L. (2003). The relationship Between Religiosity and Internet Use. *The Journal of Media and Religion*. 2, 129-144.

Baldini M. (2006). *İletişim Tarihi*. Gül Batuş (Çev). İstanbul: Avcıol Basın Yayın.

Barnard, M. (2002). *Sanat Tasarım ve Görsel Kültür*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Barthes, R. (2011). *Çağdaş Söylenler*. Tahsin Yücel (Çev). İstanbul: Metis Yayınları.

Baudrillard, J. (2010). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Ankara: Doğubati.

Campbell, H., (2004). Challenges Created by Online Religious Networks. *Journal of Media and Religion*. 3, 81-99.

Crary, J. (2010). *Gözlemcinin Teknikleri: 19.Yüzyılda Görme ve Modernite Üzerine*. İstanbul: Metis Yayınları.

Debord, G. (2012). *Gösteri Toplumu*. İstanbul: Metis Yayınları.

Dikeçligil, B. (2007). "Kültür Kavramının Analizi veya Sosyo-Kültürel Gerçekliğin Yapısı Üzerine Bir İnceleme", içinde: *Kültür Sosyolojisi*. Ankara: Hece Yayınları.

Dursun, P. D. (2012). Sözlü Yazılı ve Görsel Kültürde İnsan ve Toplum. P. D. Tüfekçioğlu içinde, *İletişim Sosyolojisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Erdoğan, İ. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

Florenski, P. (2011). *Tersten Perspektif*. İstanbul: Metis Yayınları.

Foucault, M. (2012). *İktidarın Gözü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hjarvard, S. (2011). The Mediatisation of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change, Culture And Religion: An Interdisciplinary Journal, 12:02, 119-135.

Hooper-Greenhill. (2000). Eilean, *Museums and the Interpretation of Visual Culture*, London: Routledge.

Jay, M. (1993). *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-century French Thought*. California: University of California Press.

Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Kitabevi.

Lindlof, T. (2006). Interpretive community. İçinde: Stout, D.A. (Ed.), *Encyclopedia of Religion, Communication, and Media*. New York: Routledge, 182-185.

Mahan, J. H. (2012). Religion and Media. *Religion Compass*. 6/1 p. 14-25.

Mirzoeff, N. (1999). *An Introduction To Visual Culture*. London: Routledge.

Mitchell, W. (1994). *Picture Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.

Mitchell, W.J.T. (2002) "Showing seeing: a critique of visual culture", *Journal Of Visual Culture*, Vol 1(2), p. 166.

Ong, Walter, J. (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür*. İstanbul: Metis Yayınları.

Palmer, A.W. ve Gallab, A.A. (2001). *Islam and Western Culture: Navigating Terra Incognita*. In: Stout, D., Buddenbaum, J. (Eds.), *Religion and Popular Culture: Studies on the Interaction of Worldviews*. Iowa State University Press, Iowa, pp. 109-124.

Petersen, T.R. (2006). *Novels*. içinde: Stout, D.A. (Ed.), *Encyclopedia of Religion, Communication, and Media*. New York: Routledge, 293-296.

Sayın, Z. (2011). *Sunuş*. içinde: Tersten Perspektif. İstanbul: Metis Yayınları, s. 7-36.

Schippert, C. (2007). *Saint Mychal: A Virtual Saint*. *Journal of Media and Religion* 6, 109-132.

Schultze, Q. (1996). *Evangelicals Uneasy Alliance With The Media*. In: Stout, D.A., Buddenbaum, J.M. (Eds.), *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations*. California: Sage, pp. 61-73.

Smith, M. (2008). *Visual Culture Studies, History, Theory, Practice*, İçinde: *Visual Culture Studies; Interviews with Key Thinkers*. London: Sage Publications.

Sturgill, A. (2004). *Scope and Purposes of Church Web Sites*. *Journal of Media and Religion* 3, 165-176.

Zillioğlu, M. (1993). *İletişim Nedir*. İstanbul: Cem Yayınevi.

Özgeçmişler

Faruk Karaarslan

1985 yılında Konya'da doğdu. 2008 yılında Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun oldu. 2010 yılında yüksek lisans eğitimini, 2014 yılında da doktorasını Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı'nda tamamladı. Yüksek lisans tezinde Aliya İzzetbegoviç üzerine çalıştı. Modern Dünyada Toplumsal Hafıza ve Dönüşümü adlı çalışmasıyla doktora tezini tamamladı. Halen Erciyes Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümünde öğretim görevlisidir.

Mehmet HABERLİ

1979 Hatay doğumludur. Ortaöğrenimini Hatay Osman Ötken Anadolu Lisesi'nde tamamladı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nden mezun olan yazar, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlamış olduğu "*Sanal Din: İnternet Ortamındaki Din Olgusu Üzerine Bir Araştırma*" isimli teziyle doktor unvanı aldı. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi'nde öğretim üyesi olan yazar; Medya Sosyolojisi, Din Sosyolojisi, Medya-Din İlişkisi, Din ve İnternet, İslam ve İnternet, Sosyal Medya alanlarında akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

Haldun Narmanlıoğlu

1977 yılında Erzurum'da doğdu. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisansını Atatürk Üniversitesi'nde yapan Narmanlıoğlu İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı'nda doktora eğitimi aldı. Halen Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Bilişim Anabilim Dalı öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Recep Vardi

1973 yılında Malatya'da doğdu. İlk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamladı. 1993'te Kemal Hasoğlu Lisesi'nden mezun oldu. 1998 yılında Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nden mezun oldu. 2003 yılında "İletişim Araçları ve Dini Hayat (İnternet Örneği)" isimli tezi ile Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalında Yüksek Lisansını tamamladı. 2012 yılında ise "İnternet ve İslam: Din Sosyolojisi Açısından Dini Siteler Üzerine Bir Araştırma" isimli tezi ile Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi Bilim Dalında Doktorasını tamamladı. Halen Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü Din Sosyolojisi Anabilim Dalında öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Evli ve iki çocuk babasıdır.

Ömer Menekşe

1967 yılında Erzincan-Kemah ilçesinde doğdu. İlkokulu ve İmam Hatip Lisesini İstanbul-Üsküdar'da bitirdi. 1985 yılında Erci-

yes Üniversitesi İlahiyat Fakültesini kazandı. Burada 1 yıl öğrenim gördükten sonra Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'ne geçti ve 1989 yılında buradan mezun oldu. 1998 yılında "17. ve 18. yüzyıllarda Osmanlı'da Hırsızlık Suçu ve Cezası" adlı teziyle doktor unvanını aldı.

1990 yılında göreve başladığı Üsküdar Küplüce Cami'inde 13 yıl İmam-Hatiplik görevinden sonra 2002 yılında Diyanet İşleri Başkanlığı'nda Din İşleri Yüksek Kurulu Uzmanı oldu. 2005-2010 yılları arasında Dini Yayınlar Dairesi Başkanlığında Derleme ve Yayın Şubesi Müdürlüğü görevinde bulundu. 2011 yılından bu yana Diyanet İşleri Başkanlığı Bilgi Yönetimi ve İletişim Daire Başkanı olarak görev yapmaktadır.

Mustafa Çuhadar

1983 yılında Ankara'da doğdu. İlkokul ve liseyi aynı şehirde tamamladı. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesinden 2009 yılında mezun oldu. "Ulusal Basında Diyanet İşleri Başkanlığının Temsili: Kürtaj ve Cemevi Haberleri" başlıklı teziyle Selçuk Üniversitesi SBE Gazetecilik Anabilim Dalında yüksek lisansını tamamladı. Yazar, "İslâmî konu ve kavramların medyada nasıl temsil edildiğini araştırmak ve yansıtmak" amacıyla www.islamvemedya.com sitesini kurdu ve yönetimini sürdürmektedir.

Betül Önay Doğan

1980 Balıkesir doğumludur. İlk, orta ve lise öğrenimi Balıkesir'de tamamlamıştır. Selçuk Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi'ni 2006 yılında bitirmiş ve aynı yıl Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde yüksek lisans eğitimine başlamıştır. 2012 yılında İstanbul

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında, “Kentsel İletişim Stratejisi Oluşturmada Reklam Uygulamalarının Rolü ve Etkisi” başlıklı tez çalışmasıyla doktor unvanını almıştır. 2008 yılında araştırma görevlisi olarak İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde akademik hayatına başlayan Önay Doğan, yardımcı doçent olarak aynı fakültenin Reklam Anabilim dalında görev yapmaktadır.

Birsen Banu Okutan

1981 yılında Almanya'da doğan Birsen Banu Okutan Lisans eğitimini, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Tarih bölümünden (2000-2005) alırken aynı yıllar arasında Siyaset Bilimi ile yan dal yaptı. Yüksek lisansı yine aynı üniversitenin Uluslararası İlişkiler bölümünde (2005-2007) yaparak, 2010 yılında İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi bölümüne araştırma görevlisi olarak atandı. Doktora eğitimini Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din Sosyolojisi bölümünde (2008-2012) tamamlayarak, 2014 yılında İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesinde yardımcı doçent olarak göreve başladı. Hâlen aynı görevde olan Okutan toplumsal cinsiyet, kültür, popüler kültür ve din merkezli çalışmalarını sürdürmektedir.

Hediyetullah Aydeniz

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümünden 2001 yılında mezun oldu. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında '1975-1980 Dönemi Sosyo - Kültürel Ortamında Birikim Dergisinin Yeri ve Önemi' başlıklı teziyle 2005 yılında yüksek lisansını tamamladı. Aynı anabilim dalında 'Kamusal Entelektüel ve Medya' başlıklı teziyle 2012 yılında doktora-

nı tamamladı. İletişim ve medya çalışmaları, bilgi ve enformasyon üretimi ve dağıtımı, kitle iletişim teorileri, entelektüeller, kumasal entelektüeller, medya sosyolojisi ve medya okuryazarlığı konuları akademik ve bireysel ilgileri arasındadır. Halan Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinde öğretim üyesi (Yrd. Doç. Dr.) olarak akademik çalışmalarına devam etmektedir.

Ayşe Zişan Furat

2001 yılında İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilim Tarihi bölümünden mezun olduktan sonra, aynı üniversitenin Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne bağlı Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı'nda yüksek lisans ve doktora eğitimine devam etti. 2004 yılında *XV. ve XVI. yy.'larda Fatih ve Süleymaniye Medreseleri'nde Verilen Din Eğitiminin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi*, isimli yüksek lisans ve 2009 yılında *"Yetişkinlerin Yaygın Din Eğitiminde Televizyonun Yeri ve Fonksiyonları (İstanbul Örneği)- Sır Dizileri ve Dini Programlar"* isimli doktora tezini tamamladı. 2001 yılında araştırma görevlisi olarak başladığı İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nde 2014 yılından itibaren Din Eğitimi Doçenti olarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Başta Almanya ve Bosna-Hersek olmak üzere pek çok ülkede akademik çalışmalarda bulundu. 2013 yılında *Gayr-i Müslim İdare Altında Müslümanların Din Eğitimi (Avusturya-Macaristan Dönemi Bosna-Hersek 1878-1918)* ve *İslam Toplumunda Kimlik Oluşumu ve Din Eğitimi* isimli çalışmalarını yayınladı. Başta Balkanlar ve Ortadoğu coğrafyasında İslam, medya ve eğitim konuları olmak üzere din eğitimi alanı ile ilişkili yurtiçi ve yurtdışında çok sayıda akademik çalışması bulunmaktadır.

Bilal Yorulmaz

1981 yılında Kayseri'de doğdu. 2003 yılında Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi'nden mezun oldu. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Din Eğitimi anabilim dalında “Teknoloji Destekli Din Eğitiminin Öğrenci Başarısı ve Kalıcılığına Etkisi” adlı yüksek lisans çalışmasını 2005 yılında, “Sinema ve Din Eğitimi” adlı doktora çalışmasını 2010 yılında tamamladı. 2009-2010 eğitim-öğretim yılında ABD, Southern Methodist University'de misafir araştırmacı olarak bulundu. 2013-2014 eğitim-öğretim yılında doktora sonrası araştırmalarını yürütmek üzere ABD, University of Nebraska Omaha'da görev yaptı. Sinema ve Din Eğitimi, Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme, Siyer Öğretimi, Dijital Oyunlar ve Din Eğitimi konularında çalışmalarını yürüten Yorulmaz, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Eğitimi Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır.

Metin Eken

Metin Eken 1989 doğumludur. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünden mezun olan Eken, aynı üniversitede Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda yüksek lisans öğrenimini 2013 yılında tamamlamıştır. Halen Erciyes Üniversitesi İletişim Bilimleri Anabilim Dalı'nda doktora öğrenimini sürdürmekte olan Metin Eken, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır.

Medya ve Din derlemesiyle başlayan ve medya ile dinin ilişkisine odaklanan çalışmanın ikincisi bu kez Dijitalleşen Din başlığı ile okurla buluşuyor.

Her şeyin dijital ortama aktarıldığı ve sanallaştığı çağımızda din ögesinin nasıl sanallaştığı ve dijitalleştiğinin tartışıldığı Dijitalleşen Din kitabında sanal cemaatlerden, sanal ibadete, internet ve İslam ilişkisinden, dini organizasyonların dijitalleşmesine, internetin dini biçimlendirmesinden, dini eğitimin dijitalleşmesine kadar pek çok konuyu odağına koyuyor.

Medya ve Din başlıklı çalışmanın ikincisi olan Dijitalleşen Din, dinin dijitalleşmesini, dijital ortama nasıl yansıdığının sorularının cevaplarını arıyor.



facebook.com/koprukitaplari
twitter.com/koprukitaplari

ISBN: 978-605-64981-5-2



9 786056 498152