

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI

DİJİTAL DÜNYADA DEĞİŞEN DİN ANLAYIŞI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Neslihan HOCAOĞLU

İstanbul
Nisan - 2023

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ BİLİM DALI

DİJİTAL DÜNYADA DEĞİŞEN DİN ANLAYIŞI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Neslihan HOCAOĞLU

Tez Danışmanı

Prof. Dr. İsmail DEMİREZEN

İstanbul

Nisan - 2023

TEZ ONAYI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Felsefe ve Din Bilimleri Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. İsmail DEMİREZEN

Üye: Prof. Dr. İzzet ER

Üye: Doç. Dr. Faruk KANGER

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Erhan İÇENER

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Dijital Dünyada Değişen Din Anlayışı**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Neslihan Hocaoğlu

İstanbul, 2023

ÖN SÖZ

Araştırmamdaki her aşamada bana yardımcı olan değerli tez danışmanım Prof. Dr İsmail DEMİREZEN'e, eğitim alanında dersleriyle bize vizyon katan çok değerli hocamız Prof. Dr. İzzet ER'e, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca benden desteklerini esirgemeyen sevgili aileme ve oğluma teşekkürlerimi sunarım.

Neslihan HOCAOĞLU

İstanbul - 2023



ÖZET

DİJİTAL DÜNYADA DEĞİŞEN DİN ANLAYIŞI

Neslihan HOCAOĞLU

Yüksek Lisans, Felsefe ve Din Bilimleri

Tez danışmanı: Prof. Dr. İsmail DEMİREZEN

Nisan-2023, 118 Sayfa

Teknolojik gelişmeler sonucunda kitle iletişim araçlarının hayatımıza girmesi dinî unsurların da dijital ortamlarla etkileşime geçmesine neden olmuştur. Dijital medyaya hâkimiyetin toplumlar arasında yaygınlaştığı modern çağda dinî anlayışlar da yeniden şekillenmektedir. Günümüzde internet kullanıcıları dinî araştırmalarında kitle iletişim araçlarına rağbet göstermekte, dinî içerikli paylaşımlarını sosyal medya üzerinden yapmaktadır. Bu çalışmada dijital medyanın dinî anlayışlar üzerindeki rolü analiz edilmekte, medyanın dinî bilgi edinmedeki işlevi ve güvenilirliği sorgulanmaktadır.

2021-2022 eğitim-öğretim döneminde İstanbul'da çeşitli üniversitelerde eğitim gören 20 genç ile görüşülmüştür. Araştırmaya dâhil edilen üniversite gençliğinin çevrimiçi dinî anlayışlarını etkin bir şekilde ortaya koymak için nitel araştırma tekniği uygulanmıştır. Bu kapsamda yapılan literatür çalışmasının ardından yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu görüşmeler 20-25 dakika sürmüş, ses kayıtları kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile incelenmiş, sonuçlar benzerlikler gösteren kategorilerle bir ele alınmış, farklılık gösteren kategoriler birbirinden ayrılmıştır. Verilerin aktarımında katılımcıların ifadeleri kimi zaman özetlenerek aktarılmış kimi zaman ifadelere doğrudan alıntılarla yer verilmiştir. Tüm bulgular birinci bölümdeki kavramsal boyutlar dikkate alınarak toplanmıştır. Çalışmada elde edilen ana bulgular ve sonuçlara göre katılımcıların dinin internet teknolojisine aktarılırken değişen formunu onaylamamasına rağmen, dinî bilgiye erişim tercihlerinde ilk sırayı internet almaktadır. Gelen cevaplardan hareketle gençler her ne kadar dinî bilgiye erişimde dijital mecralara yönelseler de aldıkları bilginin güvenilirliğinden emin olamamış, bilgiyi teyit etmişlerdir. Dijital medyada yer alan dinî bilgilerin bazen bağlamından koparılarak verildiği, bazen de modern çağa ayak uydurmak için dinî vecibelerde kolaylıklar gösterildiği

araştırmanın bulguları arasındadır. Ayrıca katılımcıların sanal dünyadaki dinî içerikli paylaşımlarının ve takibe aldıkları dinî temsilcilerin dinî kimliklerini güçlendirdiğini ifade ettikleri gözlenmiştir. Bunun yanında modern neslin dijital kaynakları önceleyen eğitim modelinin bir takım olumsuzları da beraberinde getirdiği bir gerçektir. Dijital medyada yer alan dinî bilginin bilimsel ve asıl kaynaklara dayalı olarak denetlenmesi dinî içeriklere olan güveni artıracaktır. Bunun için güvenilir sitelerin geliştirilmesi ve halkı bu kanallara teşvik etmek gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Dijital Din, Dijital Gerçeklik, Dinî Kimlik, Dinin Metalaşması, Dinî Sosyalleşme



ABSTRACT
CHANGING UNDERSTANDING OF RELIGION IN THE
DIGITAL WORD

Neslihan HOCAOĞLU

Master, Philosophy and Religious Sciences

Thesis Advisor: Prof. Dr. İsmail DEMİREZEN

April-2023, 118 Pages

As a result of the technological developments, the involvement of mass media into our lives has caused religious elements to interact with digital environments. In the modern age, where the dominance of digital media becomes widespread among societies, religious perceptions are also being reshaped. Today, internet users prefer mass media in their religious research and share religious content on social media. In this study, the role of digital media on religious perceptions is analyzed as well as questioning the function and reliability of the media in obtaining religious information.

In the 2021-2022 academic year, 20 young people studying at various universities in Istanbul were interviewed. Qualitative research technique was applied to effectively reveal the online religious understanding of university youth included in the study. In this context, after the literature study, semi-structured interview technique was used. These interviews lasted 20-25 minutes and audio recordings were recorded. The data obtained were analyzed with the content analysis method, the results were handled one by one with the categories that showed similarities, and the categories shows difference were separated from each other. In the transfer of the data, the statements of the participants were sometimes summarized and sometimes the statements were included with direct quotations. All findings were collected by considering the conceptual dimensions mentioned in the first part. According to the main findings and results obtained in the study, although the participants did not approve of the changed form of religion when being transferred into the internet technology, the internet takes the first place in their preferences for accessing religious information. Based on the answers received, although young people tend to digital channels to access religious information, they could not make sure the reliability of the

information they received and verified the information. It is among the findings of the research that religious information in digital media is sometimes given out of context, and sometimes religious obligations are facilitated in order to keep up with the modern age. In addition, it was observed that the participants stated that their religious posts in the virtual world and the religious representatives they follow, strengthens their religious identities. Therebeside it is reality that the education model of the modern generation where prioritizes digital resources, brings some negative aspects along with it. Supervision of religious information in digital media based on academic and original sources will increase trust in religious content. For this reason, it is necessary to develop reliable web sites and encourage the public to obtain information from them.

Key Words: Digital Media, Digital Religion, Digital Reality, Religious Identity, Commodification of Religion, Religious Socialization

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	ii
ÖN SÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	2
1.2. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	3
İKİNCİ BÖLÜM	4
DİJİTAL MEDYA VE DİN	4
2.1. İnternetin Tarihçesi	4
2.2. Dinin Dijitalleşmesi	10
2.2.1. Sanal Din.....	13
2.2.2. Religion Online/ Online Religion	13
2.2.3. Sanal Dinî Cemaatler	14
2.2.4. Sanal Dinî Ritüeller.....	15

2.3. Dijital Gerçeklik ve Din	16
2.4. Dinî Bilginin Aktarımı	18
2.5. Dijital Medyada Yer Alan Dinî İçeriklere Yönelimin Din Anlayışına Etkisi.....	20
2.5.1. Sekülerizm ve Kurumsal Dindarlığın Düşüşü.....	20
2.5.2. Kurumsal Dindarlıktan Bireysel Dindarlığa Yönelim	23
2.5.3. Yeni Dindarlık Tiplerinin Ortaya Çıkışı	27
2.6. Dijital Pazarda Dinî Ürünlerin Metalaşması	29
2.7. Sabit Dinî Kimliklerden Esnek (Çoklu) Dinî Kimliklere Geçiş	30
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	34
GENÇLİK VE DİN	34
3.1. Dinî Sosyalleşme.....	36
3.1.1. Dinî Sosyalleşme Süreci	37
3.1.2. Dinî Sosyalleşme Araçları	38
3.1.3. Gençlerde Dinî Sosyalleşme Safhaları.....	41
3.1.4. Gençlerin Dinî Sosyalleşmesinde İnternet ve Sosyal Medya Etkisi	43
3.2. Sosyal Medya Araçları.....	46
3.2.1. Instagram.....	46
3.2.2. Facebook	47
3.2.3. Twitter	48
3.2.4. Blogger.....	48
3.2.5. Youtube	49
3.2.6. Zoom	50
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	51
YÖNTEM.....	51
4.1. Araştırmanın Modeli	51
4.2. Evren ve Örneklem	51

4.3. Veri Toplama Araçları	52
4.4. Verilerin Toplanması	52
4.5. Verilerin Çözümlemesi ve Analizi.....	52
4.6. Katılımcı Dağılımları Ve Demografik Özellikleri	52
4.7. Bulgular ve Yorum.....	55
4.7.1. Dijital Medyada Yer Alan Dinî İçerikler ve Dinî Anlayışlara Etkisi.....	55
4.7.2. Dijital Medyadaki Dinî Paylaşımların Dinî Kimliklere Etkisi.....	63
4.7.3. Dijital Medyada Dinî Sosyalleşme	66
4.7.4. Sanal Dinî Cemaatlere ve Sanal Dinî Ritüellere Katılım.....	73
4.7.5. Dijital Medyanın Kurumsal ve Bireysel Dindarlığa Etkisi	77
4.7.6. Dijitalleşme İle Gelen Yeni Dindarlık Biçimleri	83
4.7.7. Dijital Pazarda Dinî Pratiklere Yardımcı Ürünlerin Ticarileşmesi	87
SONUÇ.....	92
KAYNAKÇA	97
EKLER.....	104
ÖZGEÇMİŞ.....	105

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 4.1: Katılımcı Dağılımları Ve Demografik Özellikleri..... 53



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Zaman İçerisinde Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı	7
Şekil 1.2 Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları.....	8



KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

a.g.e. : Adı Geçen Eser

ARPA: Advanced Research Projects Agency

ARPANET: Advanced Research Projects Agency Network

Çev.: Çeviren

Der.: Derleyen

Ed.: Editör

TDV: Türkiye Diyanet Vakfı

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

www: World Wide Web

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Modernleşme ve küreselleşmenin yaşandığı 21. yüzyılda dijital medya araçlarının gelişmesi, çeşitlenmesi ve yaygınlaştı. Geleneksel medya ile şekillenen toplum yapısı internet ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ile değişime uğramıştır. Matbaanın icadıyla başlayıp sanayileşme ile devam eden süreç, bilim ve teknik alanındaki gelişmelerin artması ve ardından hızla yükselen kitle iletişim araçları teknolojik bir devrim yaşatmıştır.

Yeni medya teknolojileri günümüzde tartışılmakta olup, olumlu ve olumsuz yanları pek çok araştırmaya konu olmuştur. Bilginin hem üreticisi hem tüketicisi olan insan için dijital medya artık yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Geleneksel medya araçları yerine tercih edilen dijital medya, teknolojik gelişimin yanı sıra toplumsal ve kültürel değişimin iç içe geçtiği bir dönüşüm yaşatmaktadır. Bunun sonucunda medyanın, hayatın her alanına dâhil olması onu toplumların zihin dünyasına hükmeden bir konuma getirmiştir. Medya; toplumları eğitmesi, bilgilendirmesi, geleneğe nazaran evrensel bir kültür geliştirmesi ile bireylerin sosyal, kültürel, siyasi ve dinî hayatına nüfuz etmiştir.

Adeta yaşadığımız çağın merkezinde yer alan iletişim teknolojileri ile yaşanan bu değişim küresel ölçekte kıtalar arası iletişim imkânı sağlayarak toplumların yaşam biçimlerini dünyanın dört bir tarafındaki insanlara aktarmaktadır. Castell'in deyimiyle birbirine bağlı ağlar kümesi oluşturarak dünyayı küresel bir köye dönüştürmüştür. Bu ağ dijital dünyanın olanaklarını, gündelik yaşam içine yerleştirerek kültürden siyasete, ekonomiden uluslararası ilişkilere uzanan bir etkiye sahip olmuştur (Castell, 2013: 17). Bu iletişim ağı neticesinde din, dindarlık, dinî tutum ve davranışlar da içerik ve şekil açısından bir değişime uğramıştır.

Dijital medyaya hâkimiyetin gençler arasında yaygınlaştığı dönemde uzun vadede din de bu değişimden etkilenmektedir. Bu tezde dijital medyanın dindarlık dönüşümündeki rolü analiz edilmektedir. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde araştırmanın problemi, konusu, amacı, önemi, kapsam ve sınırlılıklarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde kavramsal ve teorik çerçeveden sonra dijital medya, dinin dijitalleşmesi, dijital gerçeklik, dinî bilginin aktarımı, dinî ürünlerin metalaşması, dinî kimlikler ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise gençlik, din, dinî sosyalleşme sürecindeki faktörler ve sosyal medya incelenmiştir. Araştırmanın dördüncü bölümünde gençlerle yapılan görüşmelerde elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Gençlerin dinî anlayışında karşılıklı etkileşim ve değişim süreçleri tezin kapsamı içinde yer almıştır. Bu bağlamda dijitalleşen dünyada üniversite gençliğinin dinî algılarının tespiti ve dijital medya ekseninde değişen din algıları ile dinî tutum ve eğilimleri incelenmeye çalışılmıştır. Kapsama tezin sonuna eklenecek mülakatlar dâhil edilmiştir.

1.1.Araştırmanın Problemi

Dinin kitle iletişim araçlarında görünürlüğünün artması ile toplum geleneksel kaynaklardan uzaklaşarak dijital mecralara yönelmiştir. İnternet tabanlı medya araçlarında etkin olmaya başlayan dinî içeriklerde farklı bir dinî yapı ve anlayışın ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Dinsel öğretilerin dijital mecralarda temsili bir tür farklılaşma ve çeşitlenmeyi beraberinde getirerek medyanın bireyi şekillendirmesine neden olabilmektedir. İnternet ve onun uzantısı olan sosyal medyada denetime tabi tutulmadan sunulan dinî argümanlar bir yandan güvensizliğe neden olurken diğer taraftan toplumdaki dinî düşüncenin ve dinî hayatın çeşitliliğini artırmıştır. Öncelikle üniversite gençliği, akabinde de toplumun genelindeki bu dönüşümün araştırılarak ortaya konulması ihtiyacı vardır.

1.2.Araştırmanın Konusu ve Amacı

Günümüzde hızlı gelişim gösteren kitle iletişim araçlarına paralel bir şekilde toplumlardaki din anlayışında da birtakım değişimler meydana gelmektedir. Din algısındaki dönüşüm ve farklılaşma birçok akademik (ve sosyal) araştırmaya konu olmaktadır. Çalışmamız dijital dünyada dinin kendisini alışılmıştan farklı bir biçimde algılanması ve yorumlanmasının toplum üzerindeki etkileri ele alınmaktadır. Bilgiye hızlı ve kolay bir şekilde erişimin sağlandığı modern çağda bilişim ve iletişim teknolojileri ile gençlerdeki dinî anlayışın dönüşümü nitel bir çalışma ile ortaya konulmaktadır. Araştırmanın esas amacı, dijital medyada yer alan dinin dejenere olmasından kaynaklı toplumun internette yer alan dinî içeriklere güvenilirlikleri ve

dinî bilgiye erişimde interneti ne sıklıkta tercih ettikleri sorgulanmaktadır. Bu bağlamda dijital medyayı aktif kullanan üniversiteli gençlerin medyada yer alan dinî algı ve yorumlarını, dijital medyada yer alan dinî içeriklerin dini kimliklerine ve dinî sosyalleşmelerine etkisi konu edilecektir.

1.3.Araştırmanın Önemi

Bu çalışmanın konusunu oluşturan dijital medya ile değişen dinî anlayış gelecekte toplumların liderleri olabilecek ve onlara yön verecek üniversite gençliğinin din algısının tespit edilmesi açısından önemlidir. Farklı sosyal, ekonomik ve kültürel sınıflardan olan birçok bireyin üniversite çatısı altında bir arada olmasından dolayı oluşacak veri çeşitliliği de araştırmayı zenginleştirecektir. Ayrıca araştırmamızın geleneksel dinî sosyalleşmeden farklı olarak gençlerin sanal mecralarda dinî sosyalleşmeye yönelmesinin sebepleri üzerinde durması önem arz etmektedir.

1.4.Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Mülakatlar toplam 20 katılımcı ile gerçekleşmiştir. Araştırma sahası İstanbul'da devlet üniversitelerinde farklı fakülte ve bölümlerde okuyan lisans ve yüksek lisans eğitimi alan öğrenciler olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış mülakat soruları ile sınırlıdır. Mülakat İstanbul'da öğrenim gören üniversite öğrencilerine yapıldığından sonuçlar başka illerle benzer çıkabileceği gibi genellenemez.

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL MEDYA VE DİN

Medyanın internet teknolojisi ile buluşmasıyla kapsam ve boyutları her geçen gün genişlemeye devam etmektedir. Dijital medya araçlarının zaman ve mekân sınırı tanımadan yayılım göstermesi onu hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Günümüzde dijital teknoloji olmadan gündelik yaşamımızın rutinlerini yürütmek neredeyse imkânsızdır. İçinde yaşadığımız çağa ekranlar ve ekranların kullanımı yön vermektedir. Cep telefonu, internet, bilgisayar gibi bilişim teknoloji araçlarının yoğun bir şekilde kullanımı ekran çağında yaşadığımızın bir göstergesidir.

2.1. İnternetin Tarihçesi

Özellikle son yirmi yılda gelişme gösteren internet ağ bağlantısının aktif kullanımı, aslında bir anda ortaya çıkmış değildir. Rönans ve Reform hareketleriyle başlayan, Aydınlanma Devrimi, Fransız İhtilalı, Sanayi İnkılâbı, teknoloji ve bilişim devrimi dijitalleşmeye katkı sunan son dört asırda gerçekleşen tarihi süreçtir. Teknolojik atılımlarının başlangıcında Sanayi Devrimi'nin rolü büyüktür. 18. ve 19. yüzyıllarda ortaya çıkan Sanayi Devrimi, motor endüstrisine dayanan gelişmeleri, elektrik üretimi ile hız kazanması sonucunda ulaşım ve iletişim sektörüne de yansımıştır. 1940'lardan 21. yüzyılın ilk on yılına kadar olan süreçte bilgisayar temelli yeniliklere kaynaklık eden büyük adımlar atılmıştır. Endüstri devrimiyle gerçekleştirilen atılımlar, teknoloji alanındaki büyük adımlar yenilikçi dünya anlayışına işaret etmektedirler. "Siber Fiziksel Sistemler, Nesnelerin İnterneti, Yapay Zeka, Büyük Veri ve Dijitalleşme" gibi kavramlar bu dönemde ortaya çıkmıştır (Çapçioğlu, 2021: 29-31). Küreselleşmenin itici güçlerinden sayılan bu gibi gelişmeler sosyo-ekonomik, siyasi, dini ve stratejik dengeler hususunda dijital medyanın bir güç unsuru haline geldiği şekilde yorumlanabilir. Çünkü medyanın bizzat kendisi gündem belirlemekte ve kamuoyu oluşturmaktadır. Medya toplumların yaşam biçimlerini, pratiklerini, isteklerini, inanç ve ideolojilerini etkisi altına almaktadır.

İnternet teknolojileri bilimsel ve askeri araştırmalar yanında özgürlükçü kültürün keşiştiği noktada ortaya çıkmıştır. (Castell, 2020: 49). Kökleri 1969’da kurulan İleri Araştırma Projeleri Ajansı (Advanced Research Projects Agency) ARPANET’e dayanmaktadır. Finansörü ABD Savunma Bakanlığı’dır. Özellikle çoklu kullanıcılı bilgisayar merkezleri ve ofis çalışma grupları için çevrimiçi bilgi işlem sürecini paylaşıma açan Arpanet bu alanda başarılı olmuştur. Daha sonra bünyesindeki diğer iletişim ağlarını bilgisayar ağlarıyla bağlantılayacak bir çalışmaya yönelmiştir. 1990 yılında ADB Hükümeti Arpanet’i devre dışı bırakarak interneti askeri kullanım haricinde kullanılmasına izin vermiştir. Bilgisayar ağ teknolojisi ve telekomünikasyon üzerinden kalkan kısıtlama sayesinde internet özelleştirilmeye başlamıştır. 1980 yılında asıl belirleyici eğilim Unix kullanıcıları tarafından ortaya çıkmıştır. Üniversitelerde yayımlanan ve öğrenciler tarafından yazımla geliştirilen Unix (Usenet News) uygulamaları ile Arpanet ağları birbirine bağlanmıştır. Bu iki ağın omurgayı paylaşması günümüzde kullandığımız internetin temelini oluşturmaktadır. 1990 yılında internetin dünya geneline yayılması World Wide Web’in gelişmesi ile mümkün olmuştur. (A.g.e: 45). World Wide Web (www) Web 2.0 kullanıcıların web sayfalarına kolayca içerik eklemesine imkan sunan bir teknolojidir. Bugün en yaygın Www’ler “İnternet Explorer (Microsoft), Firefox (Mozilla), Chrome (Google), Safari (Apple) ve Opera (Opera)’dır” (Türkoğlu, 2013: 50). Özetle internetin ortaya çıkmasını sağlayan tüm teknolojik gelişmelerin kökeninde devlet kurumları, büyük üniversiteler ve Araştırma Merkezleri vardır (Castell, 2020: 55).

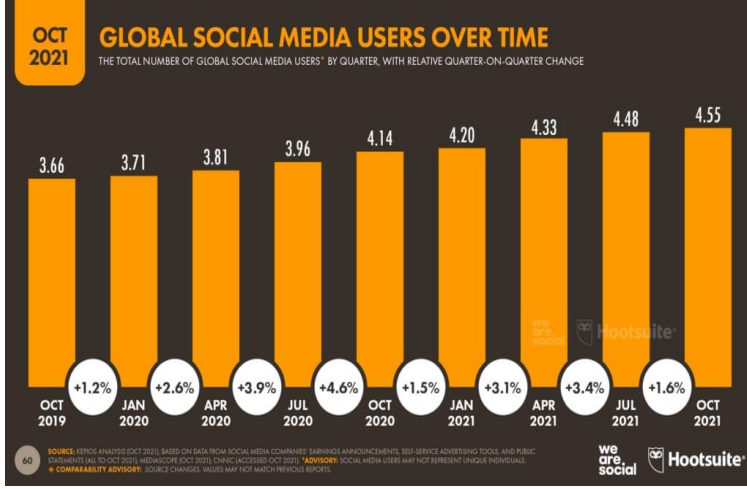
1993’te ticari faaliyetlerle dünyaya açılan internetin Türkiye’ye gelişi 12 Nisan 1993’te gerçekeşmiştir. İlk olarak Ortadoğu Teknik Üniversitesi’nde başlamış daha sonra Ege, Bilkent, Boğaziçi ve İstanbul Teknik Üniversitesi’nde teknik bağlantılar kurulmuştur. O dönem ağırlıklı olarak e-ticaret ve benzeri konularda gelişme göstermiştir (Saka, 2019: 958).

1990’lı yıllardan sonra internetin hayatımıza girmesi ile kültürel, ekonomik, siyasi işler ve içerikler elektronik ortamda gerçekeştirilmeye başlamıştır. Yüksek kapasiteli bilgisayarlar, yazılım ve donanım teknolojileri, birbirine bağlı ağlar yeni bir iletişim kültürü oluşturmuştur. Teknolojinin ucuzlaması ve yaygınlaşması ile dijital teknolojiler, toplumların eğitilmesi ve bilgilendirilmesi, bireyler arası iletişim, kültürün geliştirilmesi gibi işlevler üstlenerek toplumların zihin hayatına hükmettiği

gözelemlenmektedir. Bütün bu gelişmelerin sonucunda sınırsız erişimlerin kültürel ve toplumsal hayatı kapsamı dünya çapında bilgiye ulaşma imkânı sağlamış ve yeni sosyal ilişki ağlarının oluşumuna kapı aralamıştır.

Dijital çağ, ekranlar vasıtasıyla elde edilen verilerin bireysel ve toplumsal hayatta yer bulmasını sağlayan, dijital ekranların gündelik hayattaki alışkanlıklara dâhil edilmesini ifade eden bir kavramdır. Dijital teknolojide yaşanan devrimler karşısında toplum bilimciler “Postmodern Toplum”, “Tüketim Toplumu”, “Enformasyon Toplumu”, “Gözetim Toplumu” gibi alternatif isimler üreterek, bilgi çağının en önemli özelliği olan kitle iletişimine dikkat çekmişlerdir. Çünkü modern dünyada dijitalleşme 21.yüzyılın en etkili iletişim teknolojilerinden biri olmuştur. Castell ağ tabanlı büyümenin temelini üç şeyle açıklamaktadır. Birincisi ağ mimarisinin ucu açık, gücü tek bir merkezde toplamadan dağıtması ve çok yönlü olması gerekmektedir. İkincisi tüm prosedür ve uygulamaların aleni, dağıtılmış ve dönüşüme açık olması gerekir. Üçüncüsü ağ yönetim kurumları açıklık ve işbirliği prensiplerine uygun hareket etmelidir (Castell, 2020: 63).

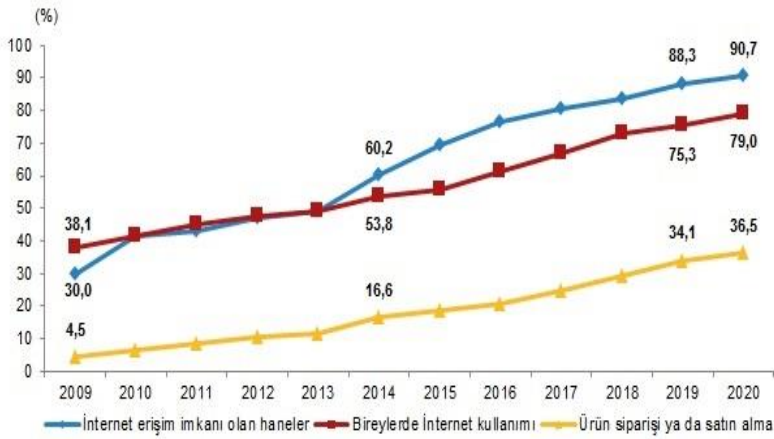
WEB3.0 teknolojisinin dijitalleşme sürecine getirmiş olduğu etkileşim interneti yaşamımızın vazgeçilmez bir unsuru haline getirmiştir. 2021’de güncellenen Küresel Statshot Raporuna göre dünya çapında dijital medya kullanımı oranları şu şekilde belirtilmiştir;



Şekil 1.1 Zaman İçerisinde Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı

Kaynak: We Are Social (Was), “Social Media Users Pass The 4.5 Billion Mark” (17 Nisan 2022).

Bugün dünya nüfusunun üçte ikisi cep telefonu kullanmakta ve bu rakam 2021’de 100 milyon civarında artış göstermektedir. Dünya çapında 4,88 milyar internet kullanıcısı nüfusun %62’sine eşit sayılmaktadır. İnternet kullanıcı sayısının Covid-19 salgını ile daha da artış gösterdiği tahmin edilmektedir. Örneğin sosyal medya kullanımı Ekim 2021’de önceki yıla nazaran %9,9 artış göstermektedir. Bu oran her gün 1 milyondan fazla yeni kullanıcı olarak artmaya devam etmektedir (www.wearesocial.com, 2021).



Şekil 1.2 Yıllara Göre İnternet Kullanım Oranları

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (Tük), “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (Bt) Kullanım Araştırması” (21 Ağustos 2021).

Tük Hane Halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırmalarına göre 2019 yılında 16-74 yaş arası bireylerde internet tabanlı medya kullanım oranı % 75,3 iken 2020 yılında %79,0 olmuştur. İnternet kullanan bireylerin oranı erkeklerde %84,7, kadınlarda ise %73,3 olarak belirtilmiştir. Tabloda paylaşıldığı gibi evde internete erişim imkânı olan aileler 2009 yılında %30,0 iken, 2014 yılında %60,2'ye yükselmiş, 2020 yılında %90,7 oranında ciddi artış göstermiştir (TÜİK, 2020). Pandemi sürecinde internet ve sosyal medya kullanım oranlarının artması 2019-2020 verilerindeki artışın sebepleri arasında gösterilebilir. Son dönemde salgın hastalık kısıtlamaları sebebiyle uzaktan eğitime dönüş internet ağının dünya geneline yayılmasını da beraberinde getirmiştir. Artık insanlar günlük bilgi akışını internetten takip etmekte, evden çıkmadan sanal ortamda alışveriş yapabilmekte, dünyanın bir ucuna görüntülü bağlanabilmektedir.

İnternet tabanlı medya kullanımının yaygınlaşması ile yazılı kültür kadar görsellik de etkin duruma gelmiştir. Kültürel öğelerin tarayıcı cihazlarla dijitalize edilerek dijital ortamda erişebilir hale gelmesi kullanıcıları kütüphanelere gitmeden evinde bilgisayar başında kolay erişimi sağlamıştır. Artık meraklıları müzeleri bir tık mesafesinde gezebilmekte, erişilemeyen pek çok kültürel öge dijitalleşme sayesinde ziyaretçilerin evine kadar girmektedir. Çevrimiçi erişilen e-kitap, müzik dosyaları, bilgisayar programları, gazete, dergi ve fotoğrafların maliyetinin düşük olması da onu cazip hale getirmektedir.

Dijital teknolojilerin sunduğu imkânlar ekranların görme ve görünme kültürü üzerindeki etkisinin artmasını sağlamıştır. Ağ teknolojilerinin sağlamış olduğu görünürlük duygusu hem kişinin bireyselliğini hem de içinde bulunduğu toplumsal ortamın ve sosyal ilişkilerin yapısını etkilemektedir. Çünkü kültürler görsel araçları kullanarak kendilerini fiziksel olarak ortaya koymaktadır Bu sebeple dijital mecralarda neyin hangi amaçla, ne kadar, nasıl görünürlük kazandığı ciddi önem kazanmaktadır. Öyle görülüyor ki günümüzde dijital alanların kullanımı, yönetimi ve

organizasyonu toplumsal ya da bireysel hayatta etkin olabilmek için zorunlu bir hal almıştır (Ertem, 2014: 127).

Dinin dijital dünyada kolektif kimliğin temel dinamiklerinden birini oluşturması nedeniyle koruma ve anlam sağlama özelliği vardır (Tatar, 2018: 140-145). İnanç, tutum, değer ve birtakım davranışları içeren din; bireyin hayatında bir ideolojiden ibaret olmayıp aynı zamanda onu dönüştüren bir etkiye sahiptir (Batson, 2017: 5). Toplumlari bir arada tutan din aynı zamanda bireyde aktif bir vicdan inşa ederek toplumsal kontrolü sağlamaktadır. Erikson'un dinsel olarak tarif ettiği şey, bir topluluğun üyeleri tarafından onaylanan ve paylaşılan bir davranış ve düşünce biçiminin aynı zamanda saygı duyulup yüceltecek bir nesne ile davranışlara yön veren bir düzenleme sunmasıdır. Eğer bir din bireyi doğru davranışı yapmaya yöneltiyorsa bir yığın öğreti ve ideoloji yığınınından daha faydalıdır. İnsanın yaşamını sürdürebilmesi için kendisine yol gösterecek bir düşünce sistemine ve yüceltici bir nesneye ihtiyacı vardır. Hayatımızda sosyal ilişkilerimizde nasıl davranacağımızı gösteren bir harita olmazsa doğru davranma imkânını yitirebiliriz. Çünkü toplumla sağlıklı bir iletişim kuran birey doğru olduğunun güvencesini ve huzurunu hisseder. Dinsel yapı sosyo-ekonomik yapı ve karakter yapısı ile ayrılmaz bir bütündür. Bu sebeple dinin sosyal karakterle uyuşması ve toplumsal pratikler ile çelişmemesi gerekmektedir (Fromm, 2019: 174-175). Belirli bir dinî geçmişe ve değerlere mensup birey internette dinî kimliğini teyit ettirerek daha geniş bir ortak inanç topluluğuyla bağlantıya geçebilmektedir. Bu ortak dinî kimlik bir dizi inanç ve değerın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Çevrimiçi bir araya gelen aynı dinî değer ve inanca sahip toplulukların destekleyici dinî anlatımları sayesinde dinî motivasyonları artabilmektedir (Cambell, 2013: 10-19).

İnternet teknolojisinde 4 temel dinî kullanım alanı tanımlayan Cambell ilk olarak internetin manevi deneyimleri kolaylaştıran bir ortam olduğunu ifade etmiştir. Bu amaca hizmet eden internet, siber uzama katılan insanların ruhsal tekâmül yolculuğunda bir araç olmuştur. İkinci olarak internetin dini kullanıma uygun bir alan olması bilinçli olarak orada inşa edilen çevrimiçi kutsal ortamlar ile mümkün olmuştur. Üçüncü olarak internet bir dini veya dinî uygulamayı teşvik etme aracı olarak dindar insanlarla bağlantı kurabilen bir kaynak halini almıştır. Nasıl ki ağ teknolojisi, kullanıcıların ve tasarımcıların güdülerini ve isteklerine göre içerik üretiyorsa dinî faaliyetler alanında da hizmet vermesi, dinî hedeflere ulaşmak için

çevrimiçi uygulamalar olması onun dinî hayatı onaylayan bir teknoloji olduğunu göstermektedir. Çünkü internet coğrafya ve zaman sınırı olmadan ortak inanç ve kanaat sahibi insanların bir araya gelmesini sağlayarak dinî hayatlarını onaylar. İnançlarını doğrulayan dinî argümanlara erişimi teşvik ederek, çeşitli dinî tartışmalar ve münazaralar düzenleyerek geçmişten gelen anlam mirasımızı ileriye taşır (Campbell, 2005: 9-12). Bunun yanında dinlerin dijital medyada bireysel, toplumsal, ekonomik, siyasal, ideolojik gayeler ve reyting uğruna istismar edildiğinin geçmiş örneklerini bulabilmek mümkündür (Okumuş, 2014: 93).

2.2. Dinin Dijitalleşmesi

Teknoloji ile oluşan kitle iletişimi, dijital dünyaya kapı aralarken toplumsallığı yeniden üreterek iletişim, etkileşim, dijitalleşme üçlüsü olarak varlık göstermeye başlamıştır. Bunun bir yansıması olarak tüm geleneksel dinler kendi inanç sistemlerini dijital platformda tanıtmaya imkânı bularak geniş bir alana yayılmıştır. Bu yönüyle dijital medya araçları tüm disiplinler gibi dinî hayatı da yeniden biçimlendirme gücüne sahip olmuştur. Artık dini öğrenme araçlarından biri sayılan iletişim teknolojileri dinî anlatım, dinî içerik ve dinî tecrübelerin paylaşıldığı bir alan olarak hayatımıza katılmıştır.

İnternetteki dinî uygulamaların dinin kapsayıcı inançlarına uyarlanabileceği gerçeği bireylerin interneti dini amaçlarla da kullanabileceklerini göstermektedir. Teknoloji salt sosyal amaçlar için değil dinî amaçlar için de evcilleşebilmektedir. Dindar kullanıcılar teknolojiyi tasarlayarak interneti kendi değerleri doğrultusunda kullanabilmektedirler (Cambell, 2010). Dijital medya bu özelliği ile birey ve toplum nazarında tutum belirleme, organize olma, sosyalleşme ve kültür aktarma işlevi görerek dinlerin mesajlarını toplumlara aktarılır kılmaktadır (Arslan, 2016: 9).

İnternet kullanıcılarının en yüksek orana ulaştığı günümüzde dinî bilgi ve uygulamaların çevrimiçi geniş kitlelere ulaşması yapılan hizmetin nicelik ve nitelik bakımından kalitesinin artmasını sağlamıştır. İnternetin din mensuplarına geniş çapta iletişim imkânı sunması, dinî içeriklere anında erişim sağlaması, dinî görüş ve fikirlerin özgürce ifade edildiği bir platform oluşturması sebebiyle birçok avantaja sahiptir. Resmî dinî grupların yanında insanların inançları hakkında etkileşimde buldukları, paylaşım yapabilecekleri, tartışabilecekleri ve hatta çevrimiçi tören ve ritüellere katılabilecekleri “ev yapımı” dinî web sayfaları oluşturulmuştur (Helland,

2005: 1-2). Bu sanal platformda dinî iletişim yazılı, sesli ve görüntülü içeriklerle muhataplarına ulaşarak dinin tanıtılmasına, dinî bilgi ve uygulamaların geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

Bilginin tezahürü, etkileşimi, yayılımı, üretimi, akışı gibi çeşitli boyutlardan oluşan dijital medya, dinin de geniş bir yelpazeye yayılmasını sağlamıştır. Bilgi (kutsal kitaplar, peygamberler), görsellik (animasyonlar videolar) ve anlatım (dinî kıssalar, fikirler, kahramanlar) ile farklı toplum kesimlerine uzanan din zengin bir dinî kültür üretimi gerçekleştirmektedir. Her türden dinî inanç ve düşünceden insanı bir araya getiren sanal ortam tüm kurumsal otoritelerin hiyerarşisini bozarak dinî düşünce ve eylemlerin özgürce ifade edildiği bir zemine taşımıştır (Akgül, 2017: 201). Dinin sanallaşarak siber uzamda yayılımı ve çevrimiçi pratiğe dökülmesi süreci “dijital din” olarak adlandırılmaktadır (Gökbayrak, 2021: 106). Dijital din olarak isimlendirilmesi ise 2010’lu yıllarda konferans ve sempozyumlarda dile getirilmiş, Campbell’in “Dijital Religion” çalışması ile kavram haline gelmiştir. “Sanal din” ve “religion online”, “siber din” kavramlarından farklı olarak çevrimiçi dinî pratiklerin çevrimdışı dinî pratiklerle, çevrimiçi (online) uzamda çevrimdışı (offline) dünyayı birbirine bağlayan köprü vazifesi olarak görmeye olanak sağlamasıdır. Bu sebeple dijital din söylemindeki din kavramı gelenekselden öte devingen ve akışkan bir görünüme sahiptir (Campbell, 2013: 17).

Dinsel ağ olarak ifade edilebileceğimiz bu olgu, dijital platformlarda yansıtılarak dinin yeni bir üslup ve görünüme sahip olmasıdır. Din ve dijital varlık arasında çift yönlü seyreden bu ilişkide ağ teknolojisi söylem, ifade şekli ve akışla kendini dinî alana yansıtmaktadır. Bu akışta önemli değişimlere uğrayan dinî anlam, eylem ve nesnellikler daha da hızlanıp yayılım göstererek dijital bağlamın içine yerleşir. Diğer taraftan din de ağ düzeninden tek yönlü etkilenmeyerek kendisine bir temsil alanı açmaya çalışmaktadır. Küresel bağlama yerleşen din, kendi çizgisine uygun bir dil keşfederek en uzak mesafelere uzanmış, dijital dünyayı bunun aracı haline getirmiştir. Ağ toplumu faaliyetlerini tüm dünyaya taşırken din de küçük topluluklar tarafından temsil edilse bile bütün dünyada yayılım göstermektedir (Yıldırım, 2019: 16). Türkiye’de faaliyet gösteren birçok dinî grup bunlara örnek olarak gösterilebilir. Bununla birlikte bu alanları kullanmanın bedelleri sık sık kendi iç sistemlerinden verdikleri tavizlerle ödenmektedir.

Kitle iletişim araçları vasıtasıyla interaktif bir ortamda dinlerin kendilerini temsil etmesi dinî ilgiyi artırmıştır. Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet gibi ilahi dinlerin yanında uzak doğu dinleri, çeşitli dinî grup ve cemaatlerde iletişim teknolojilerinin sunduğu imkânlardan yararlanarak mesajlarını dijital medyaya aktarmaktadırlar. Dijital medyada dinler muhataplarına kutsal metin okumaları, vaazlar, bağış, dinî mesaj ve dua paylaşımları, ritüeller gibi dinî yaşayışa ilişkin faaliyetler sunmaktadır. İnternetin interaktif olma özelliği ile bir Yahudi ağlama duvarına dua gönderebilmekte, kutsal mekânlara sanal gezi yapabilmekte, milli ve dinî bayramları sanal cemaatler ile kutlayabilmektedir.

Dijital medyada dinin yer bulması dinî eğilimin yükselişe geçme nedenlerinden biri olarak sayılmaktadır. Barna Grubu'nun Hristiyanlar üzerinde yaptığı bir araştırmada 2013 yılında Y kuşağının %54'nün inanç ve maneviyatla alakalı videolar izlediği ortaya konmuş, 2021 yılında gençler arasında dinî video izleme oranının daha da yükseleceği öngörülmüştür (Conrad, 2018).

Dijital medya dinî alanlarda birçok imkân sağlarken bazı sınırlılıkları da beraberinde getirmektedir. “Yayılması, dönüşmesi veya görünür hale gelmesi kendine has metotlarla ortaya çıkmaktadır. Örneğin dijital ortamlar bir taraftan modern dünyanın seküler ayağına hizmet ederken, diğer taraftan dinî grupların özellikle ticaret mekanizması sayesinde sekülerleşmesine neden olmaktadır” (Karaaslan, 2015: 36). Dinsel unsurlar, dinî pratiklere yardımcı ürünler, dijital piyasa mantığına dâhil edilmektedir. Dijital pazarın yaygınlaşması dinî sembol ve değerlerin ağ teknolojisinde yer bulmasına ve ticarileşmesine imkân sağlamaktadır. Bu durum dinsel dilin ruhanî tarafını kaybettirirken dinî bilginin pratiğe dökülmesinde de bir takım zafiyetler ortaya çıkarmaktadır (Yıldırım, 2019: 19). Örneğin günümüzde kullanımı yaygınlık kazanan namaz kıldıran seccade namazın zahmetsiz öğrenilmesini ve uygulanmasını sağlarken diğer yandan bu ibadeti fiziksel bir ritüelden ziyade dijital mecralardan ibaret saymaktadır. Ya da din adamlarının çevrimiçi vermiş olduğu vaazlar halkın dinî bilgisini artırırken diğer yandan da din öğrenmenin alışılmış biçimlerini ortadan kaldırmaktadır (Karaaslan, 2015: 36).

Her ne kadar dine ilginin artması söz konusu ise de medyada sunulan dinî içerikli bilgilerin güvenilirliği sorgulanmaktadır. Özellikle gündelik yaşama dair sorularda muhatapların farklı yanıtlar alması, literatüre aykırı bilgi paylaşımı, ideolojik amaçlı kurulmuş dinî sayfalar kafa karışıklığına sebebiyet vermektedir. Dinî bilgiyi aktaran

sitelerde bir kontrol mekanizmasının bulunmayışı dinî bilginin eksik ya da yanlış iletilmesine neden olabilmektedir. Bozok Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada katılımcıların %62.7'si dijital medyada yer alan dinî bilginin güvenilirliği konusunda şüpheyi düşüklerini belirtmişlerdir (Vardı, 2013: 84).

Dijital teknolojide yaşanan değişimler yeni tanım ve kavramsallaştırmaları beraberinde getirmiştir. Dinin dijitalleşmesi ile literatüre giren ve çalışmamızda yer vereceğimiz başlıca kavramlara değinmek konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

2.2.1. Sanal Din

“Dijital çağ; yeni dindarlık tipleri, yeni bir din anlayışı, medya dindarlığı, sanal din gibi sentetik bir din anlayışının ortaya çıkmasında temel etkenlerden biri olmuştur”. Gerçek hayatın siber düzlemde sanallaşması dinî alanı da kuşatmıştır. 1990'lı yıllardan 2000'li yıllara kadarki süreçte dine dair sunulan her şeyin internet ortamında yer bulması “sanal din” kapsamında değerlendirilmiştir. Sanal din insan hayatında önemli bir yer teşkil eden dinin internet ortamında kendini göstermesidir. (Haberli, 2014: 22). Siber uzamda gerçek din siber dine dönüşmüş ve siber din gerçek dini sanal dine dönüştürmüştür. Dinle alakalı tüm pratik ve öğretiler sanallaşarak siber dinin pratik ve eylemleri haline gelmiştir (Çamdereli, 2018: 45). Sanal ortama taşınan din, web siteleri, Youtube kanalları, sanal dinî cemaatler ile yeni iletişim ortamında varlık bulmaktadır.

2.2.2. Religion Online/ Online Religion

2000'li yıllardan sonra interaktif bir internet ortamının sağlanması Helland'ın “religion online/ online religion” şeklinde kavramsallaştırmasına neden olmuştur. Bugün internet ortamındaki dinî sunum şekillerini ifade eden “religion online” ve “online religion” kavramları kullanılmaktadır. Religion Online yukarıdan aşağıya bir iletişim sürecinin hâkim olduğu dinî sunumlardır. Genellikle dinî grup ve organizasyonları dikey iletişimle mesajlarını halka ulaştırmaları sağlanırken, din adamları web siteleri ya da bloglar aracılığıyla tanıtımlarını yapmaktadırlar. Kullanıcı kaynaktan alıcıya doğru giden bu iletişim süresince pasif kalmakta ve verilen içerikle yetinmektedir. Kiliselerin web siteleri veya Diyanet İşleri Başkanlığı'nın resmi web sitesi bu tarz sunum şekline örnek olarak verilebilir. Online Religion ise yatay bir iletişim sürecini ifade etmektedir. Bireylerin

birbirleriyle etkileşim içinde bulunacakları, sanal ritüellere aktif katılım sağlayabilecekleri veya sanal dinî cemaat oluşturabilecekleri ortam sağlanmaktadır (Haberli, 2014: 23). İnteraktif olma özelliği taşıyan bu iletişim sürecinde dinî medya hem tüm faaliyetlerini geniş kitlelere ulaştırma imkânı sağlamış hem de geleneksel olanın dışına çıkarak yukarıdan aşağı doğru dikey iletişim formunu değişime uğratmıştır. Geleneksel anlayışla “Kaynak aktif, alıcı pasif iken medyanın interaktif özelliği sayesinde alıcı aktif duruma gelerek, gerektiğinde medyanın içeriğine müdahale etme ve kendi içeriğini oluşturma imkânına kavuşmuştur”. Sunulan içerik dinamik bir yapı kazanmış, değişken ve akıcı olması sağlanmıştır. Bu durum bireyi bilginin tüketicisi durumundayken bilginin üreticisi konumuna getirmiştir (Haberli, 2014: 35).

Çevrimiçi bireyin tek taraflı bilgi edinmeden ziyade çift taraflı bir iletişim kanalı kurması dinî katılımı artırmıştır. Hristiyan web sitelerine bakıldığında (www.aic.org) gibi dinî otorite kanallarının “Çevrimiçi Dua Talep Formu” gibi bireyi içeriğe davet eden etkinlikleri göz ardı edilemeyecek bir etkileşim sağlamaktadır. Çünkü dinî grupların web sitelerini yapılandırma biçimleri doğrudan iletişim türüne yansımakta ve tüm üyelerin karşılıklı ve eşit düzeyde katılımı etkileşimi artırmaktadır (Helland, 2005: 1-2).

2.2.3. Sanal Dinî Cemaatler

Dinî toplulukların dijital medyayı kullanımı dinî bilgiye erişimden ibaret değildir. Dinlerin önemli misyonlarından birisi dinlerini yaymak ve cemaatlerini tesis etmek olmuştur. Sanal mecrada dinler mensuplarını hem faaliyetlerinden haberdar ederken hem de internet üzerinden kendi topluluklarını oluşturmaktadırlar (Haberli, 2014: 96). Siber uzamda dinin dijitalleşerek sanal ortama taşınması çevrimiçi dinî cemaatlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Enformasyon-iletişim teknolojilerinin yaygınlık kazandığı dijital çağda artan hiper-bireysellik ve yalnızlık sanal cemaatleşmeye yönelik ilgiyi artırmıştır. Fiziki mekândan bağımsız milyonlarca kullanıcının siber uzamda bir araya gelmesiyle oluşan sanal dinî cemaatler bir yandan toplumsal bağların zayıflamasıyla ortaya çıkan cemaat açlığını giderirken diğer yandan kullanıcılara dinî deneyim imkânı sağlamıştır (Harmanlıoğlu, 2015: 70).

Sosyalleşebilirliğin günümüzdeki karşılıklarından biri olan sanal cemaatler uzak mesafelerden kuvvetli bağlar kurmaktadır. Bireyselleşen aile yapısına getirmiş olduğu yalnızlık duygusu “ağ bağlantılı bireysellik örüntüsü” ortaya çıkarmaktadır. “Bu örüntü ile bireyler ilgi alanları, değerleri, yakın ilişkileri, proje ve planlarına bağlı olarak çevrimiçi kendi ağlarını inşa etmektedirler”. Bu şekilde tanışıklık kuran yabancılar aktif iletişim sonucunda ailenin günlük hayatına dâhil edilmekte, geleneksel sosyalleşme tanımlarını değişime uğratmaktadır (Castell, 2020: 187-188).

Yerel topluluklardan daha zengin içeriğe sahip sanal dinî cemaatler aynı dinî inanç ve pratikler etrafında toplanan kullanıcıların ortak çıkarlarına dayanan özelleştirilmiş topluluk olarak tanımlanabilir. Bu siber topluluklar bireyi kolektif bir dinî kimlik duygusuyla bağlantılı hissettirerek kişisel dindarlık ve maneviyatla ilişkilendirmektedir (El-Nawawy, 2009: 55-79). İnternetin eşitlikçi yapısı sayesinde farklı yapıdan pek çok katılımcı ile iletişimde bulunulması bireye duygusal ve sosyal destek sağlamaktadır. Birey gündelik hayatında karşılaştığı bir takım olumsuz durumlar karşısında üyelerden yardım talep edebilmekte, dinî pratik olarak dua destek grupları ile duygusal ve bilişsel tatmin imkânına sahip olmaktadır (Narmanlıoğlu, 2015: 90). Sanal dinî cemaatlerin bir araya geldiği sayfalarda dinî nasihatler, kutsal kitaplardan pasajlar, haftalık bültenler, peygamber sözleri paylaşılarak dinî duyguların canlı tutulması amaçlanmaktadır. Dinî grup ve organizasyonlarda kiliselerin oluşturduğu sanal cemaatler dua destek gruplarının en iyi örneğini oluşturmaktadır. Bunun yanında geleneksel toplumda pek yayılım gösterememiş dinî marjinal gruplar da kendi ideoloji ve inançlarını sanal ortamda özgürce ifade edebilmişler, sanal dinî cemaatler vasıtasıyla yayılım göstermişlerdir (Haberli, 2014: 95).

2.2.4. Sanal Dinî Ritüeller

Medyadan daha önce pasif olarak dinlediğimiz dinî programlar, internet teknolojileri ile daha farklı bir boyut kazanmış, zaman ve mekândan bağımsız dinî tecrübe yaşama imkânı sağlamıştır. Resmî dinî kurumlar aracılığıyla meydana gelen cemaatler yanında bireyler farklı dinî grup ve cemaatler aracılığıyla da sosyal medya platformlarında bir araya gelmektedir. Bu dinî topluluklar çift taraflı etkileşim içinde yer alarak dinî ritüelleri yerine getirmektedir. Din mensupları sanal ortamda dua etme ritüellerine katılmakta ve kutsal mekân ziyaretleri yapabilmektedir. Sanal dinî uygulamaların en çok yayılım göstereni dua etme ritüeli olmuştur. Instagram,

Facebook, gibi sosyal medya sayfalarında, kişisel bloglarda, forumlarda ve sohbet odalarında dua taleplerine sıkça rastlanmaktadır. Görsel-işitsel ve üç boyutlu teknolojinin gelişimi ile sanal hac uygulamaları da popülerlik kazanmıştır. (Haberli, 2014: 101).

Sanal dinin, inanç sahiplerinin maneviyatını güçlendirdiğini ve bireyler üzerinde olumlu etkileri olduğunu vurgulayan Oliver Krüeger online dinin dinî ritüelleri tamamlayıcı etkisi olduğunu ifade etmiştir. Ona göre dinî web sitelerin dört önemli fonksiyonu vardır; “temsil edilen dinin misyonunu içeren haftalık bültenler, dinî konuların paylaşıldığı formlar, sohbet odaları ve tartışma formları, dinî öğreti, nasihatler ve sanal ritüeller, dinî kitap, Cd veya dinî ritüellere ait eşyaların satışı gibi ticari faaliyetler” (Haberli, 2014: 48).

Dinî yaşamı daha erişilebilir ve yaygın hale getirme 2020 yılında dünyada hızlı yayılım gösteren Koronavirüs (Covid-19) ibadetleri sanal ortama taşımıştır. Tarihte ilk kez Vatikan’da Katoliklerin ruhani lideri Papa Francis, Pazar ayinini internet üzerinden telekonferans yoluyla yapmıştır. Güney Kore gibi Asya ülkeleri virüs sebebiyle tapınakları ve kiliseleri kapatarak ayinlerin internete üzerinden gerçekleştirmek için gerekli ortamı hazırlamışlardır. Müslümanların hac ibadetini gerçekleştirdiği Mescid-i Haram’da tavaf ve say alanları kapatılarak sadece namaz ibadetine izin verilmiştir. Türkiye’de salgın hastalık nedeniyle bir süre kılınamayan Cuma namazları sanalda icra edilmemiştir. Dijital dünyaların birleştirilmesiyle oluşturulan Metaverse bu alanda yeni tartışmaları beraberinde getirmiştir. Diyanet İşleri Başkanlığı kutsal mekânların tanıtımını amaçlayan dijital çalışmaların sanal ortamda gezilebileceğini fakat bunun bir hac ibadeti yerine geçemeyeceğini belirtmiştir (DİB, 2022).

Fiziksel ortamda gerçekleşen ritüellerden farklı olarak sanal ritüellerin daha yüzeysel boyutta kaldığı söylenebilir. Dinî ritüellerin internet ortamına transfer olması zaman ve mekân unsurunu ortadan kaldırarak kolay yayılım göstermesi avantajını sağlarken bireydeki manevi hissiyatı azaltması dezavantaj olarak görülebilir.

2.3. Dijital Gerçeklik ve Din

Dijital alanlar internet kullanımını bilen herkese açık olduğundan onu toplumu ilgilendiren hemen her alanda söz sahibi kılmıştır. Ağ teknolojisinin imkânlarından siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlar kadar dinî kurumlar da yararlanmaktadır.

Dinî unsurlar dijital ortamlarda etkileşime geçmeyi ve görünür olmayı önemsemektedirler (Karaaslan, 2015: 33). Bu rağbet kimi zaman dijital teknolojilerde ortaya çıkan yapay algının gerçek dünyadan farklı olmasına yol açmıştır.

Sanal medyada gerçekliğin temsil edilmesi, gerçeğin yeniden yorumlanarak şekillendirilmesi anlamına gelmektedir. Temsil, gerçek anlama eklemeler yaparak onu başkalaştırır ve yeniden kurgular. Bu kurgu gerçekliği anımsatırken aynı zamanda onu doğal gerçeklikten koparıp çarpıtmaya meylettiren bir çağrışım yapar. Dijital medya toplumlar ve kültürel öğeler arası ayrımlar yapmadan kendisine hizmet ettirdiği alanları ikincil bir gerçeklikte imha eder. Kendi varoluşunu sürdürmek yegâne gayesi olduğundan popüler kültürü beslerken öznesi ve nesnesi kendi olan gerçekliğini dayatır (Çamdereli, 2018: 15). Bu durum gerçekliğin içinin boşaltılmasına, yaratılan yapay bir ortamın dünya ile sanal gerçekliğin iç içe geçmesine yol açmıştır. Bu sanal gerçeklik sebebiyle hiçbir şey gerçek anlamı üzerinden idrak edilememekte; idrak, suret ve semboller üzerinden gerçekleşmektedir (Maşalı, 2019: 6).

Dijital dünyada dayatılan gerçeklik somut olanla sanal olanın sınırlarını bulanıklaştırmaktadır. Bu sınırlar içinde var olmaya çalışan insanın gerçeklik algısı belirsizleşir (Şişman, 2016: 22). Baudrillard gerçeğin modeller aracılığıyla tüketilmesini “hiper-gerçek” yani “simülasyon” olarak adlandırmaktadır. “Simülasyon gerçek ile sahte ve gerçek ile düşsel arasındaki farkı yok etmeye çalışır” (Karapınar, 2017: 12). Ona göre düşsellikten yoksun sentetik bir gerçeklik hiper-gerçekliğe dönüşmüştür. “Gerçeklik aşırı” bir etkiye sahip olan iletişim teknolojileri düşünceyi ve gerçekliği kuşatarak kontrol edilebilir bir güç kazanır. Hakikate nazaran hiper-gerçeğe sığınan bir toplum yapısı ortaya çıkmış, hiper-gerçeklik bir hakikat olma iddiasında yol alırken sanal ile gerçeklik arasında belirsiz bir hal almıştır (Baudrillard, 2011: 30). Böylelikle sanal yaşam diğer tüm alanlar gibi toplumun ortak esaslarda birleştiği dini de kuşatarak dine ve dinî ritüellere karşılık gelen tüm tanım ve eylemleri sanal dindarlara benimsetmiş, oluşturduğu hiper-gerçekliğin hiper hazzını yaşatmıştır (Çamdereli, 2018: 45).

Her şey görünür oldukça gerçek imha olmaktadır. Dijital medyada her gün karşılaştığımız sefalet ve şiddet içerikli görseller etki gücünü kaybederek gerçeğin transferini yansıtamamaktadır. Wolf bu tepkisizliği tahayyül ve empati gücünün

zayıflamasına bağlayarak, acıya seyirci kalan bireyin görüntü bombardımanı altında kalarak görüntüye yabancılaştığını dile getirmiştir. Bireyin görüntüdeki gerçeklik algısının anlam dünyasında yer bulması, aşırı görüntü üzerinden yok olduğundan, gördüklerinin gerçekliğini hissedemez olmaktadır (Şişman, 2016: 48). Bu enformasyon tüm disiplinler gibi dine de sirayet etmiş ve dinî ilke ve sınırlılıkların bulanıklaşmasına sebep olmuştur.

Siber uzam hâkimiyet kurduğu alanları gerçek uzamdan bağımsızlaştırarak üyelerini kendi egemenlik alanında hapsetmektedir. Kendi içinde hem kural üreten hem yok sayan medya, dinsel uzamda yapılması hoş görülmeven bir davranışı mubah sayabilir. Camide ya da kilisede dikkat edilmesi gereken terbiye kurallarına sanalda uyma zorunluluğu hissedilmez. Medyada dine ait bir ritüel icra edilirken birey ekran karşısında rahat oturarak öte beri atıştırabilir. Burada izleyicinin, dinleyicinin duyarlılığının önemi yoktur. Önemli olan medyanın dikkatleri üzerinde toplaması, ilgiyi diri tutarak kendisine sabitlemesidir (Çamdereli, 2018: 19).

2.4. Dinî Bilginin Aktarımı

Dijitalleşme ile dinin dijitale aktarılması bir takım radikal değişimleri beraberinde getirmiştir. İlk çağdan bu yana mesajlarını toplumlara iletmek adına tüm imkânlardan yararlanan din, dijital kültüre kısım kısım eklenerek siber uzamda yer bulmuştur. Dinî öğreti ve ritüelleri tanıtıcı faaliyetlerle topluma aktaran medya, dini dijital muadillere dönüştürürken içerik ve pratikler de doğal olarak etkilenmektedir. Dinî bilgi ve eylemler görsel, yazısal ve işitsel olarak medyada yeniden vücut bulurken dijital din kurgusuyla yeniden formatlanmış olmaktadır (Çamdereli 2018: 45).

Dinî söylem ve tartışmalar 1990'lı yıllarda ülkemizde gelişme gösteren dijital medyada yer almış, dinî referans olarak kabul edilen birçok kitap dijital ortama aktarılmıştır. Daha önce sınırlı bir alanda (radyo, televizyon) boy gösteren dinî medya bugün sosyal medya, Whatsapp grupları, mesaj paylaşımları, bilgisayar programları, telefon ve tablet uygulamaları, kablosuz kapsama alanları gibi daha birçok alana nüfuz etmiştir. Bu süreçte bilginin kaynakları, aktarımı, eğitimi ve öğretimi ile algı, etki ve rolü değişmiştir. Görsele hitap eden ilgi çekici sunumuyla din kısa vadede toplumu etkisi altına alan sanal bir yığın oluşturmaktadır (Varol, 2019: 12-15). Kitap eksenli çalışmalar artık yerini web sayfalarına, grafik tasarımlarına, dikkat çekici renklere ve sembollere bırakmaktadır. Dinî çoğulculuğun

yeniden keşfedildiği modern zamanda dinî akımlar öncelikle dijital düzlem içine yerleşerek irşat, tanıtım ve etkinlik oluşturma çabasına girerken dijital ağın doğasından etkilenmektedirler. Dine dair olan her şey küresel imgeler ve çevreler ile etkileşime sokularak akışa dâhil edilmektedirler. Artık küresel bir nitelik kazanan dinî çarpıtma imkânı da ortaya çıkabilmektedir (Yıldırım, 2019: 16-19). Bunun sebebi toplumlarda zaman ve mekânı sıkılaştıran küreselleşmenin din ve dinî kültürü de küresel bütüne çekerek gelenekten uzaklaştırıp otantikliği kaybettirmesidir. İçeriği boşaltılan dinî değerlerin tüketim kültürü içinde metalaşan bir unsur haline gelmesi inançları değer kaybına uğratmaktadır (Çapçuoğlu, 2008: 153).

Dinî bilgi edinme sürecinde yaşanan bu gibi durumlar otorite ve otantiklik sorunu beraberinde getirmektedir. Otantiklik kavramı, bilginin gerçekliğinin veya doğruluğunun kalite düzeyine işaret etmektedir (Haberli, 2020: 891). Dijital medya ortaya çıkan dinî uyanışın kişisel kimlik ve sosyal güvenlik duygusuna hitap ederek bireyin ilgi ve yönelimlerinin tatmin edildiği dini bir anlayış sunmuştur. Bu dönüşüm dinî yönelimin doğasını değiştirmiş, dinî kaynak ve otorite merkezli otantik din anlayışı yerine “modern dinî sosyalizasyon” olarak karşımıza çıkmaktadır (Akgül, 2017: 201).

Dijitalde din iki fonksiyonu ile öne çıkmaktadır. Medyadaki dinî bilgilerin aktarımı dinî sosyalleşmeyi oluştururken, dinî kültürün geniş kitlelere erişimini sağlar. Ayrıca rol-model olarak sunulan karakterlerin çeşitli programlarda öne çıkarılması dinî tutum ve davranışların ona göre düzenlenmesine ve taklit edilmesine yol açmıştır (Arslan, 2016: 9-10). Dinî içerik ve söylemlerin daha çok kitleye ulaşması adına medyatik kurguya adapte edilmesi, ilgi çekici ve eğlenceli bir forma bürünmesine neden olmaktadır (Eken, 2020: 63). Medya, doğası gereği gizliliği ihlal ederek birçok uyararla toplumları etkisi altına almaktadır. Görüntünün ve bilginin parçalanması, manipülasyon ile montajlama ve otantik iletişimi engelleyerek oluşturduğu gerçeklik algısı maddiyattan ziyade manevi alanımızı bağımlı hale getirmektedir. (Valle, 1992) Çünkü din ve medyanın kamusal alanda kurumsal güçler olarak var olmasının da belli ölçüleri vardır. Hoover'a (2002: 300-305) göre medyaya nazaran dinî kurumlar kamusal söylemde kendi yolunu bulmasını sağlayan kural ve prosedürler gereği ortaya çıkan mücadelede kaybeden taraf olarak görülmektedir. Çünkü medya dinin toplumdaki yerini gasp ederek, dijital medyanın değer sistemine şekil vermektedir. Örneğin dinin amacı olan çıkarların, motivasyonların, tatminlerin ve enerjilerin

büyük bir kısmının televizyon tarafında çalıştığını, televizyonun bir tür din haline geldiğini ifade eder. Bu sebeple dindar insanlar geleneksel dinî değerleri ve inançları tehdit ettiği için medyadan korkmaktadır (Valle, 1992). Dünyevi bir işleyiş biçimine sahip olan kitle iletişim araçları dinî amaçlarla kullanılırken bu gibi dezavantajları beraberinde getirmektedir (Arslan, 2016: 9-10).

Modern çağda dinselleşme eğilimi gösteren popüler kültür ile kutsal bünyesine alan medya, dinin yerine temsillerini yerleştirmeye çalışmaktadır. Dinin ne olduğundan ziyade medya dininin ne olduğu tek gerçekliktir. Medyada görsel, metinsel ve işitsel niteliğe dönüşen din, siber düzlemde sanallaşmaktadır. Siber uzamda gerçek din bir siber dine dönüşür. Dine ait tüm ritüel ve edimler sanalda dijital muadillerine dönüşerek zaman içinde dinin pratikleri ile birlikte içerik değişimine uğraması kaçınılmazdır (Çamdereli, 2018: 45). Belirsiz, üstü kapalı çağrışımlarla sunulan simgeler toplumsal kodlara atıfta bulunarak yayılır. Asıl geriye çekilir ve geriye simge kalmaya başlar. Artık nereye bakılırsa bakılsın daima üretilen kutlu simgelerle yüz yüze gelinir ve kurulan “simülatif” bir dünyada din adına konuşmaya devam ederler (Şakar, 2009: 28).

Gerçeğin gözden yitişi ve yerini anlamlandırmanın aldığı sanal mecrada din de pazarlandığı kadar değer görmekte ve pazarlandığı için araçsallaştırılmaktadır. Bu sebeple hayatın kutsiyeti üzerine odaklanan din dijital teknolojilerin akışkan zemininde yer aldıkça bir takım riskler taşıyarak gündemde kalmaya çalışacak ya da medyanın sulandırma özelliğinden kaynaklı kutsallık anlayışında sorunlar yaşayacaktır (Tatar, 2018: 136).

2.5. Dijital Medyada Yer Alan Dinî İçeriklere Yönelimin Din Anlayışına Etkisi

Dijital medyada dini konularla ilgili yapılan araştırmalar geleneksel din anlayışlarında birtakım değişiklikler meydana getirmektedir. Modern çağda yaşanan sekülerizm, kurumsal dindarlığın düşüşü, bireysel dindarlığa yönelim, yeni dindarlık tiplerinin ortaya çıkışı ve sabit dinî kimliklerden çoklu dinî kimliğe geçişin de dinî anlayışlarda etkisi görülmektedir.

2.5.1. Sekülerizm ve Kurumsal Dindarlığın Düşüşü

Bilim ve teknolojinin ivme kazandığı modern çağda dinin toplum ve birey üzerindeki etkisinin azalması sekülerleşme teorisi ile açıklanmaktadır. Dünya görüşleri, değer sistemleri ile barış içinde yaşayacakları iddia edilen sekülerleşme ve modernleşme

birbirine bağılı süreçler olarak görülmektedir. Sekülerleşme deyince akla ilk gelen dinî kurumlardan bağımsız bireyin kendi seçimlerine göre dinini yaşaması ve dinin günlük hayattaki etkisinin azalmasıdır (Köse, 2020: 37). Son yıllarda kurumsal dine karşı yabancılaşmanın artması araştırmalara konu olmuştur. Her ne kadar dinî kurumlar toplumlar üzerinde etkilerini kaybetse de sosyal hayatta etkinliklerini kısmen de olsa sürdürmüşlerdir.

Aydınlanma devrinde din ile modern toplumun ilişkisini belirlemede kıstas kabul edilen sekülerleşme teorisi moderniteyi din karşıtı gibi göstererek modernite arttıkça dinden uzaklaşılacağını iddia etmektedir. Teori böylesi bir gelişmenin toplum için en sağlıklı olacağını da ilave eder (Berger, 2020: 100). Aydınlanmanın ilk noktası olan Avrupa'da aydınlanmış siyasal erkin kiliseyi millileştirmesi ya da aydınlanmış Cumhuriyet tarafından kilisenin bastırılması çatışmaya dönüşmüştür. Kurumsal desteklerden yoksun bırakılan kilisenin halkın gözünde itibarı düşürülerek bunda daha ileri giden Fransa gibi ülkelerde kilisenin kapısına kilit bile vurulmuştur. Matbaanın icadı, iletişim araçlarının ortaya çıkışı, İncil'in artık tüm halk kitleleri tarafından okunuyor olması dinî otoriteye başvurma ihtiyacını ortadan kaldırmıştır. Bu durum kurumsal dinin modernitenin değişen toplumsal yapısına cevap vermede yetersiz hale gelmesine ve bir algı operasyonu ile geri kalmışlıkla da itham edilmesine neden olmuştur. Aydın kesim iktidarla özdeşleşme içinde olduklarında dinden soyutlanma eğilimi göstermiştir. Yenilik peşinde olanlar dine karşı hasımca bir tutum sergilemişlerdir (Martin, 2020: 121). Kilise ile devlet arasında bağların çözülmesi bazı kırılmalara sebep olmuştur. Eğitim kilisenin tekelinden çıkarılmıştır. Kilise ahlaki normları belirlemede özelliğini kaybetmiştir. Bugün Avrupa'da kilisenin sunduğu inançları kabullenen insan sayısı azalmıştır. Aile kurma, çocuk sahibi olma, cinsellik gibi konularda dinî kurallar dikkate alınmamaktadır. Kiliseye gitme oranları düşmektedir (Berger, 2020: 42).

Sekülerleşmenin gerçekleşmeyeceği, dinin kaybolmayacağı, ritüellerde azalma olsa bile modern kapitalist yaşamın zorlukları, yabancılaşma, anomi halleri bireylerin kutsal saydıkları bir süjeye bağlanma hissiyatı yaratmaktadır (Okutan, 2013: 57). Bir zamanlar dünyanın daha dindar olduğunu ve şimdiye göre geçmişte dinî pratikleri daha fazla yapıldığı fikrini nostaljik bulan Stark (2020: 68) geçmişte kiliseye dini katılım oranının dindarlaşma ile ilgisi olmadığını savunmaktadır. Aksine kaynaklarda kurumsal dinî otoritelere karşı halkın geçmişte de gevşeklik içinde olduğunu

belirterek, fiziksel şartlar (kilise sayısının azlığı ve küçük oluşu gibi), dinî otorite baskısı, cemaatle yapılan ritüellere isteksiz katılım gibi sebepler üzerinde durmuştur. İnsanların dine yönelimlerine bakarak kurumsal dine ilginin düştüğü kanısına varmak doğru bir veri oluşturmayabilir. Kilise istatistiklerini sekülerleşmenin bir sonucu olarak görmek kurumsallaşmış din dışı eğilimleri de görmezden gelmek demektir (Köse, 2020: 141). Aksine modern toplumlarda önceleri kriz yaşayan din önemini koruyarak devam ettirmiş, sekülerizm belirlenen kapsam ve derecede etkisini gösteremediği için toplumda yaygın ve belirleyici olmamıştır (Berger, 2020: 101). Bunun yanında aydınlanmanın temel dinamiklerinin ömürlerini tamamladıkları dair görüşler vardır. Sosyal değişim mekanizmalarına bakıldığında uzun vadede yaşanan çözülme ile Fransız Devrimi'nin bile tarihte kaldığı söylenebilir. Artık dine karşı sadece olumsuzluk çağrıştırmayan yeni alanlar açılmaya başlanmıştır. Bu yeni alan devlet tekeline girmeyen ve herhangi bir baskı altında konumlanmayan bir din anlayışıdır. Bu güçlü dinî hayat devletten ayrı bir dindarlık ve gönüllü kuruluşların rol aldığı yerel teşebbüslü çalışmalardır.

Eğer tamamıyla sekülerleşmiş bir dünyada yaşamış olsaydık dinî kurumların ayakta kalması ve sekülerizme adapte olabilmeleri zor olabilirdi. (Berger, 2020: 42). Çünkü din hayatın her anında yaşanan elem, haksızlık ve kötülüklerde bir teselli olmuştur. “Modern sekülerizm bireylerin ferdî eylemlerini ve dünyadaki adaletsizlikleri teselli etmede bir işleve sahip değildir”. Manevi kapasiteden yoksun aydınlanma sekülerizmi dinin teselli kabiliyeti karşısında itibarını zayıflatmıştır (Berger, 2020: 102). İslam'da modernite ile gelen sekülerleşmenin aksine dinin bağlılığı artırdığı iddia edilir. İslam'ın en modernleşmiş temsili olan Türkiye 1920'lerde onlarca yıl devlet seküleritesi ve yarı resmi dinsizliği yaşamış bir ülke olmasına rağmen modernleşme ile dinî bağlılıkların arttığını ortaya koymuştur (Stark, 2020: 88). Toplumlar otorite saydıkları dini kurumları istikrarsız buldukları için kendisine rehberlik yapacak pozisyonda görmemektedir (Köse, 2020: 134). Bugün İslam'a girenler Hıristiyanlığın dogma ve inanç sisteminden dolayı değil aksine kilisenin seküler hale gelmiş yapısı ile ahlaki konulardaki dejenerasyonu sebebiyle dinlerini terk etmişlerdir. Bu yapıdan rahatsız olan insanların Hıristiyanlığın kendilerine hakikat arayışında öncülük edemeyeceklerini manevi kapasiteden yoksun olduklarını anlamaları sebebiyle uzaklaşmışlardır. Kilise öğretileri ile uygulamalar arasındaki fark anlamsal bir çatışma yarattığından birey yeni bir zihinsel yapılanmaya ihtiyaç

duymaktadır (Köse, 2020: 132-133). Bunun yanında Avrupa’da Protestan kiliselerine bakıldığında diğer mezhepler kadar kayıp yaşamadığı görülmüştür. Bunun sebebi ise yeni nesile uyum sağlamada tamamlayıcı bir rol oynamaları ve bazı görüşleri esnetmeyi uygun görmeleridir (Twenge, 2018: 194).

Geç modern dönemde iletişim teknolojilerin yaygınlaşması, hızlı ve erişebilir olmasıyla bireyin ait olduğu toplumsal grubun ötesinde farklı kimliklerle karşılaşması da kurumsal dinin sorgulanmasına neden olan etkenlerden birisidir. Kurumsal dinin sanal dinî oluşumlar kadar varlık bulamadığı dijital medya dinin bilginin hiyerarşisini değiştirerek dini otoriteyi azaltmıştır. Dini otoritenin dışındaki dinî topluluklar, bireysel ilgi ve çaba sonucu dijital medyanın hemen her alanında varlık bulmuştur. Sanal cemaat olarak ifade edilen bu dinî topluluklar, toplumsal bağların çözülmesiyle ortaya çıkan cemaat açlığına sanalda çare bulmaya çalışmış, evlerinde kapalı yaşayan bireyler için bir motivasyon kaynağı olmuş, bireye dinî deneyim yaşatarak manevi destek sağlamıştır (Harmanlıoğlu, 2015: 70). Bu dinî topluluklar web sayfaları, dinî düşünce, tartışma formu ve görsel içeriklerle öne çıkarak hızlı organize olma, kolay taraftar bulma imkânlarından faydalanarak görüşlerini kesintisiz aktarabilmişlerdir. Bu durum kurumsal dine ilgiyi azaltarak dinî deneyimin sanal cemaatler vasıtasıyla yaşanmasına neden olmaktadır.

Modern çağda dinin yok olmasından ziyade kurumsallaşmış dinden kaçış ortaya çıkmakta, bir “yok olma” değil “yer değiştirme” söz konusudur (Berger, 2020: 50). Dinin kendisine değil de organize dine ilginin azalmasının sebebi bireyin dini bir kuruma bağlılık hissetmesinden kaynaklı aidiyet oluşturamamasıdır.

2.5.2. Kurumsal Dindarlıktan Bireysel Dindarlığa Yönelim

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile modern toplumlardaki değişim serüveni hayatın her alanında kendini göstermiştir. Mekânlar arası kalkan mesafeler ekonomiden, siyasete, sosyal hayattan dine kadar uzanarak kültürel anlamda toplumu hızlı bir değişime uğratmıştır. “Popüler kültür” dediğimiz bu olguda dinî alanda etkinliğini göstermiş “popüler din” başlığıyla araştırmalara konu olmuştur. Daha önceleri kurumsal dinî otorite veya cemaatler aracılığıyla öğrenilen dinî konular dijitalleşmeyle birlikte artık kamuoyunun önünde konuşulmaya ve tartışılmaya başlanmıştır. İlk etapta televizyon ile başlayan ve yazılı basınla desteklenen dini formatlı programlar teknolojik gelişmeler ile dijitalleşen hemen her alanda kendini

göstermiştir. Bu durum bir yandan dinî ilgiyi artırırken diğer yandan geleneksel dindarların zihinlerindeki bazı kalıpların sorgulanmasına neden olmuştur.

Dijital çağda kutsallık anlayışı giderek dünyevileşmiş din de popüler kültürün dayattığı her şey geleneksel yapıları uzaklaştırarak yeni formlara bürünmüştür. Bireyin din ile olan ilişkisi bu dönüşüme kayıtsız kalmamış farklı dindarlık biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Toplumun çoğunluğunu temsil eden popüler kültür gibi dinin de aldığı farklı şekiller sonucu ortaya çıkan kırsala ait ve yerel çapta geleneksel inanışların kitleleşmesi sonucu halk inanışını ifade eden “popüler din” kavramı kullanılmaktadır. Bu popüler dindarlık toplumun psiko-sosyal ihtiyaçları ve algılama düzeylerine göre şekillenmektedir (Demir 2016: 120).

Günümüzde popüler din, “popüler İslam” ve “halk hindarlığı” kavramlarının karşılığı olarak görülmektedir. Bu halk dindarlığını popüler din yapan şey kitle iletişim araçlarıdır. Yaygın halk inanışları kitle iletişim araçları ile formatlanarak tekrar tekrar sunulmakta, piyasa da bu formatlardan kâr etmektedir. Kısaca senkretik dinin medyada dolaşım şekli popüler din iken her dinsel sunum popüler din olmamaktadır. “Yüksek din, halk dini, popüler din” olarak kategorikleşen dinsel alanlarda gerek medya vaizleri gerek dinî programlar kitle iletişim araçları ile kitlelere ulaştırılmaktadır. Pazarda kullanılabildiği ölçüde görünürlük ve değer kazanan bu üç kategorinin kar getirme potansiyeli dijital medyadaki karşılığını belirlemektedir (Okutan, 2013: 71, 80).

Dijital medyanın popülerliği ile geleneksel kültür temelini zayıflamasına paralel olarak geleneksel dindarlığın da etki gücü azalmış fakat dinin kaybolmayacağına dair çeşitli araştırmalar ortaya konmuştur. Her ne kadar dinî formlarda ve ritüellerde azalma olsa da birey din ile ilgili unsurları seküler hayat tarzında konumlandırabilmiştir. “Bazen araç mesaja etki ederken mesajı içerikten yoksun bırakmaktadır. Bunun sebebi ise popüler kültürün çelişkili doğasıdır” (Arslan 2016: 9-10). Popüler dini popülerite yapan şey dijital teknolojiler olsa da kültüre indirgenen dinî mana silikleşmiş ve giderek değer kaybetmiştir. Teknoloji ile gelen hızlı değişim ve güvensizlik durumları dinselleşme üzerinden bireyin yeniden inşasına hükmetmiş kutsala, manaya, spiritüele ihtiyaç duyan maneviyat eksenli bir dindarlık anlayışını beraberinde getirmiştir (Okutan, 2013: 57).

Modernleşmenin sekülerleşmeyi beraberinde getirmesiyle birlikte sekülerleşme karşıtı birçok harekete sebep olduğu ortadadır. Çünkü toplumdaki bireysel bilinç seviyesi sekülerleşme ile doğru orantılı olmayabilir. Sekülerleşen dünyada dindarın iki rolü vardır. Reddetme ya da adapte olma. Birey dinî inanç ve ibadet şekillerini ya aşırı dinî ifadelerle dönüştürecek ya da seküler hayat düzeninde yeniden konumlandırılacaktır (Berger, 2020: 42-43). Sekülerleşme teorisi ile din ile devletin ayrılması, dinî kurumların ve dinî liderlerin otoritesinin zayıflaması, dinin toplumda etkinliğinin azalacağı öngörüsü yanında asıl hedef bireysel dindarlık olmuştur. Çünkü modernleşme ile bireyin zihnindeki din gerileyecek, rasyonelleşen toplumda doğüstü güçlere inanç kaybedilecekti (Köse 2020: 15).

Modern hayatta dinin sanayi toplumlarının sekülerleşmesi sonucu toplumsal etkilerden arınarak bireyselleşmesi, bir vicdan ya da kişisel tercih meselesi kimliğine bürünmesi dine ilgiyi azaltmamıştır (Tatar, 2018: 71). Dijital çağda geleneksel din anlayışları bireysel meşrulaştırmalara dönüşmüş ve dinî otorite kaynakları değişse de din, dinamik bir güç olarak varlığını devam ettirmiştir. Bunun sonucunda modernite ile gelen bireyselleşme bireysel dini güçlendirmiştir (Köse, 2020: 37). Avrupa toplumlarında dinî bireycilik fikrinin yaygınlaşması, Sanayi devrimi ve Aydınlanma düşüncesinin etkisi ile dinin bireysel bir olgu olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Din, kiliseyi ve otoriteyi hedef alan Aydınlanma akıl karşısında etkisizleşerek dinselliğin gelenekten çıkarılıp bireysellik üzerinden yeniden işlenmesine neden olmuştur. Kilisenin öngördüğü dinî inançları olduğu gibi kabullenen insan sayısı azalmış, kilisenin birey ile Tanrı arasındaki hiyerarşisi bozulmuş ve birey Tanrı ile araçsız ve doğrudan irtibat kurmanın farkındalığına varmıştır. Bireyin yeniden inşası üzerine kurulu bu din anlayışı kişisel anlamlılığı sağlayarak kutsal inancı ile bireye kişisel saygınlığını hissettirmiştir (Mirza, 2014: 7). Bu durum insanları köleleştiren hurafeleri, önyargıları kökten değiştirerek “anlam”, “gerçek”, “özgürlük” gibi kavramların düşünce dünyasında yer bulmasını sağlamıştır. Çünkü aydınlanmanın ön şartı akli merkeze almaktır (Ünal, 2007: 7). Artık herkes özerk bir birey olduğunun farkına varmış, inanacağı dini kendi seçme hüviyeti kazanmıştır. Bu durum bireylerin kurumsal din ile ilişkisine mesafe koyarak onları daha eleştirel, daha az itaatkâr bir hale getirmiştir. Ayrıca dinselliğin yaşama biçimini bireye özgü oluşturma ve esneklik anlayışı dinî ritüellerde de kendini hissettirmiş ve kesintilere uğramıştır. Gelenek ve hiyerarşinin reddi, öze

dönüşçülüğün öne çıkarılması dinî alanda da bireyi mistisizme yaklaştırmıştır. Günümüzde bireysel dindarlık maneviyat ile yakından ilişkili olmuştur. Dindar olmadığını ama güçlü bir maneviyat duygusuna sahip olduğunu dile getiren bireylerin sayısı artmaktadır.

Kapitalist toplumda kişisel gelişim endüstrisinin bir parçası haline gelen maneviyat, Yeni Çağ üzerinden dinin metalaştırılması ve bireyselleştirilmesine yol açmış yabancılaşan bireyin anlam arayışına hizmet etmiştir. Modernitenin dayattığı bu maneviyata dinî sınırlardan ve pratiklerden ayıklanmış tam anlamıyla sekülerleşmemiş bir kutsallık anlayışı demek yerinde olur. Modernite özgürlüğü vadeder. Lakin modernitenin özgürlükle vadettiği şey mevcut sistemi arzulamak olacaktır. Dinî ritüelleri ve yöntemleri sıradan hale getiren modernite başarılı ve mutlu bir birey olmak için kişinin kendi gücünü ve içindeki potansiyelini keşfetme hedefleri sunmuştur. Toplumsallık fikri geride kalmış, bireysellik fikri benimsenmiş, bireyin sadece kendi değişiminden ve dönüşümünden sorumlu olduğu anlayışı yaygınlık kazanmıştır. Bireyi kutsallaştıran ama dindarlığı getirmeyen bu dinsellik, dünyevi düzenin işleyişini tehdit etmemekte, seküler düzende bir çelişki veya çatışmaya dönüşmemektedir. Birey anlam arayışı yolculuğunda iki temel dinamiği kullanır; dinselliğin ve kutsallığın felsefi düşünce yönüne hizmet etmesi ve varoluşunda, yapıp etmelerinde iyi hissetmesi. Çünkü iyi hissetmek gündelik hayattaki anlamsal boşlukları ortadan kaldırırsa da üzerinin örtülmesini sağlayacaktır. Çağdaş bilgiler, kâşifler, koçlar bir o kadar kutsal ve dinsel kanallardan beslenseler de danışmanlarına dinsellikle ilgili vurgulardan kaçınırlar. Bugün enerji danışmanlığı, şaman faaliyetleri, meditasyon, yoga ve şifa toplantıları, Uzakdoğu öğretileri hem anlam arayışına hizmet ederler hem iyi hissettirirler (Mirza, 2014: 10).

Batı'da dinden ayrı oluşan maneviyat algısı Müslüman toplumlarda ve Türkiye'de kilise gibi bir dinî temsil organı bulunmadığından bireysel dindarlık ve maneviyatçılık henüz yaygınlık kazanmamaktadır. Fakat seküler düzende dinin kaynaklarından kopuk yaşayan veya yaşadığını din olarak tarif eden kesimin anlam arayışı ve tatmin yollarında Yeni Çağın hareketlerinden sayılan bu mistik uygulamalara eğilim göstermesi mümkündür (Meydan, 2016: 222).

İletişim teknolojilerinin hayatımıza girmesiyle bireyin toplumda edindiği tüm dogma ve inançlar artık dijitalde yer bulmuştur. Geleneksel dinin aksine bireysel tercihler

üzerine kurulu bu yeni din anlayışı kendi ürettiği değerleri bireye benimseterek farklı bir kimliğe bürünmüştür. Dine yönelen bireyin aradığı anlam ve aidiyet duygusu siber ortamda kendi isteğiyle kurduğu ve inşa ettiği bağlar ile varlık bulmuş, kurumlar kontrolünde yapılan plan ve programlardan daha cazip gelmiştir (Narmanlıoğlu, 2015: 103). Ne var ki bazen dinî literatürden yoksun bu içerikler dinî mesajın doğru anlaşılmasına engel olabilmektedir.

2.5.3. Yeni Dindarlık Tiplerinin Ortaya Çıkışı

Bilginin bilgisayar ortamına aktarılıp işlenebildiği ya da bütünüyle bilgisayarda üretildiği dijital teknolojiler, dinin gündelik yaşamımızdaki temasını artırarak dindarlara yeni imkânlar sunmaktadır.

Teknoloji ve kitle iletişim araçlarının gelişimi ile zayıflayan aile bağlarına karşı yeni dindarlık tiplerini aslında Batı rasyonelliğine, pozitivist bilime, kapitalizme, geleneksel dini ve teknolojinin getirdiği yıkıcı etkilere karşı bir cevap niteliğindedir. Kültürel anlamda pek çok farklılığı bünyesinde barındıran Türkiye'de de toplumun farklı kesimlerinde kendilerine has dindarlıklar söz konusudur (Arslan, 2006: 15). Dini bir mesele hakkında bilgi almak isteyen birey daha önceleri dinî kurumlara müracaat ederken günümüzde bu ihtiyaç ortadan kalkarak, hızlı erişimle dinî web site ve sayfalardan cevaba ulaşabilmektedir. Artık bulunduğumuz coğrafya, eğitim durumu, etnik köken, gibi farklılıklar dikkate alınmadan vaaz, dinî sohbet, Kıraat, Tefsir, Hadis, Siyer ve daha birçok alanda sanal dinî organizasyonlara katılım sağlanmaktadır (Haberli, 2015: 52).

Dinî kurumların dijital medyaya yönelmesi ile dinî öğretilerini bu platformda sunmaları web siteleri oluşturmalarına ve sosyal medya hesapları açmalarına sebep olmuştur. Dinî bilginin üretimi ve paylaşımı açısından çok sayıda imkânlar sunan dijitalleşme kütüphanelerdeki sayısız eserlerin, dergi, makale, kongre, konferans ve akademik çalışmaların elektronik olarak muhataplarına ulaşmasını sağlamıştır. Dinî içerikli sosyal medya paylaşımlarında öne çıkan popüler simalara yöneltilen inanç ve ibadet ile ilgili sorular dijital medyada oluşan dinî unsurlardan biri olarak zikredilmektedir (Eken, 2020: 63). Bu durum din adamlarına ve dinî kitaplara daha az ihtiyaç duyulmasına neden olurken medyada kendini konumlandıramamış kurumsal dinlerin de otoritelerini sarsmaktadır.

Otorite odaklı dinin yerine kullanıcı odaklı din anlayışı almış, mobil uygulamalar ve arama motoru ile dinî bilgiye erişim sağlanmıştır (Gezginci, 2018: 115). Teknolojik gelişmeler ile kesintisiz erişime sahip olan akıllı telefonlar dinî içerikli uygulamalar sayesinde toplumun her kesimine kolayca ulaşır olmuştur. Özellikle Whatsapp, Telegram gibi 100'ün üzerinde kullanıcı ile kurulan gruplar online eğitim sınıfları oluşturarak çok sayıda kullanıcıya mesafe kat etmeksizin erişebilmektedir. Daha önce bir öğretici eşliğinde yüz yüze yapılan tecvitli Kur'an-ı Kerim okuma eğitimi teknolojik gelişmeler ile birlikte kullanıcılara internet ortamında Kur'an okumayı öğrenim imkânı sağlamaktadır. Bunun yanında Tefsir, Meal ile ilgili hazırlanmış sosyal paylaşım siteleri, bilgi, belge ve video paylaşımları telefonlara indirilerek mobil uygulamalarda kullanıma sunulmuştur. Kur'an hatimlerinin yapıldığı sitelerde cüz ve sayfalar okuyuculara dağıtılarak bireysel okumalarının ardından çevrimiçi toplantılarla hatim duaları yapılarak cemaat ruhu korunmaya çalışılmıştır (Vardı, 2015: 112,116). Ayrıca dinî yükümlülüklerden sayılan zekat, kurban gibi ibadetlerin çevrimiçi kanallar aracılığıyla ifa edilmesi günümüzde tercih edilen bir uygulama olmuştur. Online altın miktarı hesaplama, sadaka, zekat ve kurban gibi ibadetlerin yardım vakıfları aracılığıyla beden, zaman ve fiziksel mekana ihtiyaç duymadan kıtalar arası erişimi sağlanarak dinî vecibeleri yerine getirme sık uygulanan sanal dinî organizasyonlardandır.

Dinî sınırlılıklardan öte kendi konfor alanlarını terk etmeden dünyevi düzlemde kutsal ile bir bağ kurma çabası dinî anlayışa yeni bir form getirmiştir. Bu formun oluşmasında dijitalleşme önemli bir yer tutmaktadır. Dinî otorite sayılan isimlerden ziyade bireyin kendini anlamlandırma çabasında spiritüel (ruhsal) danışmanlara yönelmesi yeni dindarlık formlarından sayılabilir. Cemalnur Sargut'un tasavvuf öğretileri, 20 yılı aşkın süredir halka açık Mesnevi ve Fusûsu'l Hikem sohbetleri Youtube gibi sosyal ağlarda devam ederek bu anlam arayışına hizmet etmektedir (@Nefesyayinevim). Huzurlu bir yaşam için sufi öneriler sunan Neyzen Hakan Mengüç'ün kişisel Youtube sayfasında 679.000 abonesi bulunmakta videoları 10 binin üzerinde izlenme oranına ulaşmaktadır. Sufi Akademi sayfasında nefis, niyet, kalp, hayat, sevgi, sabır gibi konuları Mevlana gibi mutasavvıfların sözleriyle takipçilerine sunan Mengüç inziva kampları düzenlemektedir (@NeyzenHakanMenguc). Mesleği avukatlık olan Deniz Erten'in "Uyanış" isimli 6 serilik İşaret kitaplarına gösterilen ilgi de yeni dindarlık formlarından sayılabilir.

Kitaplarında Kur'an ayetlerine sıkça yer vererek manevi hayata dair tasavvufi öğretiler sunan Erten dinimizde Allah'ın isimleri olan Esmâ'ül Hüsna'nın insanlar üzerindeki tezahürlerine çalışarak, her kişinin bir esması olduğunun bilgisini verir. Takipçilerine belli sayılarla "Esmâ Zikri" çektiklerinde maddi manevi huzura erişebileceklerini ifade etmekte, Youtube sayfasında zikir çalışmaları serisi yapmaktadır (@DenizErtenNet).

2.6. Dijital Pazarda Dinî Ürünlerin Metalaşması

Modernleşme ile ortaya çıkan kapitalizm, sanayileşme, küreselleşme gibi dönüşümler dinin de konumunda değişimler meydana getirmiştir. Tüketim toplumunun küreselleşen dünyada yeni pazarlama stratejileri araması din ve dinî değerlere de yansımıştır. Motor gücünü Protestan ilkedan alan metalaşma dinî sembolleri dinî piyasaya sürerek dinî öğeler barındıran kitap, dergi, televizyon programları ve filmler herkes tarafından bilinir hale gelmektedir (Okutan, 2013: 95). Muhafazakar kitlenin dine ait olan nesnelere çeşitlenmesi ve çevrimiçi alışveriş uygulamalarının yaygınlık kazanması ile bu pazara yönelmesi din ve kapitalizmin, dindarlık ile tüketimin iç içe geçmesine neden olmaktadır (Kasapoğlu, 2021: 923). Dini temsil eden ürünlerin ekonomik bir değer olarak piyasaya sürülmesi dine yönelik algının metalaşmasına ve dinî değerlerin içeriğinin boşaltılmasına neden olabilmektedir.

Bu pazarlama araçlarının en önemlisi kitle iletişim araçları olmuştur. Dinin dijital ortamlarda varlık bulması onun bir pazarlama stratejisine dönüşmesine ve kültür endüstrisi haline gelmesine sebep olabilmektedir. Kapitalizmci tüketimci hayat tarzının dinî alana yansması dindarların kendilerine has oluşturdukları yaşam şekillerinde farklı karşılıklar bulmaya başlamıştır. Metalaşan dinî unsurlar dinin geleneksel formunu değiştirerek neyin gelenekten geldiğini, neyin kaynaktan uzaklaştığını belirlemek zorlaşmıştır. Dernek, vakıf ve kurumları tanıtmak amacıyla kurulan İslâmî siteler dinî yayınlar yaparken ticari olarak dinî ürünlerin reklamlarını yapmaktadır. Yaşama dair olan her metanın İslâmî ürüne dönüştürülmesi yaygınlaşmaktadır. Çevrimiçi satın almak imkânları sunan web siteleri, mütedeyyin kesime uygun alkolsüz mekânlar, İslâmî oteller, tatil yöreleri, kültür ve sanat etkinlikleri dinî unsurların dijital piyasaya ticaret mekanizması olarak sürülmesine, dinî grupların sekilerleşmesine neden olmaktadır. Besmele çeken bardak, namaz

kıldırın seccade, Kur'an okuyan kalem bu post-seküler görünümünden sayılabilir (Karaaslan, 2015: 36).

Kendi inancına göre yeme, içme, giyinme anlayışı olan dindar kesimin dinî nesnelere metalaştırması dinî yaşam formunu adeta modanın bir konusu haline getirmiştir (Aygül, 2016: 194). Örneğin dindar kesimin giyim tarzını ve görünüşünü muhafazakar sosyal medya fenomenlerine göre oluşturması bireyin hayat farkındalıklarını ve kimlik algılarını yeniden tasarlamıştır. Dindar kitleye hitap eden fenomenlerin stilleri ve tercih ettikleri kombinler ile tesettür modasının nabzı tutulurken dinî değer ve semboller metalaşarak diğer ürünlerle eşit hale gelmektedir. Dinî sembollerin kadınlar üzerinden temsil edilen şekilleri örtülü kadını reklam unsuru yapmaktadır. Başörtüsünün seri üretimi ile modanın bir konusu haline gelmesi çeşitlenmeyi beraberinde getirirken sunum şekillerini de değiştirmiştir. Makyajlı kadın mankenler üzerinden sunulan başörtüsü reklamları modern dünyanın hayat tarzındaki değişimi gözler önüne sermektedir. Hangi kıyafetin nerede giyilmesi, aksesuar seçimleri, başörtüsü ve şal bağlama tarzlarının ikonlar üzerinden yeniden üretilmesi adeta açık büfe din olarak tarif edilmektedir. Dinî değerlerin tüketilerek bir metaya dönüştürülürken içinin boşaltılması dinin tüketim toplumunun maddi ihtiyaçlarını karşılayabilmesine fakat ontolojik ihtiyaçları karşılamada yetersiz kalmasına sebep olabilmektedir (Demirezen, 2010: 107-108). Artık dindar kesim kendi sesleriyle tüketim toplumundaki yerlerini belirlemede, zihin dünyalarındaki imajlarını çağa uydurarak modanın yörüngesinde şekillendirmektedir (Okutan, 2013: 141). İnanılan kutsal değerlerin bireyler üzerindeki etkilerinin azalmasıyla, kutsallar araçsallaştırılmakta, kişinin kendi arzu ve isteklerini merkeze alarak dinin meşrulaştırma gücünden faydalanılmaktadır.

2.7. Sabit Dinî Kimliklerden Esnek (Çoklu) Dinî Kimliklere Geçiş

Kimlik toplumun kültürel kodlarını bünyesinde barındıran, birey ve toplumu birbirine bağlayan bir köprü vazifesi görmektedir. Kimliğin dinamik bir yapıda olması, değişime açık olması kimliğin bir süreç olduğunu göstermektedir. Kimlik bireylerin iletişim aracılığı ile kendi doğaları ve toplumsal dünya üzerine düşüncelerini sağlayan bir yetenektir (AÖF 2016: 2).

Bilişim teknolojilerinin hayatımıza girmesi ile dijital kimlikler hayatımıza dâhil olmuştur. Çevrimiçi birey hakkında oluşan imaja dijital kimlik denmektedir. Siber

uzamda birey sosyal medya siteleri, blog sayfaları ve e-postalar üzerinden bir kimlik oluşturabilir. Toplumsallaşmanın bir ürünü olan kimlik bu yönüyle sosyal hayatın varlığına da katkıda bulunmaktadır. Buradan bir kimlikle lanse edilen şeyin aslında ne olduğu bilinmeyebilir. Siber uzamda varlık gösteren bireylerin hangi kimlik referansıya orada bulunduğu ve bu kimliğin nasıl bir görünüme sahip olduğu birçok araştırmaya konu olmuştur. Kullanıcıların dijital düzlemde temsiliyetleri, yapıp etmeleri onun sanal kimliğini oluşturmaktadır. Turkle, Poster, Bauman, Stone ve Rheingold'un kimlik çalışmalarını inceleyen Dereli (2018: 91) tüm bu araştırmacıların kimlik nitelemede ortak bir paydada buluştuğunu ifade etmiştir. Buna göre siber uzamda bireylerin kendi kimliklerini farklı şekillerde sunmaları çevrimiçi (online) kimliklerin çoklu, parçalı, merkezsiz ve oynak olmasına neden olmaktadır. Gündelik hayatın sınırlılıkları karşısında sınırsız özgürlük vadeden dijital medyadaki anonim kimlikler buna bağlı olarak postmodern kimlikle uyumlu hale gelmektedir. Dijital dünyada yaşanan bu kimlik değişimi "cyber-self/siber-kendilik" olarak ifade edilmektedir. Bu kavram öncesi ve sonrası olmayan varlığı şu anki mevcudiyeti ile tanımlanmış bir kimlik durumunu ifade etmektedir (Akgül, 2019: 53).

Bireylerin kendi oluşturduğu imaj üzerinden sahip olduğu kimlik temsilinin kendi kimliği ile örtüşmemesi önem arz etmemektedir. Sanal dünyada ortaya çıkarılan imajın beğenilmesi, onaylanması temel unsur olmuştur. Siber uzamda varlık gösteren kimlikler iletişim kuracak aynı değerlere sahip gruplar içinde yer alacak ve siber uzamda görünür olacaklardır. Çevrimiçi iletişimin temelinde rol yapma ve kimlik inşa etme gençlerde sıklıkla görülmektedir. Gençler kendi kimliklerini keşfetme arayışı içinde kim olmak istediklerini arayabilir, birçok rolü deneyimlemektedir (Castell, 2020: 172).

Gerçek dünyada güçlü bir iletişim ve etkileşim ağına sahip olan din sanal mecralarda da temsilini sürdürmüştür. Aynı görüş ve düşünceye sahip dinî gruplar dijitalde bir araya gelerek aidiyet duygularını güçlendirmekte çevrimiçi dinî kimlikler oluşturmaktadır. Kullanıcılara sunulan özgür üretim ve ifade alanı dinin hem bütünleştirici hem ayırt edici işlevini yerine getirmek için birçok olanak sunmaktadır. Bunun yanında birey dinî tercihlerini, inançlarını, pratiklerini ve yaşam biçimlerini bir kimlik etrafına yerleştirerek sosyal medyada dinî kimlik temsilleri aramaktadır. Birey bir yandan kimliğini kavrama ve yorumlama imkânı bulurken diğer yandan

kimliğini başkalarına sunabilir. Geleneksel cemaatlerden öğrendiği bilgi ve birikim ve değer yargılarını sanal dünyaya taşıyabilir. Değerlere ve dinî inançlara yönelik yapılan duygusal yüklemelerle dinî kimlik bilincini güçlendirebilir. Hatta bazen dinsel gruplar kendilerini diğer inanç ve gruplardan farklılaştıran söylemleriyle takipçilerine özel bir kimlik kazandırarak ayrıcalıklı hissettirebilirler. Üye olduğu grubun diğerlerinden üstün olduğu hissi bireyin kendi kültürünü merkeze alarak “etnosantrik eğilimler” ile güçlenmesine neden olabilmektedir (Almalı, 2019: 39-40).

İnternette aynı anda pek çok sayfaya erişim ile kimlikler hem inşa hem icra edilmektedir. Dijitalde çoklu ve parçalı olan kimlikler çevrimiçi dinî kimlikleri de aynı şekilde etkilemektedir. İnternetin dinamik yapısı çevrimiçi dinî kimlikler daha akışkan bir yapıya bürümüştür. Tüm dinî değer ve anlayışlarımız bilgisayar, telefon, tablet gibi bilişim araçları ile parçalı hale gelmektedir. Dinî kimlik sadece çevrimdışı bağlamdan aktarılmamaktadır. Benliğin yeni anlamlar oluşturması, farklı bir anlatı ortaya koyması dinî kimliğin yeni, dinamik ve kişiselleştirilmiş bir inanç anlatımının ortaya çıkmasına fırsat sağlamıştır. Çevrimiçi dindar bireyleri ele alan araştırmalar dinî kimlik inşasının çevrimiçinde yer almasıyla oynadığı işlevde değişiklikler olduğunu ortaya koymaktadır. Dinî blog yazarları buna örnek olarak gösterilebilir. Bu blog yazarları dinî otoritelere karşı seçici bir tutum sergileyerek kendi maneviyat anlayışları doğrultusunda bloglarını şekillendirerek aynı zamanda kültürel eleştirmenler olarak görülebilmektedir. Fakat çevrimiçi iletişimin anonimliği, geçiciliği güvensizliğe yol açmakta hatta bazen çevrimiçi yetkililerin ve dinî liderlerin gerçek iddiaları ile çevrimdışı meslektaşları arasında çatışmaya yol açan bir kimlik parçalanması yaşatabilmektedir (Campbell, 2012: 8-11).

Görsel ya da yazılı paylaşımlarla karşımıza çıkan sosyal medya sayfaları kimliğin biçimlenmesinde belirleyici bir unsur olmuştur. Web üzerinden erişim sağlanan birçok sayfa farklı rol sunumlarını ortaya çıkarmaktadır. Bireyin fiziksel hayattan bireysel kimliğini de ele veren sosyal medya sayfaları çoklu kimliğe de ev sahipliği yapmaktadır. Birey sosyal ilişkilerini bu alanda yaşarken beğeni, yorum ve paylaşımlarında dinî kimliğini ön plana çıkarır. Sosyal medya araştırmalarında güncel olaylara kıyasla manevi içeriklerin daha fazla paylaşıldığı, yorum ve beğeni aldığı görülmüştür. Bu durum kişinin dinî kimlik ile bağını ve seçimlerini dinî kimliğiyle belirlemeye çalıştığını göstermektedir. Online vaazlar, dinî içerikli sunumlar, ayet ve hadisler dinî kimliğin belirlenmesine katkı sağlarlar (Doğan, 2015:

242). Çevrimiçi dinî kimlik ile çevrimdışı dinî kimliğin siber uzamda birbirinin devamı niteliğinde olmasının maneviyatı artıracığı ve güven duygusu vereceği bir gerçektir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENÇLİK VE DİN

Çocukluktan yetişkinliğe geçiş dönemi olan gençlik çağı bireyin kendini tanıma ve tanımlama biyolojik, psikolojik ve sosyal olarak değişime uğradığı bir evredir. Bu dönemde gelişen soyut düşünme gücü ile genç bütüncül bir dünya görüşüne sahip olmak, kendi konumunu ve görevini belirleme çabası içine girmektedir. Gençlik çağı ergenlik dönemi ile başlar ve ilk yetişkinliğin başlangıç yıllarını kapsar. Ülkemizde yapılan araştırmalarda gençlik çağının 12-24 yaş aralığını içine alan bir dönem olduğu görüşü yaygındır. Türkiye nüfusunun yarıdan çoğu 25 yaş altındaki çocuk ve gençlerden oluştuğundan, ülkemizde çoğunluğu meydana getiren genç bir toplum olduğunu göstermektedir (Bayyığıt, 2011: 27-29).

Gençlik bireyin hayatının bir dönemini kapsayan, yaşadığı toplumun kültürel değerlerini, normlarını, geleneklerini, tutum ve inanışlarını benimseyerek sosyalleşen fiziksel ve duygusal değişimin en yoğun yaşandığı, kişiliğin oluşum sürecini kapsayan, kendini hayata hazırlama dönemidir. Özellikle araştırma sahamız olan üniversite gençliği fiziksel gelişimi tamamlamış, yetişkinliğe adım atan, kalıcı bir kimlikle statü kazanma çabası içinde yaşadığı ülkenin yönetim ve kalkınmasında önemli sorumluluklar alma seviyesine gelmiş gençlik kesimi olarak tanımlanabilir (A.g.e: 19,24).

Gençlik döneminde toplumsal şartların hemen her alanda dönüşüme uğraması dinî anlayışlara da yansımaktadır. Bu değişime rağmen gençlik ruhu dinle birçok yönden alakadardır. Hayatın anlamını sorgulama, kimliği tanıma, topluma karşı görev ve sorumluluklar gibi sosyal ve psikolojik pek çok konuda gençlerin dinî güdülenmeleri etkili rol oynamaktadır (Hökelekli, 2015: 14). Çünkü din bireylerin hem özel hayatlarında davranışlarını belirlemede rol oynamakta hem de sosyal ilişkilerde bireye yol göstermektedir (Bayyığıt, 2011: 41). Fiziksel ve duygusal meydana gelen değişimler ve gelişmelerde gencin yetişkinliğe geçişinin farkına varması onu yetişkinlik rolüne hazırlayacak kimlik kazanma çabasını beraberinde getirmektedir. Din güven duygusu kazandırma yönüyle gencin kimliğini oluşturmaya katkı

sağlamaktadır. Din birtakım değerler sunarak gencin topluluk içinde değerler ve pratiklere katılım imkânı sağlayarak toplumda kendisinin de bir yerinin olduğunu ve toplumdaki konumunu belirlemede yardımcı olma fikri kazandırarak güven duygusu vermektedir (Kula, 2015: 43-45).

Gençlik çağı aynı zamanda bir sosyalleşme dönemidir. Ergenlik döneminde her ne kadar duygu düşünce ve davranışlarda bir işe kapanma yaşansa da gençlikte bireyler artık bir sosyal nitelik kazanarak yaşadığı toplumun değer yargılarını, dinî inanç ve tutumlarını öğrenip benimser (Bayyığıt, 2011: 26-27). Genç kendisinde yaşanan değişimler ve gelişmeler sonucunda kimi zaman bir büyüğüyle özdeşleşerek kimi zaman siyasi ve ideolojik gruplara yönelerek kimi zamanda bağlı bulunduğu dini bir kurtarıcı olarak görmektedir (Kula, 2015: 40). Bu dönemde dinî uyanış ve bilinçlenme, geleneksel değerleri sorgulama, tenkit, şüphe, tepki, yeni arayışlara yönelme, ilgisizlik ya da kendini tamamıyla dini bir grup veya cemaate adama gibi davranış eğilimleri gözlenmektedir (Hökelekli, 2015: 12).

Gençlerin bir kısmı dinî ritüelleri yerine getirmeseler de dünya görüşü, bakış açısı itibariyle dinlerini referans almaktadırlar. Söylemsel düzeyde dindar olan bu gençler entelektüel düzeyde dinle ilgilenerek yaşam tarzlarını seküler toplum düzeninde sürdürmektedirler. Kendisini laik, modern olarak tanımlayan kimselerin zaman zaman dinî referanslara başvurulmaları gençler arasında sık sık rastlanılan bir durumdur. Bu durum dinden anlam seviyesinde faydalananların dinî düzenli olarak yaşayanlardan daha fazla olduğunu göstermektedir (Hökelekli, 2015: 19). Türkiye tarihinin tüm dönemlerinde gençlik dindarlığı hep farklı düzey ve yönelimlerde olmuştur. Her dönem dine ilgi duyan olduğu kadar dine dair negatif duygular besleyen gençlik de vardır. Dindarlık düzeyi ve algıların değişiminde siyasal ve toplumsal ortamın kuvvetle etkisi görülebilmektedir.

Sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası olan cemaatleşme ve grup olayları gençler için oldukça işlevseldir. Gerçek kimliğinin arayışı içinde olan gençler kendilerine kimlik sağlayan kolektif toplum hareketlerine yönelebilirler (Bayyığıt, 2011: 63). Dinî eğitim ve öğretimin yetersizliği, anne babanın dinî bilgedeki eksiklikleri dinî cemaatlere olan ilgiyi artırmıştır. Gençler tatmin edici bir kimlik arayışı içinde aileden ve okuldan yeterli dinî desteği alamadıklarında dinî referans saydıkları cemaatlere yönelmektedirler.

3.1. Dinî Sosyalleşme

Sosyalleşme yaşam boyu süren bir öğrenme sürecidir. Bu süreç çocuk ilk dünyaya geldiği andan itibaren başlar ve yaşam boyu devam eder. Sosyalleşme insanların toplumlara ayak uydurması, insan olmayı öğrenmesi ve benliğinin gelişimi açısından önemlidir. Aile, okul, toplumsal gruplar ve kitle iletişim araçları sosyalleşmenin temel etkenleridir. Toplumun normlarını, değerlerini, kültürlerini ve yaşam biçimini öğrenmesiyle birey o toplumun bir parçası olur. Çocukluk dönemi birincil sosyalleşme, daha sonraki sosyalleşme ikincil sosyalleşme olarak adlandırılmaktadır (Demirezen, 2020: 58).

Sosyalleşme süreci toplumun tüm öğelerini kapsadığından dinî kültür öğelerini de içine almaktadır. “Zira din, insanların maddi dünyalarından ziyade ruh dünyalarına hitap ettiği için, onların zihni yapılarının oluşmasında etkindir”. Bu sebeple din sosyalleşmenin ana unsurlarından birisidir. (Usta, 2001: 15). Birey dini, inanç, değer, norm, duygu, düşünce ve davranışlar gibi kazanımlarla içinde bulunduğu toplumun dinî kültürüne ayak uydurur. “Dini yönden sosyalleşme ya da dinî sosyalleşme adı verilen bu süreç kişilik gelişimi açısından, birey-din, kültür-din ve toplum-din arasındaki ilişkiyi belirler ve şekillendirir” (Günay, 2003: 382).

Dinî sosyalleşme bir bireyin toplumda dini olarak anlaşılan boyutlarıyla ilgili tercih etme süreci olarak tarif edilmektedir. Buna göre dinî sosyalleşme toplumun dinsel yapısını, normlarını, inanç ve değerlerini bireyin öğrenmesi, onaylaması, davranış biçimi haline getirmesi ve gelecek nesillere aktarmasıdır. Yapılan araştırmalar dinî sosyalleşmenin ergenlik ve genç yetişkinlik döneminde gerçekleşmesinin yaşamın diğer dönemlerine göre daha yoğun geliştiğini ortaya koymuştur. Bu durum dinî sosyalleşmenin sabit değil, dönemsel ya da durumsal anlaşılması gerektiğini ifade etmektedir (Klingenberg, 2019: 173).

Dinî sosyalleşmede kişi din ile pozitif ya da negatif etkileşime maruz kalabilir. Çünkü toplumda farklı dine ve değerlere mensup bireyler dinî sosyalleşmeyi her anlamda yaşayabilirler. Dinî sosyalleşmenin etkileri üzerinde durulurken doğal dinî sosyalleşme ve sırf dinî sosyalleşme olarak ikiye ayırmak konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Çünkü doğal sosyalleşme etkenleri dinî sosyalleşmeyi içine almaktadır. Aile, eğitim gibi kurumlar önemli bir doğal sosyalleşme aracıdır.

Dinî gruplar cemaatler ise sırf dinî sosyalleşme etkileri olarak sayılabilir (Demirezen, 2020: 59).

İnsanlar yaşam boyu farklı sosyalleşme özneleriyle etkileşimde bulunurlar. Bireyin tecrübe kanalları ve katıldığı organizasyonlar, inançlarını, anlayışlarını ve dinî tercihlerini oluşturur. Sosyalleşme güvenilir ve değerli bağlantı sağlıyorsa bireyleri oldukça yakından ilgilendirir. Dinî inançları, dinî anlayışları ve belirgin yaşantıları da pekiştirir. Bireyler sosyalleşmenin baskısını kabul etmemek, dinî tecrübeler ve tercihlere rehberlik edip etmediğini seçmek için birçok düşünceye sahip olabilirler. (Sherkat & Güngör, 2013: 279). Dinî sosyalleşmeyi bireylerin okul, aile, dinî kurumlar, medya ve arkadaş grupları gibi faktörler etkilediğinden ön plana çıkan sebepler arasında görülürler.

3.1.1. Dinî Sosyalleşme Süreci

Dinî sosyalleşme, her dini inancın o dinin bir parçası olan bireylere yönelik kuralları, bireyin dinî değer ve pratikleri davranışa dökme gerekliliğinin öğretildiği ve bununla birlikte bireyin kendini topluma ait hissetmesini sağlayan süreçlerin bütünüdür. Dinî sosyalleşme sürecinin gerçekleşmesinin ilk şartı toplumda bir dinî kültür ortamının ve geleneğin var olmasıdır. Kişinin seçimi var olan tercihlere bağlıdır (Coştu, 2012: 375). Burada dinî sosyalleşmeyi salt tercih olarak varsaymak yalnızca dinî tercih edenleri kapsadığından anlamı daraltmaktadır. Bunun yerine “Dini olarak anlaşılan boyutlarla ilgili tercih” ifadesi hem dinî bakış açılarını hem dini olmayan bakış açılarını kapsamaktadır (Klingenberg, 2019: 173).

Dinî sosyalleşme sürecinin gerçekleşmesinin ikinci şartı ise bireyin yeterli düzeyde biyolojik ve kalıtsal özelliklere sahip olmasıdır. Kişinin dinî yükümlülüğünün ve sorumluluğunun farkında olması gerekmektedir. Bir başka unsur da bireyin diğer insanlarla düzenli ilişkiler kurma eğiliminde olmasıdır. İnsanlar doğduklarından bu yana birden çok içgüdüsel yetiye sahiptir. Ancak bu yetilerini çevreleriyle olan ilişkilerinde ön plana çıkarabilirler. Bu sebeple insandaki inançsızlık veya inanç, çevreleriyle olan sosyal etkileşimin sonucu somutlaşabilmektedir. İnsanların dindarlık ölçülerini anlamak için sosyal hayattaki tutum ve davranışların izlenmesi yeterli gelebilir. Ancak dinî sosyalleşmede insanların diğer insanlarla iletişim kurmaya meyilli olması, ve bunu kendi isteğiyle gerçekleştirmesi gerekmektedir. (Coştu, 2012: 375).

3.1.2. Dinî Sosyalleşme Araçları

Genel toplumsallaşma sürecinde etki eden faktörlerden olan aile, eğitim, toplumsal çevre ve iletişim araçları dinî sosyalleşmede de aktif rol oynamaktadır.

3.1.2.1 Aile

Kişinin dinî tercihi üzerinde önemli etkisi sebebiyle aile birinci derecede sosyalleştirici grup içerisinde yer almaktadır. Dini ve ahlaki değerler bakımından ebeveynlerin davranış ve tutumları ister istemez ailenin tüm fertlerini etkiler ve aile içindeki süreçleri belirler. Ailenin önemli görevlerinden birisi inanç ve değerleri diğer aile bireyelerine aşılmasıdır. Çocuk ilk sosyal ilişkilerini aile içinde gerçekleştirir. Aile dini ve ahlaki değerleri yansıtmada konusunda ne kadar istikrarlı olursa çocuklar da bu yönde davranış kazanma ve gelişim gösterme imkânına sahip olurlar. Çocuk üzerinde yeniden oluşan inanç ve değerler toplumdaki temel inanç ve değerler açısından derin anlamlara sahiptir. Dinî sosyalleşmeye etki eden faktörler içinde aile dinî değerler, inanışlar, pratikler bakımından en önemli iletkendir (Sherkat, 1991: 4).

Aile içi iletişimde üyelere hangi davranışın onaylanıp onaylanmadığı hissettirilerek kazandırılmak istenen davranış bireyin hayatına yansıtılır. Çocuk model alma ve pekiştirme yolu ile kimi zaman ödül elde etmek veya cezadan kaçmak maksadıyla belli inanç ve davranışları yapabilir. Örneğin bir çocuk anne babasını model alarak bir yemekten önce dua edebilir. Çocuk bu taklitlerden daha sonra özdeşleşme içine girerek bir inanç ya da davranışı alışkanlık haline getirebilir (Batson, 2017: 61). Çünkü insan özünü ailesinden almaktadır. Ebeveynlerden gelen değerlerle gelişir, şekillenir ve topluma yansıtır (Clark, 1981: 175).

Burada aile fertlerinin dini bilgi durumları, hayat standartları, kültür düzeyleri dinî sosyalleşmeyi direkt ya da dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Dini bakımdan yüzeysel veya geleneğe dayalı bir bilgi birikimi olan ebeveynin eğittiği çocuk ile kaynağa dayalı, rasyonel temellere oturmuş dinî bilgiye sahip ebeveynin çocuğunun dinî sosyalleşmesi aynı olmayacaktır (Arabacı, 2003: 50).

3.1.2.2. Eğitim

Bireyin toplumsal hayata adapte olmasını ve toplumla bütünleşmesinde temel dinamiklerden olan eğitim dinî sosyalleşme açısından da hayati rol oynamaktadır. Dinî sosyalleşmede aileden pratik olarak gözlemlenen ve uygulanan dinî kültürün

teorik boyutu eğitim yoluyla gerçekleşmektedir. Eğitim yoluyla dinî bilgi ve öğretilerin dinî kimliği şekillendirilmesi için ailenin pekiştirmesi önem arz etmektedir. Eğitimde verilen teorik bilginin pratiğe geçirilmesi bireyin davranışlarına yansması bu yolla gerçekleşir. Bunun yanında aile yapısından ve dinî anlayışından kaynaklı ortaya çıkan farklılaşmaların ve eksikliklerin telafi edileceği yer de şüphesiz eğitim kurumlarıdır (Ergun, 1994: 37).

Genel eğitim din eğitimi tamamlayıcı niteliktedir. Bu sebeple bireye tüm yönleriyle eğitim verilirken din eğitimi ayrı düşünülemez. Türkiye’de din eğitimi formal ve informal yöntemlerle uygulanmaktadır. Formal yollarla gerçekleşen din eğitimi dinî kültür unsurlarının aktarılması yolu ile olmaktadır. İnfomal yöntemde ise daha çok resmi dinî kurumlar olan cami, dinî grup ve cemaatlerin din eğitimi faaliyetleri sayılabilir (Coştu, 2012: 377). Çeşitli sivil toplum kuruluşları ve cemaatler okullardaki din eğitimi müfredatlarına ilave olarak çeşitli organizasyonlarda öğrencileri bir araya getirerek doğrudan din eğitimi vermekte, sohbet, hatim, dua gibi uygulamalarla dinî sosyalleşmeye katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında okul tiplerine göre dinî sosyalleşmede bir takım farklılıklar gözlemlenmektedir. Örneğin İmam hatip lisesinden mezun olan öğrenci ile meslek lisesinden mezun olan öğrencilerin dinî bilgi düzeyleri aynı olmamaktadır (Ergun, 1994: 37).

3.1.2.3. Toplumsal Çevre

Dinî sosyalleşmede aileden sonra en aktif rolü toplumsal çevre üstlenmektedir. Bireyin sosyal çevreyle olan ilişkisi çocukluktan başlayıp, ergenlikte istikamet alan, yetişkinlikle olgunlaşan bireysel kimliği ile yakından ilgilidir. Toplumsal çevreye olan ilgi, tercih ve beğeniler bireyin kimliği ile oluşmaktadır (Coştu, 2012: 378).

Bireyin sosyal çevresi, arkadaş grupları, iş ve meslek hayatı, ailevi bağlar, dinsel organizasyonlar gibi ilişki ağlarından oluşmaktadır. Toplumsal çevrede iletişime geçtiği herkes kimi zaman örneklik teşkil ederken kimi zaman da “Ayna benlik” olarak onun dinî sosyalleşmesinde etkili olmaktadır (Sherkat, 2003: 151-163). Çocuklukta dinî sosyalleşme daha yoğun olarak içselleştirildiğinden kişiliğin bir parçası haline gelmektedir. Bu sebeple sosyal çevrede yetişkinlikte dinî içerikli bir davranışı kazanma oranı çocukluktakine göre daha düşük olmaktadır (Okumuş, 2014: 450).

Modernleşme ile birlikte günümüz toplumlarının geleneksel din anlayışlarından farklı olarak dinî yorumlamaları ve gündelik yaşamdaki kabulleri farklılık göstermektedir. Bu durum kimi zaman bireyin dinî sosyalleşmede toplumsal çevrenin etkisinde kalarak dinî hayatını yeniden biçimlendirmesine neden olabilmektedir. Bunun yanında toplumsal çevrede farklılıklara nazaran benzerliklerin birey üzerindeki etki gücünün daha yoğun olması da söz konusudur. Örneğin birey aynı cemaate veya aynı mezhebe bağlı bulunduğu bir toplulukta aidiyet hissederek dinî sosyalleşmeyi tecrübe edebilir.

3.1.2.4. İletişim Araçları

Kitle iletişim araçları dünya çapında haberleşme imkânı sağlayarak halkın sosyalleşmesine katkı sağlamaktadır. Ulusal sınırları yok sayan kitle iletişim araçları günümüzde yeni bir sosyalleşme aracı haline gelmiştir. Kitle iletişim araçlarının en belirgin özelliği algıda yarattığı etkinin toplumsallaşmayı gerçekleştirme gücünde olmasıdır. İnternet ve sosyal medyanın yayılımı ile sosyalleşme de küreselleşmiş ve dijital medya hâkimiyet alanını genişletmiştir. Diğer ulus-devletlerde olduğu gibi Türkiye’de de çoğunlukla sosyal medya ve internette sosyalleşilmektedir (Demirezen, 2020: 122).

Kitle iletişim araçlarının hayatımızın tüm alanlarını sarmalaması onu dinsel yaşayış biçimleri üzerinde de etkili kılmaktadır. İdeoloji yayma ve toplum üzerinde hegemonya kurma araçlarından biri olan kitle iletişim araçları devlet kontrolüyle şekillenen hâkim ideolojik aygıtlardan biridir. Türkiye’deki tüm medya araçları devletin kimlik politikası çerçevesinde yayın politikası oluşturmaktadır. Doğal olarak medyada sunulan dinî yayınlarda bu yayın politikası ile dinî yönelim sağlamaktadır (Demirezen, 2020: 63).

İletişim araçlarında yer alan dinî program ve yayınlarda ele alınan dinî bilgide kullanılan dil, üslup, yöntem ve mahiyeti gibi unsurlar dinî sosyalleşmede pek çok farklı sonuç ortaya koymaktadır. Burada dinî sosyalleşmenin iki işlevi vardır. Birinci işlevi internet tabanlı medyada yer alan dinî kültür unsurlarının tanıtıcı faaliyetleri bireyin dinî konularda aydınlatmakta ve bilgilendirmektedir. İkinci işlevi ise sosyal medyada, TV programlarında, filmlerde rol model olarak sunduğu karakterler yoluyla gerçekleşmektedir. Dinî temsil kabiliyeti olan rol modeller birey tarafından taklit edilerek dinî tutum ve davranış geliştirebilmektedir. Kitle iletişim araçlarının

dinî hayat ve dinle olan bu etkileşimi kamusal ve akademik ilginin dinî konulara da yoğunlaşmasına sebep olmuştur (Coştu, 2012: 379).

3.1.3. Gençlerde Dinî Sosyalleşme Safhaları

Ailede dinî kültür çocuklukta aşılınmaya başlamaktadır. Ergenlik döneminde belirli bir istikamet kazanan dinî kültür yetişkinlikte olgunluğa erişir. (Günay, 1999: 244). Bireyin çocukluk, ergenlik ve ilk yetişkinlik dönemleri dinî eğilim ve tutumlarında farklılıklar gözlemlenebilmektedir. Bu farklılıkların oluşmasında sosyal etkenlerin de rolü bulunmaktadır.

3.1.3.1. Dinî Sosyalleşme ve Çocukluk

Dinî sosyalleşme süreci bebeklik ve çocukluk döneminde daha yoğun gerçekleşmektedir. Çocuk dünyaya geldiği andan itibaren ilk ilişkiye girdiği bireyler aile fertleri olmaktadır. Şahsiyet oluşumundan bilişsel ve zihinsel gelişime kadar aileden öğrenen çocuk dinî inanç ve uygulamaları da mensubu olduğu bu sosyal tabakadan edinmektedir.

“Çocukların dinî sosyalleşmesi dinî eğitim, sosyal öğrenme ve sembolik etkileşimcilik olarak üç aşamada gerçekleşir” (Coştu, 2012: 381). Din eğitimini aile fertleri, günlük yaşamda iletişime geçtiği kişilerden (akraba okul ortamı, kitle iletişim araçları, akran grupları) edinir. Sosyal öğrenme ise çevresinde ve medyada hayranlık duyduğu ve rol model aldığı kişiler yoluyla meydana gelir. Sembolik etkileşimde ise çocuğun toplumda iletişime geçtiği kişilerin onun tavır ve tutumları üzerindeki etkisi ile gerçekleşir. Çocuğun çevresindeki bu kişiler “ayna benliği” oluşturduğundan çocuk aldığı tepkilere göre davranışlarını belirlemektedir (Coştu, 2012: 381).

Çocukluk döneminin özellikleri arasında sayılan kolay inanırlık özelliği sayesinde çocuk dine karşı ilgili ve kabiliyetli bir durumdadır. Bunun yanında aile fertlerinin dinî bilgi durumları, hayat standartları, kültür düzeyleri, tutum ve davranışları, çalışma şartları çocuklukta dinî sosyalleşmeyi direkt ya da dolaylı olarak etkilemektedir (Ergun, 1994: 52). Aile ortamında zihinlerine takılan sorulara tatminkâr cevap verilmeyen, taklitçi, şekilci ve otoriter bir ortamda dinî sosyalleşen çocuğun ileriki yaşlarda ya dini reddetme, ya dine karşı ilgisizlik ya da körü körüne taklitçilik, şekilcilik gibi durumları ortaya çıkmaktadır. Bu yanlış dinî sosyalleşme

sebebiyle çocuklukta dinî şüphe ve krizlerin ilk tohumları atılmaktadır (Günay, 1981: 198-199).

3.1.3.2. Dinî Sosyalleşme ve Gençlik/Ergenlik

Ergenlik fizyolojik ve psikolojik değişimlerin yaşandığı, çocuklukta yetişkinliğe çok boyutlu bir geçiş dönemidir. Dinî sorgulamanın ve dine ilginin arttığı bu dönemde tatmin edici bir dünya görüşü geliştirme adına bir kutsala bağlanma istek ve ihtiyacı bu yaşta hissedilir. Ergen beş duyu organıyla kavradığı somut gerçekliğe karşılık metafizik alandaki dine karşı tenkitçi ve şüpheli bir tutum sergileyebilir (Bahadır, 2015: 308).

Ergenlik dönemine hâkim olan bağımsızlık anlayışı dinî öğreti ve bilgilerinin eleştirilmesine ve sorgulanmasına ve zemin hazırlamaktadır. Olgun bir dinî yaşayışa ulaşmada dinî şüphe tecrübesi olumlu sonuçlar doğurabilir. Ergen dinî sosyalleşmede ailesi dışında örnek aldığı kimselerle özdeşleşerek dinî inanç ve tutum oluşturabilir. Toplumsal bir nitelik kazanmak adına kişiliğini gerçekleştirme çabasına giren ergen dışarıdaki modelleri gözleme ve onlardan etkilenme sonucu özdeşleşmesinde artış görülür (Kılavuz, 2015: 259). Ergenlik çağındaki genç dinî gelişim açısından 3 farklı yönelim gösterebilir. Ya çocukluğunun geleneksel inançlarına geri döner ya bu inançları güncelleyerek daha bilinçli bir dinî yaşayışa döner ya da tümünden inkâr ederek dine karşı aksi bir tavır geliştirir (Bahadır, 2015: 309-310). Bu dönemde aile, dinî kurum ve cemaatlerin doğru iletişim kurmasıyla ergen sağlıklı bir dinî gelişim gösterebilir.

Gençlik döneminde dinî sosyalleşme çocukluk ve ergenlik dönemine nazaran daha yavaş ilerleyen bir süreçtir. Ergenlik dönemindeki kimliğe ve gerçeğe yönelik sorular gençlik döneminde kendini gerçekleştirmeye doğru evrilir. Dinî yönelimin olgunlaşması sebebiyle sabit bir dinî görüş gözlemlenirken, bireyin sosyal ve ekonomik alanda yaşadığı değişimler sebebiyle dinî inanç ve tutumlarında farklılıklar görülebilir.

Gündelik hayatında yaşadığı ani olaylar ve dinî tecrübeler neticesinde birey din değiştirebilir ya da dine dönebilir. İlk yetişkinlik dönemine giren kişilerin dinî tutum ve inançlarını belirleyen ailelerine bağımlılıkları azalır. Anne babasının öğrendiği geleneksel dinî yaşantıları eleştirebilir, önceki döneme ait dinî inançlardan sıyrılarak kendi dinî inanç ve anlayışını benimseyebilir. Bu dönemde bireysel bir varlık

bilincine, bireysel bir misyona ve bireysel bir yeterliliğe sahip olduğunun farkında olan kişi sınırlı bir dünya hayatı olduğunu kavrayarak inancın kendi hayatındaki önemini anlar. Bu dönemde sorulan temel soru şudur; hayatı nasıl yaşamalıyım, hayatın anlam ve gayesi ne olmalı? Toplumsal olaylarla yakından ilgili bulunan yetişkinlik dönemi ile ilgili yapılan araştırmalar dinî inancın onların hayatlarının bir parçası olduğunu ortaya koymuştur (Köylü, 2020: 153).

3.1.4. Gençlerin Dinî Sosyalleşmesinde İnternet ve Sosyal Medya Etkisi

Kitle iletişim araçları sosyal ve kültürel alanlarda olduğu gibi dinî alanlarda da dönüşüm, değişime uğrayarak yeni anlayışlara kapı aralamıştır. Günümüzde oldukça yaygın olan sosyal medya platformlarında bireysel, kurumsal ya da farklı dinî gruplara ait kullanıcılar bulunmaktadır. Dinlerin çoğunun sanal ortama taşınması ile inanç, dinî uygulama ve esaslar, çeşitli faaliyet ve organizasyonlar internet kullanıcılarına sunulmuştur. Modern çağda yeni nesil medya gençlerin çocukluklarından itibaren inanç, tutum ve dinî kişiliğinin oluşmasında olumlu ya da olumsuz etkilere sahiptir.

We Are Social'ın 2018 yılında yapmış olduğu dijital kullanım oranları araştırmasına göre dünyada 4.021 milyar internet kullanıcısı, 3.196 milyar aktif sosyal medya kullanıcısı (dünya nüfusunun %42'si) ve 2.958 milyar mobil cihazlarda aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. 2022 yılında internet kullanım oranı %7 oranında artarken, sosyal medya kullananların sayısı %13, mobil üzerinden sosyal medya kullanıcılarının sayısı ise %14 oranında artmıştır. Bu sonuçlara göre, ağ tabanlı teknoloji kullanımı her geçen gün daha da artmakta, her gün ortalama 1 milyon kişi yeni sosyal medya hesapları açarak sosyalleşmektedir. Mobil cihazlar üzerinden sosyal medyayı kullanarak aktif olmayan internet kullanıcılarının sayısı azalmaktadır. 2018 yılında dünyada bir kullanıcının dijital medyada günde ortalama 6 saate yakın zaman geçirmekteyken, Türkiye'de ise internet kullanım süresi ortalama 7 saat 9 dakika, sosyal medya kullanım süresi ise 2 saat 48 dakika olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de 2018 yılında yapılan araştırmada 51 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunduğu ve bu sayının 2017 yılıyla kıyaslandığında %6 oranında arttığı belirtilmiştir. Türkiye'de sık tercih edilen sosyal medya platformları sırasıyla Youtube, Facebook ve Instagram'dır. Instagram kullanımında ülkemiz dünyada 6. sırada

bulunmaktadır. Yine We Are Social araştırma şirketinin 2018 yılında yapmış olduğu Dijital Raporu'na göre Türkiye'de bilişim teknolojilerinin dezavantajdan çok yeni imkânlar getireceğini düşünen "Dijital İyimserler'in" oranı %70 oranındadır. Dünyada sosyal medya kullanıcı sayısı 54 milyona ulaşmışken bu rakam Türkiye'de %64'ü bulmaktadır (www.wearesocial.com, 2021).

Bu sonuçlar bize internetin hayatımızın her alanına dâhil olmaya başladığının nicel halini ifade etmektedir.

Bunun yanında 2018 Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre internetin özellikle gençler tarafından daha fazla kullanıldığı, bireylerin yaş ve cinsiyetine göre bilgisayar ve internet kullanım oranının en yoğun 16-24 yaş grubunda olduğu belirlenmiştir (TÜİK, 2018). Bu durum bize geleneksel bilgi edinme yollarının internet ile özellikle gençler arasında değiştiğini göstermektedir. "Türkiye'de Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı" araştırmasına katılan gençler arasında sosyal medyanın %56.7 oranı ile erkekler arasında daha fazla kullanıldığı, kadınlarda bu oranın %43.3 olduğu belirlenmiştir. Sosyal Medya kullanımının yaş aralığı ise 12-18'de %14, 19-25'de %58, 26-30'da %28 oranındadır. Sosyal medya denildiğinde gençlerin ilk aklına %30 oranında "Paylaşım", %17 oranında "Merak" ve %15 oranında "Eğlence" gelmektedir. Kontrol edilmediğinde bağımlılık riski bulunan sosyal ağların kullanım süresini gençlerin sadece %48'i kendi iradesiyle sınırlayabilmektedir (Öztemel ve Kaya, 2018).

Dil ve coğrafi sınırları ortadan kaldıran sosyal medya dünyanın dört bir yanındaki Müslümanlara bir araya getirerek "dijital/e-ümme" olmalarına olanak tanımıştır. Daha önce hiç tanımadığı farklı din, mezhep ve gruplar hakkında bilgi edinmelerini sağlayarak önyargıları kırmaya katkı sağlamaktadır. Bu durum gençlerin farklı dinlere aşina olmalarını imkân tanıyarak daha çoğulcu bir düşünce yapısına sahip olmalarını sağlamıştır (Haberli, 2018: 643).

Gençler internet öncesi dönemde dinî bilgi gereksinimlerini bilgisine güvendiği kişilerden veya kitaplardan sağlarken günümüzdeki iletişim araçları ile bu ihtiyacı karşılamakta, dinî sosyalleşmeyi bu alanda tecrübe etmektedirler. Genç bireyler sanal mecrada çevrimiçi bir kimlik oluşturarak, günlük yaşam pratikleri içine iletişim teknolojilerini dâhil edip hayatlarının bir parçası haline getirmişlerdir. İnternet ile

birlikte kişisel veya dinî gruplara ait hesapların düzenledikleri ders, sohbet ve konferanslara katılabilmekte kermes, toplantı gibi çeşitli organizasyonlarda aktif rol alabilmektedirler. İnternette aynı zamanda dinî araştırma yapmak, dinî yayın ve kitap okumak, dijital kütüphanelere erişmek gençler için bir kolaylık sağlamaktadır (Gürses, 2018: 110). Dinî içerik ve bilgilere sahip dergi, yayın kuruluşu ve gazeteler kendilerine ait sosyal medya hesaplarından dinî paylaşımlar yapmakta; vermek istedikleri mesajı dikkat çekici bir formda sunarak takipçileriyle etkileşim halinde bulunabilmektedir (Kaya, 2019: 61).

Kullanıcılara dinî eğitim ve öğretim fırsatı sunan sosyal medya sanal bir eğitim alanı oluşturmuş, kullanıcıların kendi aralarında bilgi alışverişi ve dinî paylaşımlar yapmalarına imkân sağlamaktadır. Bedensel rahatsızlık, maddi yetersizlik, uzaklık gibi kısıtlamalarda dinî eğitim devam etmiş, yazılı, sesli, görüntülü materyallerle kolay bir iletişimi mümkün kılmıştır. Bunun yanında görüntülü görüşme ve canlı yayın yapabilmeye olanak tanınması birçok dinî figürün Facebook, Instagram vb. gibi sosyal medya hesaplarından canlı yaptıkları sohbet ve vaazlara erişilmesine fırsat sağlamıştır (Haberli, 2018: 643).

Gençler dijital platformlarda dinî sosyalleşmeyi şu şekillerde tecrübe etmektedirler;

- i. Teknolojikleşen kutsal mekânlar sayesinde cami, mescit gibi ibadethanelerde okunan hutbe ve vaazlara dijital ses sistemleri sayesinde tablet ve bilgisayarlarla erişebilirler.
- ii. Dinî kurum, cemaat ve tarikatların öğretilerini internet sitesi veya sosyal medya hesaplarından takip edebilirler.
- iii. Rol model edindikleri popüler dinî kimlikleri Twitter, Facebook, Youtube, Instagram kanalları ile takip edebilir, diğer kullanıcılarla buluşma ortamı oluşturabilirler.
- iv. Dinî içerikli paylaşımlar yapan anonim sosyal medya hesapları oluşturabilir, dinî içerikli resim, video, dinî capsler, dinî belge ve dinî sözler paylaşabilirler.
- v. Sosyal medyada açılan hesaplar aracılığıyla sanal dinî ritüellere katılım sağlayabilir, kutsal metin ve dua okuması, hac, sadaka ve zekat gibi ibadetler için gruplar kurabilirler.
- vi. Dinî külliyyatın dijitalleşmesi ile oluşturulan sanal kütüphanelerden faydalanabilirler.

- vii. Dinî gün ve gecelerde, bayramlar vesilesiyle kutlama ve tebrik amaçlı içerikler paylaşabilirler (Gezginci, 2018: 79-80).

Sosyal medyada denetime tabi tutulmayan dinî içeriklerde bilgi kirliliği söz konusu olabilmektedir. Kolay içerik oluşturma ve paylaşma imkânı kimi zaman dinî kaynaklardan uzak, otantik olmayan içeriklerin ortaya çıkmasına neden olmakta bu durum gençlerin dinî bilgileri sorgulanmasına ve güvensizliğe yol açmaktadır. Kimi zaman da farklı dinî anlayış ve görüşler genç bireylere daha cazip gelmekte, bu görüşleri inceleyip araştırsalar da istemli veya istemsiz bir şekilde karşıdan gelen görüşü benimsemeye başlamaktadırlar. Bir diğer problem dini ve ahlaki değerlere, hak ve adalete yönelik paylaşımlarda bulunan kullanıcıların bir kısmının dürüstlüğü önem verirken pratikte karşılığının olmamasıdır. Örneğin kutsal gün ve gecelerde dinî içerikli paylaşımlar yaparak dindarlık imajı sergileyenlerin dinî pratikleri yapmaması, duyarsız kalması, kişinin maneviyatına zarar vermektedir. Bunun yanında dinî bilgisi eksik, medya okuryazarlığına sahip olmayan kişilerin aradığı her dinî bilgide birbirinden farklı görüşlerle karşılaşması kullanıcıları yanıltabilmektedir. Sanal dinî bilginin dağınık ve birbirinden farklı sunulması bireyde “senkretik” bir dinî anlayış inşa etmekte, İslam kültüründe var olan dinî inanç ve anlayışların bozulmasına neden olabilmektedir. (Haberli, 2018: 644).

3.2. Sosyal Medya Araçları

Gündelik hayattaki her şeyin sanal ortama taşındığı dijital dünya erişim ve ulaşımın sınırlarını genişleterek portföyüne Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Blogger, Zoom gibi yeni haberleşme ve paylaşım ağları eklemiştir.

3.2.1. Instagram

Facebook’a ait bir şirket olan Instagram mobil cihazlara göre tasarlanan video, fotoğraf paylaşım üzerine kurulan kullanıcıların birbirleriyle etkileşimini sağlayan bir uygulamadır. Gün geçtikçe uygulamalar ve yenilikleri artıran Instagram bugün gençler arasında yaygın kullanılan sosyal medya platformlarından biridir. Hikaye (Story) paylaşımı, iletişimi sağlayan DM (Direct Message) kutusu, Reels ve IGT videoları öne çıkan özellikleridir. Kullanıcılar hikayelerini 24 saatlik süreyle paylaşırken filtre uygulayabilmekte; konum, gif, bağlantı, etiket ve emoji ekleyebilmektedir. Türkiye’de Instagram gençlerin en popüler sosyal ağı olmuştur. Instagram’da zamanının büyük bir bölümüne geçiren gençlerin oranı %57’dir. Yine

gençler arasında Twitter %20, Youtube %12, Facebook %8 kullanıcısı bulunmaktadır (Öztemel ve Kaya, 2018). Öyle görülüyor ki gençler arasında sosyal ağların her geçen gün kullanıcısı artmaktadır.

Canlı yayın yapmanın mümkün olduğu Instagram'da yer alan İslâmî sayfaların takipçi sayısı fazladır. Kişilere veya gruplara ait olan bu dinî sayfaların yapmış oldukları eğitim faaliyetleri, duyuru ve paylaşımlar beğeni almaktadır. Gençlerin de paylaşımını yaptığı dinî içerikli haberler, mübarek gün ve geceler, dinî bayramlar gibi önemli zamanlar ile ilgili İslâmî içeriklerin sunumları genel olarak Instagram'da yapılmaktadır. Gençlerin özellikle Instagram üzerinden “#” (hashtag) ile İslam'a vurgu yaptıkları görülmektedir. Kullanıcılar hashtag üzerinden birçok dinî içerikli paylaşımlarda bulunmakta ve ilgi görmektedirler. Örneğin #gençmüslüman, #islamvegenç, #müslümangençlik, #dinimislam, #ramazan, gibi hashtagler sıkça paylaşmakta, dinî paylaşımların daha geniş kitleye yayılması sağlanmaktadır. Dinî etiketlere ait binlerce yazılı yorum etkileşimi artırmaktadır (Kaya, 2019: 62). Ayrıca gençler çoğunlukla Instagram'da Saliha Erdim, Fatma Bayram, Merve Sefa Likoğlu, Nur Mektebi, Hayal Hanem, 5te5namaz, Siyer Vakfı, Fikriyat, Netyazı, gibi dinî içerikli sayfaları takip etmektedirler.

3.2.2. Facebook

Facebook kullanıcıların ücretsiz gönderi oluşturup paylaşabileceği zaman çizelgesine sahip bir sosyal medya platformudur. 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulmuş olan Facebook ilk etapta Harvard öğrencileri için kurulsun da 2006 yılında tüm e-posta adreslerine açılmıştır. Facebook aynı zamanda veri toplama imkânı sunmaktadır. Tüm paylaşım, içerik ve dosyalar sistem içinde kaydolmaktadır. Türkiye'de sosyal medya Facebook ile başlamış olsa da gençler arasında 4. sırada bulunmaktadır. Gençlerin ilk kullanmaya başladıkları sosyal ağ %78 ile Facebook iken zamanla ciddi bir değişim gözlenmiş Instagram ve Youtube'un da yükselişe geçtiği görülmüştür (Öztemel ve Kaya, 2018).

Ortak inanç ve anlayışa sahip bireyleri bir araya getiren Facebook'ta İslam dinî özelinde de topluluklar bulunmaktadır. Dinî içerikli birçok konunun yer aldığı Facebook'ta dinî sayfaların ve takipçi sayılarının fazla olması onun işlevselliğine işaret etmektedir. İslâmî sayfaların yayınladıkları etkinlik ve duyuruların kısa sürede geniş kitlelere yayılması, kullanıcılara şahsi hesap oluşturma fırsatı vermesi,

Facebook’u internet üzerinden dinî topluluklar oluşturmak için uygun bir alana dönüştürmüştür. Her ne kadar sanal mecralarda büyük kitlelere ulaşmak fiziken bir araya gelmekten daha avantajlı ve kolay gözüktüğü de ekran başında durmak dinde yalnızlaşma duygusunu ve ekrana kitlenme dezavantajını beraberinde getirmektedir (Kaya, 2019: 65).

3.2.3. Twitter

“Herkesin söylenecek bir sözü olduğuna inanıyoruz” misyonu ile ortaya çıkan, sınırlı bir kapasite ile içerik paylaşımı sağlanan Twitter bir mikroblog formu olarak kabul edilmektedir. Twitter’da kısa tweetler oluşturma, paylaşılan içeriği beğenme, retweet (tekrar paylaşma) yapma imkânları ile aktif kullanıcı sayısı oldukça fazladır. Twitter’da takipçinin beğeni ve sayısına göre tweetler atılmaktadır. Takipçilerinizle herkese açık olarak paylaştığınız bir tweet, retweet yapılabilir. Retweetlemeden önce kendi yorumlarınızı ve/veya medyanızı ekleme seçeneği bulunmaktadır. Bu tweetler bazen top tweet olabilmektedir. Duygu düşüncelerin anlatabileceği, ünlü profillerin takip edilebileceği, gündemdeki en sıcak gelişmelerden haberdar olunabileceği ve hatta yardıma muhtaç kişiler için destek kampanyaları oluşturulabileceği Twitter bu özellikleri sayesinde oldukça işlevseldir. Paylaşılan içeriği sınıflandırma amacıyla kullanılan “hashtag” Twitter’da yaygın olarak kullanılan bir uygulamadır (Koçoğlu, 2018).

Twitter üzerinden düzenlenen İslâmi içerikli birçok anket düzenlenmekte, çok sayıda katılımcıya erişilmekte ve dinî içerikli paylaşımların yorumlanıp tartışılmasına imkân sağlanmaktadır. Diyanet İşleri Başkanlığı son zamanlarda dinî içerikli paylaşımlarıyla Twitter’da üzerinden etkin olmaya başlamıştır. Dinî grup, cemaatler ve bireysel hesaplar kendi oluşturdukları din topluluklarını genişletmek amacıyla Twitter’ı kullanmaktadır. Böylelikle geniş alanlara kadar topluluklarını büyütebilirler (Kaya, 2019: 65).

3.2.4. Blogger

Çeşitli konularda insanların okuması için makaleler, web siteleri, yazılar, içerikler, portfolyolar ve günlük oluşturmaya yarayan dijital konu oluşturma aracıdır. Blogger blog yazan kişi anlamına gelmektedir. Bu sebeple Blogger çeşitli konularda içerikler üreten dijital günlük yazarlardır. “web günlükleri” denilen bloglarda teknik bilgi sahibi olmayan kullanıcılar bile herhangi bir yerden rahatlıkla bağlanarak günlük

tarzı web sayfalarında içerik oluşturabilirler. Blogların ücretsiz olması ve kullanım kolaylığı sağlaması, kişisel düşünceleri ve tecrübeleri özgürce paylaşma fırsatı sunması onu diğer web sitelerine göre avantajlı bir sosyal medya platformu haline getirmektedir. Her gönderide yazarın adı ve mesajın gönderildiği zaman belirtilir. Paylaşımlara yorum yapılması hesap sahibinin izniyle mümkündür. Yazar ve okuyucu arasında etkileşim yorumlar sayesinde sağlanır. Bloğa yüklenen tüm iletiler, kronolojik sıra dâhilinde gösterilmektedir. Dinî konuların da yer aldığı bloglarda konular düzenlenirken paylaşımından sonra yapılan yanlışları silmelerine gerek yoktur. Çünkü içerikler kolaylıkla güncellenebilmektedir. Bloglar kitle iletişim araçlarıyla dünya kamuoyunun düşüncesini etkileyebilirler (Akar, 2010: 20). Özellikle geribildirim almanın kolaylığı açısından gençler açısından sık tercih edilir. Çoğunlukla kişisel bir ilgi alanına hitap ettiği için din ve gençlik üzerine yazılan her yazının öznel ve kişiye ait yorum ve fikirler içerdiğini unutmamak gerekmektedir (Kaya, 2019: 38).

3.2.5. Youtube

En genel anlatımıyla kullanıcılara videolarını yükleme ve diğer kullanıcıların yüklemiş olduğu videoları izleme fırsatı sunan bir sosyal ağ platformudur. Video yükleme sırasında belirli kategoriler bulunsa da Youtube’da içerik konusunda herhangi bir sınırlamada bulunmamaktadır. Gençlere yönelik pek çok dinî içerik Youtube kanalında bulunmaktadır. Bunların başında “Genç Müslümanlar” kanalında yer alan İslami videolar, kısa filimler, sohbetler, neşirler gelmektedir. Hamza Yusuf, Muftit Menk, Ömer Süleyman, Nouman Ali Khan, gibi birçok yabancı katılımcının dinî sohbetleri Arapça’dan ve İngilizce’den Türkçe’ye çevrilip alt yazılı olarak gençlere sunulmaktadır. Türkiye’de Nureddin Yıldız, Hayati İnanç, Serdar Tuncer, Bekir Develi gibi isimlerin Youtube sayfaları gençler tarafından rağbet görmektedir. Diyanet TV Diyanet İşleri Başkanlığı’na ait olan bir kanaldır. Bu kanalda dinî eğitim, “Buhâri Dersleri”, “Kur’an ve Dua”, “Bir Ayet ve Bir Yorum”, “Evden Öğreniyorum” gibi çeşitli programlar düzenlenmektedir. Çocuklar için eğlenceli dinî çizgi filmler yayınlamaktadır. Yine gençlere yönelik Risale-i Nur sohbetleri yapan gençlik oluşumunun resmi Youtube kanalı olan “Nur Mektebi” sosyal deneylerin ve özel hazırlanan içeriklerin paylaşıldığı ve gençlerin daha çok yoğun olarak takip ettiği bir kanaldır.

3.2.6. Zoom

Korona virüs önlemleri kapsamında karantina sürecine maruz kalan insanlar iş ve eğitim hayatını sürdürebilmenin yeni yollarını aramışlar, iletişim teknolojilerini daha aktif kullanmaya başlamışlardır. Akıllı telefon, tablet gibi mobil cihazlarda, bilgisayar, laptop gibi masaüstü cihazlarda kullanabilen Zoom uygulaması görüntülü ve sesli konferans hizmeti sunan bir iletişim uygulamasıdır. Çok katılımlı toplantı uygulamasında popüler olan Zoom pandemi döneminde tüm dünyada başlıca kullanılan görüntülü teknolojilerden biri olmuştur. Cisco System ve WebEx ortaklığıyla Amerikan iş insanı Eric Yuan tarafından 2011 yılında kurulmuştur. 100 katılımcıya kadar ücretsiz 40 dakika görüşme imkânı sağlayan Zoom Covid-19 salgınında dünya genelinde yapılan araştırmalarda en iyi 200 Eğitim-Öğretim uygulamaları arasında yer almıştır (Koç, 2022: 387-388). Katılımcıların Zoom üyesi olması gerekmediği uygulamaya gönderilen linkle kolaylıkla erişim sağlanabilmesi onun pratik bir kullanıma sahip olduğunun göstergesidir.

Online ders verme ve ders alma aracı olarak kullanılan Zoom son yıllarda dinî eğitim veren kişi ve kurumların da başvurduğu uygulamalardan biri olmuştur. Daha önce cami, ev, Kur'an Kursu gibi yerlerde gerçekleşen Ramazan mukabelesi Covid-19 kısıtlamaları nedeniyle Zoom üzerinden canlı olarak gerçekleşmiş, pek çok katılımcı hatim programlarını bu platform üzerinden takip etmiştir. Sosyal mesafe kuralları gereği gerçek hayatta uygulanamayan dinî toplantılar ve dinî dersler sanal toplantılarla gerçekleşmiştir. Online organizasyonlara artan ilgi sanal dinî cemaatlerin hızla yayılmasına zemin hazırlamıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma üniversite gençliğinin dijital medyada yer alan dinî içeriklere karşı tutumlarının tespitine yöneliktir. Tercih edilen araştırma yöntemi nitel araştırma tekniğidir. Nitel araştırma gözlem, görüşme gibi imkânlar sağlayarak düşünce ve yorumların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasını sağlamaktadır. (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41). Daha ayrıntılı olarak anlamaya yönelik “Nasıl, Niçin” sorularını soran nitel araştırmalar eğitimden sağlığa kadar pek çok alanda tercih edilmektedir. Nitel araştırmalar esnasında bir takım araştırma desenlerinden faydalanılmaktadır. Bunlardan biri yaşayan deneyimleri değerlendirme amacı güden olgubilim (fenomenolojik) yaklaşımdır (Denzin ve Lincoln, 1998). Olgubilim farkında olduğumuz fakat detaylı bilgiye sahip olmadığımız olgulara odaklanır. Bu anlamda günlük yaşantıların ve bireysel deneyimlerin derinlemesine anlaşılmasını ve aktarılmasını sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 80). Çalışmada nitel araştırmalarda en çok başvurulan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakatta konuyla alakalı önceden hazırlanmış sorular problem cümlelerine hitap edecek şekilde oluşturularak görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşme tekniği katılımcıların verdiklere cevaplara esneklik sağladığı, problemi ayrıntılı ele alma imkânı verdiği için tercih edilmiştir.

4.2. Evren ve Örneklem

Çalışma grubumuzda amaçlı örnekleme ve maksimum çeşitlilik örnekleme türleri kullanılacaktır. İstanbul’da örgün öğrenim gören 20 lisans ve yüksek lisans öğrencisinden elde edilen verilerin analizi doğrultusunda dinî algı, bilgi ve eğilimlerin kurucu temel unsuru aileden sonra dijital medyanın da bu anlamda bilgi edinme kaynağı olduğu ortaya koyulacaktır. Dinî yaşantı ve dinî bilgi bakımından belli bir birikimi olan üniversiteli gençlerdeki din algısının dijital medya ile nasıl şekillendiği tartışılarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile konuya yorum getirmesi amaçlanmıştır. Araştırmada 18-27 yaş grubu gençlerin tercih edilmesinin

sebebi dijital çağın yeniliklerinin gençler arasında hızla yayılması ve doğrudan muhatap olmaları sebebiyledir.

4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada iki araç kullanılmıştır. Birincisi demografik bilgiler elde etmek için geliştirilen formdur. Bu bölümde üniversite öğrencilerinin yaş, cinsiyet, ekonomik durum, okul/bölüm, anne/baba meslek bilgilerine yer verilmiştir. İkinci veri toplama aracı katılımcılara yöneltilen mülakat sorularıdır. Yüz yüze görüşmeler araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Mülakat sorularının hazırlık safhasında konu ile ilgili literatür taranmış, uzman görüşüne başvurarak sorular geliştirilmeye çalışılmıştır. Görüşmelerin süresi yaklaşık 40 dakika sürmüştür. Görüşme esnasında tarafsız olmaya katılımcıyı yönlendirmemeye dikkat edilmiştir.

4.4. Verilerin Toplanması

Mülakat soruları hazırlanırken teorik çerçeveyi oluşturan birinci ve ikinci bölümdeki temel başlıklar dikkate alınmış, sorular yoluyla alt amaçlara ulaşmak hedeflenmiştir. Görüşmede katılımcılara toplamda 7 açıklamalı soru sorulmuştur. Tüm cevaplar ses kayıt yöntemi ile kayıt altına alınmıştır. Elde edilen cevaplar 7 ana kategoride alt başlıklarla sınıflandırılmıştır.

4.5. Verilerin Çözümlemesi ve Analizi

Tez sürecinde verilerin analizi saha araştırmasının anlamlı bir bilgiye dönüştürülmesi ve modellenmesidir. Yarı Yapılandırılmış Mülakat Tekniği'nden faydalanılarak açık uçlu sorular sorulması araştırma hakkında derinlemesine bilgi elde etme imkânı sağlamıştır. Elde edilen veriler nitel araştırma veri analiz yöntemlerinden biri olan İçerik Analizi Yöntemi ile incelenmiştir. Ayrıntılı sunulan bu verilerin araştırmacı tarafından ele alınıp yorumlanması içerik analizinde son aşamadır. Mülakatlar neticesinde oluşturulan verilerin sınıflandırılarak eğilimlerin tasvir edildiği bulgular kısmı ise yedi ana başlığa ayrılmıştır. Görüşme sorularından hareketle tema ve alt temalar oluşturulmuş kodlar tablosu ile daha anlaşılır bir hale getirilmiştir.

4.6. Katılımcı Dağılımları Ve Demografik Özellikleri

Çalışmanın bu bölümünde gelen veriler değerlendirilmiştir. Mülakata katılanların kısa bilgileri tablo halinde sunulmuştur. Görüşme sonrasında elde edilen bulgular başlıklarıyla ele alınmıştır.

Tablo 4.1: Katılımcı Dağılımları Ve Demografik Özellikleri

Kod Ad	Yaş	Cinsiyet	Ekonomik Durum	Okul/Bölüm	Anne meslek/Baba Meslek
K1	23	Kız	Orta	İstanbul Üniversitesi/ Psikoloji	Ev Hanımı- Emekli
K2	19	Kız	Orta	Marmara Üniversitesi/Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	Ev hanımı/Emekli
K3	22	Kız	İyi	İstanbul Üniversitesi/Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkileri	Ev hanımı/İşletmeci
K4	24	Kız	Orta	İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi	Ev hanımı/İmam
K5	27	Kız	Orta	Marmara Üniversitesi/ Toplumsal Projeler Yönetim ve Organizasyonu (YL)	Ev hanımı/Soğutma Sistemleri İmalatı
K6	22	Kız	Orta	Sağlık Bilimleri Üniversitesi/Beslenme ve Diyetetik	Ev hanımı/-
K7	22	Erkek	Orta	İstanbul Üniversitesi/Maliye	Ev hanımı/Emekli
K8	19	Erkek	İyi	İstanbul Üniversitesi/ İlahiyat Fakültesi	Öğretmen- Özel Güvenlik
K9	19	Erkek	Orta	Marmara Üniversitesi/ İlahiyat Fakültesi	Ev Hanımı- İmam
K10	21	Kız	Orta	Marmara Üniversitesi/ Okul Öncesi Öğretmenliği	Ev Hanımı- Serbest Meslek
K11	19	Kız	Orta	Yıldız Teknik Üniversitesi/ İletişim ve Tasarım	Ev Hanımı- Öğretmen
K12	21	Kız	Orta	Yıldız Teknik Üniversitesi/ İletişim ve Tasarım	Ev Hanımı-Esnaf
K13	24	Erkek	Orta	Marmara Üniversitesi/ Halkla İlişk. ve Tanıtım	Ev Hanımı- Şoför

K14	25	Erkek	Orta	İstanbul Üniversitesi/ Arap Dili ve Edebiyatı	Ev Hanımı- Emekli
K15	19	Kız	Orta	İstanbul Üniversitesi/ Hukuk Fakültesi	Ev Hanımı- Serbest Meslek
K16	26	Erkek	İyi	Marmara Üniversitesi/ İslam Tarihi Sanatları YL	Ev Hanımı- Veteriner
K17	18	Kız	Orta	İstanbul Üniversitesi/ Fransız Dili ve Edebiyatı	Müzebbih-Hattat
K18	20	Kız	İyi	Marmara Üniversitesi/ Fen Edebiyat Fakültesi	Ev Hanımı- Memur
K19	21	Kız	Alt	Marmara Üniversitesi/ Eczacılık	Ev Hanımı- İmam
K20	24	Kız	Orta	İstanbul Üniversitesi/ Siyasal Bilimler	Ev Hanımı- Müteahhit

Yapılan bu çalışmada üniversite öğrencilerinden toplanan veriler 7 ana kategoride ele alınmıştır. Birinci kategoride; “Dijital Medyada Yer Alan Dinî İçerikler ve Dinî Anlayışlara Etkisi” başlığı yer almıştır. İkinci Kategoride; “Dijital Medyadaki Dinî Paylaşımların Dinî Kimliklere Etkisi”, üçüncü kategoride; “Dijital Medyada Dinî Sosyalleşme” dördüncü kategoride; “Sanal Dinî Cemaatlere ve Sanal Dinî Ritüellere Katılım”, beşinci kategoride; “Dijital Medyanın Kurumsal ve Bireysel Dindarlığa Etkisi”, altıncı kategoride; “Dijitalleşme İle Gelen Yeni Dindarlık Biçimleri”, yedinci kategoride “Dijital Pazarda Dinî Pratiklere Yardımcı Ürünlerin Ticarileşmesi” başlıkları yer almıştır. Her bir kategorinin kendi alt başlıkları mevcuttur.

Örnekleme seçilen üniversite öğrencilerinin 6 tanesi erkek 14 tanesi ise kadındır. Katılımcıların yaş aralığı 19-27 olarak belirlenmiştir. Katılımcılar Marmara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi ve Sağlık Bilimleri Üniversitesi’nde okuyan öğrencilerden seçilmiştir. Bu öğrencilerden 2 tanesi İlahiyat Fakültesi, 2 tanesi İletişim ve Tasarım, diğerleri sırasıyla Fizyoterapi ve Rehabilitasyon, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, Grafik Tasarım, Beslenme ve Diyetetik, Maliye, Okul Öncesi Öğretmenliği, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Arap Dili ve Edebiyatı, Hukuk Fakültesi, Fransız Dili ve Edebiyatı, Türk Dili ve Edebiyatı, Eczacılık, Siyasal Bilimler okumaktadır. 2 tanesi yüksek lisans öğrencisidir.

Araştırmanın temel hedefi dinin dijitalde yer almasıyla gençlerin zihniyet dünyalarını, yapılan mülakatlardan hareketle oluşan günlük pratiklerini ve değişen dinî anlayışlarını ortaya çıkarmaya çalışmaktır. Katılımcıya yöneltilen sorular din ve dijitallik, dinî kimlik ve dijitallik, dinî sosyalleşme ve dijitallik, sanal dinî cemaat ve sanal dinî ritüellere katılımları, bireysel din ve kurumsal din, dinî metalaşma temaları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Katılımcılar mülakat sıralamasına göre K1'den K20'ye kadar sıralanmıştır.

4.7. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde İstanbul'da devlet üniversitelerinde öğrenim gören 19-27 yaş arası gençlere sorulan mülakat sorularından elde edilen yanıtlara yer verilmiştir.

4.7.1. Dijital Medyada Yer Alan Dinî İçerikler ve Dinî Anlayışlara Etkisi

Mülakatımızın ilk sorusunda katılımcılara “*Dinî bilgiye hangi yollarla erişim sağlıyorsunuz? Dijitalde elde ettiğiniz bilgiler din anlayışınızı değiştiriyor mu? Dinî bilginin dijitalde aktarılırken gündemde kalabilmek adına değişime uğradığını düşünüyor musunuz? Örnek verebilir misiniz?*” soruları yönetilmiştir.

4.7.1.1. Dinî Bilgi Edinme Yolları

Gençlere dinî bilgiye erişimde dijital platformları tercih edip etmediklerini tespit amaçlı sorduğumuz “*Dinî bilgiye hangi yolla erişim sağlıyorsunuz?*” sorusuna şu yanıtlar verilmiştir.

Genellikle internet üzerinden erişim sağlıyorum. (K1)

Dinî bilgiye en çok Instagram'dan erişiyorum. Çünkü en çok onu kullanıyorum. (K11)

Dinî bilgilere internet üzerinde bulunan güvendiğim kaynaklar ve çevrem vasıtası ile ulaşmaya çalışıyorum. (K13)

Dinî bilgiye kitaplardan ve sağlam kaynak veren web sitelerinden erişiyorum. (K38)

Bilgi iletişim teknolojileri çağı olan günümüzde internet kullanımını bilgiye ulaşımında büyük bir paydaya sahiptir. Dijital medyaya erişebilirliğin bu denli yaygın hale gelmesi ve interneti kullanma becerimizin artması hemen her konuda bilgiye çevrimiçi ulaşmamızı sağlamaktadır. Gelişen iletişim araçları sayesinde dinî inanç ve

düşüncelere erişim de internetin kullanıcılara sunduğu imkânlardan biri olmuştur. Görüşmelere katılan öğrencilerin yanıtları dikkate alındığında çoğunluğun dinî bilgiye internetten erişim sağladıkları görülmektedir. K1 internetten, K11 Instagram'dan erişim sağladıklarını ifade etmiş, K13 ve K20 güvendiği kaynaklar içeren web siteleri ile dinî bilgiye ulaştıklarını belirtmişlerdir. İnternette dinî araştırma yapan katılımcılarımızın ortak ifadeleri “İnternette güvendiğimiz kaynak, sağlam kaynak” olmuştur. K3, K12’de aynı görüşü paylaşmıştır. Araştırmada gençlerin teknolojiden uzak olmadıkları pek çok bilgiye çevrimiçi eriştikleri görülmektedir.

Dinî bilgiyi yaşadığım çevre gereği bizzat insan kaynağından ulaşıyorum. Ancak dijitali de bu noktada anlık cevap bulmak için kullanıyorum. (K16)

Bilgi ve teknoloji toplumlarının en önemli özelliği bilgiye kolay erişim ve bilginin hızla üretilmesidir. Çağımızda bilgiye hızlı ve kolay ulaşmanın aracı haline gelen internet dinî bilgilere de erişimi hızlandırmıştır. K16 dinî bilgi araştırmalarında yaşadığı çevreden destek olsa da kısa sürede yanıt almak için internete başvurduğunu ifade etmiştir.

Bir dinî bilgiye erişmek için genellikle güvendiğim hocaların Kuran ve sünnet üzere açıklamalarına bakıyorum bu da kitap ve dijital medya yolu ile oluyor. (K14)

Dinî bilgiye öncelikle Kur’an ve sünnet üzerine okumalar ve online katıldığım dersler vasıtasıyla erişiyorum. (K15)

Sohbet ortamlarından ve Zoom’dan hocaların tefsir derslerine katılarak ve kitap okuyarak dinî bilgi edinmeyi tercih ediyorum. (K18)

Dijital medyada kullanıcıların da rağbet gösterdiği çeşitli dinî topluluklar bulunmaktadır. Bir hocanın önderliğinde çevrimiçi yapılan dinî eğitimlerde dinî düşünce, bilgi, tartışma, değerlendirme ve paylaşımlar ilgi görmektedir. Dinî rehberlik yapan hocalar bireylerin dinî yaşamını ve dinî algılayışlarını etkileme gücüne sahip olabilmektedir. Katılımcıların verdiği yanıtlar dikkate alındığında K18’in “Zoom’dan tefsir dersleri” ve K15’in “Online katıldığım dersler” ifadelerindeki dersler kendilerine rehber edindikleri bir hoca ile yapılmaktadır. K14’ün “Güvendiğim hocalar”, deyimleri dinî bilgiye erişimin medyada aktif bireysel faaliyet gösteren hocalar vasıtasıyla gerçekleştiğinin göstergesidir.

Dinî bilgiye güvendiğim hocalarım, Kur'an-ı Kerim tabanlı kaynaklar; İslam Ansiklopedisi, ilmihal vb. Google Search sayesinde erişim sağlıyorum. (K3)

Yer yer geleneksel usülle yer yer ise dijital uygulamalar üzerinden erişim sağlıyorum. (K4)

Dinî bilgiye erişimi daha çok okuduğum kitaplarla ve video dersler aracılığıyla sağlıyorum. (K5)

Temel kaynak metinler (Kuran, Hadis...), kitaplar, makaleler, web siteleri, Youtube videoları, üniversitedeki dersler, katıldığım müzakere gruplarından bilgi ediniyorum. (K20)

İnternet erişiminin tüm dünyada yaygınlaşmasıyla dinî içerikler dijital mecralarda çokça yer almaktadır. Araştırmaya katılan K3, K4, K5, K20 dine dair soruları hakkında direk internetten bilgi almalarının yanında farklı kaynaklara da başvurduklarını ifade etmişlerdir. Kaynak metinler, İslam Ansiklopedisi, ilmihaller, makaleler, hocalar yanında Google Search, Youtube videoları, web siteleri gibi internet kaynaklarından da dinî bilgiye ulaşmaktadırlar. K2, K6 ve K15'te dinî araştırmalarında internet yanında diğer kaynakları kullandıklarını belirtmişlerdir.

Sahip olduğum dinî bilgiler aile, lise ve üniversitede öğrendiğim bilgilerdir. (K8)

Dinî bilgiye daha önce gittiğim imam hatip okullarından tanıdığım hocalarımın o dönemlerde bana sağladıkları temeller neticesinde edindiğim kitap ve kaynaklardan ulaşıyorum. (K17)

Dinî bilgilerimin temelini ailem oluşturdu. Sonrasında kitaplar aracılığıyla araştırmalarımı sürdürdüm. (K9)

Ben direk babamdan öğreniyorum. Sonradan başka yerde eğitim aldığımda bile gider yine babama danışırdım. Ya da başka hocama sorardım. (K19)

Bireyde dinî bilgileri kazanmasını sağlayan kurumların başında aile, ikinci sırada okul gelmektedir. Gençlerin dinî anlayışları aile içerisinde yetiştirilme tarzından etkilenmektedir. K8 ve K9'un İlahiyat Fakültesinde eğitim almalarının dinî bilgilerine katkısı olmuştur. Bunun yanında ailelerinin de desteğinden bahsetmişlerdir. Aile kaynaklı din eğitiminin etkisini ve aileden gelen dinî kültür

araştırmamıza yansımaktadır. Babası imam olan K9 ve babası hattat olan K17’de bu etkileri görmek mümkündür. Ayrıca K7 ve K10’da dinî bilgiye erişimde internet dışı kaynakları tercih etmektedirler.

Katılımcıların bir kısmı dijital medyayı dinî araştırmalarda kullandıklarını, fakat seçici davrandıklarını ifade etmişlerdir.

Din algımda bilgilerin dijital kanalla gelişi değil de kimlerden dinlediğim etkili oluyor büyük ölçüde. İlmine güvendiğim kişileri dinlemeyi tercih ediyorum.(K5)

Dijitalde elde ettiğim bilgi dinî bilgime ters ise öncelikle araştırıyorum (K6)

Tabi ki dijital ortamda gerçekleşen araştırmalarımın ele aldığım konuları titizlikle araştırır, kaynağının güvenilir olmasına oldukça dikkat etmekteyim. (K8)

Dinî öğretilerin dijital medyaya aktarılırken içerik ve pratiklerin değişime uğraması otantiklik sorununa neden olmaktadır. İnternette oluşturulan dinî sayfaların bir süzgeçten geçmemesi veya bir değerlendirmeye tabi tutulmaması bilginin güvenilirliği ve tarafsızlığında katılımcılarımızı şüpheye düşürmektedir. Evlerimizde, kütüphanelerde bulunan kitaplar bir uzman tarafından değerlendirilirken internette yer alan bilgilerde doğru olmayan veriler elde edilebilmektedir. Katılımcılar doğru bir analiz için dinî bilginin muhakkak sağlam kaynaklardan elde edilmesi gerektiğini, çevrimiçi ulaştıkları dinî bilginin doğruluğunu teyit ettiklerini belirtmişlerdir. Bu da internetin bireyler üzerinde güvenilirlik noktasında olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir. Gerçek din dediğimiz ana kaynaklara itibar edilmesi ve dijitalde ulaştıkları her bilginin güvenilirliğinin sorgulanması gerektiğini belirtmeleri araştırmamızda dikkat çekici bir husustur.

4.7.1.2. Dijital Medyada Yer Alan Dinî Bilginin Din Anlayışına Etkisi

Üniversiteli gençlere bu bölümde internet üzerinde gelişen dijital teknolojilerin din anlayışlarındaki değişikliği tespit etmek amaçlı “*Dijital medyada elde edilen dinî bilgi dinî anlayışınızı değiştiriyor mu?*” sorusu yöneltilmiştir.

Dijitalde elde ettiğim bilgiler din anlayışımı değiştirebiliyor. (K2)

Dijitalde gördüğümüz bilgilerin doğruluğu kesin kanıtlanmamış ise din anlayışımı değiştirmesi muhal tabii ki.(K8)

Dijitalde edindiğim bilgiler eğer güvendiğim kaynaktan ise elbette hayatımda din anlayışında değişikliğe sebep olabilmektedir. (K13)

Dijitalde elde ettiğim bilgi din anlayışımı etkiliyor elbette. (K20)

Teknolojik gelişmeler toplumların tarihinde önemli dönüm noktalarıdır. Bireylerin sanal mecrada kurdukları sosyo-kültürel faaliyetler gündelik hayattakinden farklılık göstermektedir. Bu durum toplumun dinî anlayışlarına da yansımaktadır. K2, K8 dijital medya kullanımının farkında olmadan dinî anlayışında değişikliğe sebebiyet verdiğini dile getirmişlerdir. K13 güvenilir kaynakları tercih ettiğinde dinî anlayışında olumlu bir değişimden bahsetmiştir.

Bir kısım katılımcı dijital medyada yer alan dinî bilginin din anlayışlarını değiştirmedeğini düşünmektedir.

Dijitalden bazen gündemde dinî mesele olduğunda eski bilgilerimle mukayese imkânım oluyor. Yeni bilgiler edinebiliyorum. Fakat din anlayışımı değiştirdiği söylenemez. Okuduğum bölüm itibariyle dijitalden edinilen bilgilerinin kaynaklarını ve güvenilirliğini ölçme fırsatı bulabiliyorum. Fakat lisans düzeyinde eğitimi olmayan halkın dijitalde yayılan dinî meseleler hakkında yanlış bilgiler edinebilmesi çok muhtemel. (K8)

Dijitalden edindiğim bilgiler din anlayışımı değiştirmiyor. Evet, bazı dinî bilgiler gündem oluşması adına çarpıtılarak anlatılabiliyor. Genelde Twitter'da herkes dinî konular üzerine yorum yapıp fetva veriyor. (K9)

Güvendiğim hocaların Kuran ve sünnet üzere açıklamalarına bakıyorum bu da kitap ve dijital medya yolu ile oluyor. Dijitalde elde ettiğim bilgiler din anlayışımı değiştirmiyor. (K14)

Araştırmamıza katılan ilahiyat öğrencileri aynı yönde fikir sunarak dijital medyada yer alan dinî bilgiye temkinli yaklaşmışlardır. Aldıkları din temelli eğitimin sağladığı bilinçle hareket ettiklerini söyleyen ilahiyat öğrencileri, medyatik kurguya adapte edilerek değişen dinî bilginin din anlayışlarını değiştirmedeğini ifade etmişlerdir. K9 medya dininin çarpıtılarak sunulduğunu, alanında uzman olmayan kişilerin rahatlıkla dinî yorum yapıp, fetva verdiklerini iddia etmiştir.

Din anlayışımı değiştirmiyor. Çünkü sağlam bilgi birikimim var ve bilmediğim konularda da güvenilir sitelerden araştırma yapıyorum. (K11)

Dijitalde edindiğim bilgiler din anlayışımı değiştirmiyor genelde. İnternette okuduğum şeylere inanmadan önce araştırma yaparım. (K13)

Dijitalde her bilgi doğru olmadığı için hemen anlayışım değişmez bence. Güvenilmez kaynaklarda bu değişimler kesinlikle olur ama ben daha önce hiç bu türde olan kaynağa erişim sağlamadım. (K18)

Çevrimiçi dinî bilginin güvenilirliğinden şüphe edilse de dinî bilgiye ulaşmada internet kullanımının giderek arttığı bir gerçektir. K11, K13, K18 kodlu katılımcılar dijitalde yer alan dinî bilginin dinî anlayışlarını değiştirmediklerini kesin bir dille ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan K3, K4, K5, K6, K7, K11, K12, K14, K16, K18'de aynı fikirdedir. Gençler şüpheli buldukları bilgileri mutlaka farklı kaynaklardan araştırdıklarını, dijital medyada karşlarına çıkan ilk dinî argümana körü körüne inanmadıklarını, bu konuda bilinçli olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca çevrimiçi asılsız kaynaklardan oluşturulan dinî olgulara karşı olumsuz bir tavır takılmaktadırlar. Katılımcıların dinî bilgilerin seçimi noktasında belirli site, sayfa ve kaynakları tercih etmeleri medyanın güven zedeleyici tarafını da gözler önüne sermektedir.

K19 dinî bilgiyi farklı kaynaklardan edindiği için, K10, K15, K17 emin olamadıkları için fikir sunmamışlardır.

4.7.1.3. Dijital Medyada Yer Alan Dinî Bilginin Güvenilirliği

Katılımcılara bu bölümde “*Dinî bilginin dijitalde aktarılırken gündemde kalabilmek adına değişime uğradığını düşünüyor musunuz? Örnek verebilir misiniz?*” sorusu bir örnek ile sorulmuştur.

Düşünüyorum. Çünkü provokatif ve yanaltıcı kötü niyetli içerikler dijital ortamda elbette mevcut. Örneğin dijital para muhabbetinin dine uygun görülmesi; çağın dine değil dinin çağa uydurulması. Ağır işte çalışanların oruç tutmamasını hocaların Youtube vb. kanallar aracılığıyla uygun gördüklerini paylaşımları. Ancak dinin özünde böyle bir bahsin geçmemesi. (K3)

Dijital dünyadaki bilgileri doğru bilgi değil. Bize düşüncelerini lanse etmek isteyenlerin düşünceleri olduğunu düşünüyorum. Özellikle sosyal medyanın çoğunluğu elinde bulunduranların düşünceleri ve fikir dünyası nasıl ise özellikle çocukların ve arayışta olanların sosyal medyadaki çoğunluk akımına kendilerini kaptırdığını düşünüyorum.(K9)

Dijital alanda dinle ilgili bilgilerin bazen bağlamından koparılarak verildiğini düşünüyorum. (K20)

Dijital medyada dinin konumunu anlayabilmek için onun hangi hedefler doğrultusunda medyada yer aldığını saptamak gerekmektedir. Bazen dinî metinlerin anlam ve bağlamları dikkate alınmaksızın planlanan amaçlara hizmet etmesi dinin istismarına sebebiyet verebilmektedir. Dinî bilginin manipülasyonu ile özünden koparılan bir gerçeklik algısı oluşturulmaktadır. K3 ve K9 verdiği örneklerle medyanın bilgiyi yansıtıcı/aktarıcı özelliğinin yanında dinî bilgiyi kaynağından uzaklaştırarak kendi gerçekliğine uygun olarak yeniden üretilmesine dikkat çekmişlerdir. “*Dijital para*”, “*Ramazan ayında oruç tutmaya getirilen kolaylık*”, K3’ün rahatsız olduğu hususlardır. K9 ve K20’de aynı fikirdedir. Sosyal medyada dinî bilgiden ziyade ideolojik fikirlerin empoze edildiğini, dinî medya okuryazarlığı olmayan kişilerin doğrudan etkilendiğini ifade etmektedirler. K9’un “*Bize düşüncelerini lanse etmek isteyenlerin düşünceleri olduğunu düşünüyorum.*” ve K20’nin “*Dijital alanda dinle ilgili bilgilerin bazen bağlamından koparılarak verildiğini düşünüyorum.*” ifadesi medya dininin farklı din kurgusuyla yeniden üretilmesine bir tepki olarak gösterilebilir. Katılımcılara göre medyada yer alan dinin eğilip bükülmemesi hatta medyanın yüzeyselleştirmelerine rağmen direnmesi gerekmektedir.

Dinî bilgi dijitale aktarırken değişime uğradığını şöyle düşünüyorum bazen. Örneğin eğer o bilgi katı bir kural içeriyorsa dijitale biraz daha yumuşatılarak aktarıldığını düşünüyorum. (K6)

Dinî bilgilerin dijitale aktarılırken bazı konularda, olduğu gibi aktarılmadığını düşünüyorum. İlk sebebi dinî bilgiyi olduğu gibi anlatmak için insanların o alt yapıda olmamaları. İkinci olarak da sırf gündemde kalabilmek için dinî bilgiyi dijitale daha uygun hale getirip insanların

önüne sunmaları. Bu şekilde hem gündemde kalıp hem de kendilerini sevdirmek için dinî bilgilerinden taviz veriyorlar. (K14)

Bazı içeriklerin etkileşim uğruna bilinçsizce paylaşılması ve yaygınlaştırılması dijital medyada bir kontrol mekanizmasının bulunmadığının bir kanıtıdır. K14 dijital medyanın gündemde kalmak adına dinî bilgiyi görmek ve göstermek istediği şekilde aktarıldığını “*Dinî bilgiyi dijitalde daha uygun hale getirip insanların önüne sunmaları*” ifadesiyle açıklamış, K6 insanların hoşnutluğunu kazanmak için katı kuralların yumuşatılarak servis edildiği fikrini “*Dijitalde aktarırken değişime uğradığını şöyle düşünüyorum.*” ifadesiyle desteklemiştir. K2, K11, K12, K13, K14, K15, K16’da dinin dijitalde olduğu gibi aktarılmadığını, değişime uğradığını söylemişlerdir. K2 ayet ve hadislerin çarpıtılarak yansıtılmasını eleştirmiş, K11 uyurken sağ eli başın altına koymanın sünnet olmasını bilimsel bir açıklamayla desteklenmesine şüpheli yaklaştığını belirtmiştir. K14 ticari ve siyasi amaçlı bazı dinî kuralların çarpıtılarak yorumlanmasını, K15 gayri sahih hadislerin sahih olarak paylaşılması örneğini vermiştir. K16 din adamlarının medyada dikkat çekmek adına paylaştığı dinî menkıbelerin diğer taraftan inançları tahrip ettiğini iddia etmiştir.

Yani bir değişime uğradığını düşünüyorum doğrusu. Çünkü çok fazla yeni yaklaşım var. İslami bilimlerde çok farklı hocalar var ve hepsi farklı şeyler söylüyor. Bu yüzden hangisinin doğru yanlış olduğunu ayırt etmek çok kolay olmuyor. Çünkü hepsi birbirine suçluyor. (K1)

Dinî bilgilerin değişime uğraması konusunda da bir takım şovcuların riyakarların ve (bazı) cemaatçilerin etkisiyle dinî bilgilerin değişime uğramış ya da yanlış anlaşılacak biçimde dijital ortama geçtiği kanaatindeyim. (K9)

Dinî bilginin dijitalde aktarılmasının riskli bir iş olduğunu ve düzgün yapılmadığı durumlarda doğru bilginin veri kirliliği içinde kaybolma ihtimalinin çok yüksek olduğuna inanıyorum. Özellikle Hayalhanem, Huzme, Maksat114 gibi platformların asla masum olmadığını düşünüyorum ve güvenli bulmuyorum.(K17)

Kurumsal dinî yorumun dışında kalan dinî grup, cemaat ve hocalar çevrimiçi iletişim stratejileri geliştirerek dijital medyada yayılım göstermektedirler. Gerek dinî bilgilendirme, gerek ticaret ve rekabet amacıyla faaliyet gösteren bazı dinî gruplar

sanal iletişim alanını bir propaganda aracı haline getirmektedir. Dinî terminoloji ve ilimlere vakıf olmayan kişilerin dinî sunumları internette birbirinden farklı dinî yorum ve görüş fazlalığına sebebiyet vermektedir. Söz konusu öğrencilerin cevapları genellendiğinde K1'in "Çok farklı hocalar var, hepsi birbirini suçluyor.", K9'un "Bir takım şovcuların ve bazı cemaatçilerin etkisiyle dinî bilgiler değişime uğruyor.", K17'nin "Doğru bilginin veri kirliliği içinde kaybolma ihtimalinin çok yüksek olduğuna inanıyorum." ifadeleri ile birbirlerine paralellik arz etmiştir. Ayrıca K17 gençlerin ilgiyle takip ettiği Hayalhanem, Huzme, Maksat114 gibi sayfaları güvenli bulmadığını belirtmiştir. K18 ve K19 internet dışı kaynakları kullandıklarını, K10 konuyla alakalı bir fikri olmadığını ifade etmiştir.

4.7.2. Dijital Medyadaki Dinî Paylaşımların Dinî Kimliklere Etkisi

Katılımcılara dijital medyada yer alan dinî içeriğin dinî kimliklerine etkisini ortaya çıkarmak ve altta yatan sebeplerini belirlemek için "Dijital medyada takipleriniz ve paylaşımlarınız dinî kimliğinizi güçlendiriyor mu? Güçlendiriyorsa nasıl? Diğer dinî kimliklere karşı yaklaşımlarınız nasıl?" sorusu yöneltilmiştir.

Evet. Gerçekten güçlendiriyor. Buna inanıyorum. Bu doğrultuda bir paylaşım yaptığımda bunu yaşadığımı hissediyorum. Örneğin Kudüs üzerine paylaşımlar yaptığımda fark ediyorum. (K1)

Dijital medyada paylaşımlarım dinî kimliğimi yansıtıyor. Dinimin getirmiş olduğu helal ve haramlar çerçevesinde paylaşımlarım oluyor. Sosyal medyada her şeye herkes hemen ulaşabildiği için paylaşımlarımız bizim duygu, düşüncelerimizi, değerlerimizi ve dinimizi yansıtıyor. Müslüman olduğum belli oluyor. Mesela türbanlı biri olarak saçımın görüntülerini paylaşmıyorum. Dinimin kurallarına uygun davranıyorum. Bu da dinî kimliğimi güçlendiriyor. (K10)

Hızla değişen ya da yüksek derecede coğrafi hareketliliğe sahip olan bir toplumda bir yerlere bağlı olma veyahut ait olma duygusu önemli bir psikolojik ihtiyaçtır. Dinî kimlik oluşumunda ailenin ve çevrenin etkisi yanında dijital medyanın da etkisi kaçınılmazdır. Birey sanal mecraları eğlenceli yaklaşımların, günlük rutinlerin dışında dinî kimliğini ifade edecek şekilde yeniden üretmektedir. K1'in Kudüs içerikli paylaşımları, kutsal gün ve bayram paylaşımları, K10'un başörtülü resimlerini paylaşması ve "Helal ve haramlar çerçevesinde paylaşımlarım oluyor.

Müslüman olduğum belli oluyor.” ifadesi dinî temsilin dinî kimliğini güçlendirdiğinin göstergesidir. K13’de dinî kimliğe olumlu katkısı olduğunu ifade etmiştir.

Evet güçlendiriyor. Ahlaki bilgisi ve yaşantısına güvendiğim birtakım kişileri (Saliha Erdim, Serdar Tuncer, Hayati İnanç vb) takip etmekteyim. Bu ve benzeri şahısların bilgi aktarımında kullandıkları sevgi dili beni oldukça etkilemekte ve meselelere bakışımı önemli ölçüde etkilemektedir. (K3)

Takip ettiğim iki sayfa var bu konuda ve dinî kimliği şöyle güçlendiriyor: "Ben Müslümanım ve milyonlarca kişinin inancıyla inancım kuvvet bulur, buradaki herkes benim tasdik ettiğimi tasdik ediyor." düşüncesini getiriyor doğal olarak. (K11)

Dijital medyada beğendiğim bazı hocaları takip ediyorum. Onların tefsir ve hadis yorumlarını günlük hayatımızdan örnek vererek aktarmaları yol gösterici oluyor. Bu da dinî duygularımı güçlendiriyor. (K20)

Dijital medyada dinî içerik sunan dinî grup ya da hocaların varlığı dinî kimliğin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu hocalar aslında dinî paylaşımlar yaparken takipçilerinin kimliğini medyaya yansıtarak dinî kimlikleri canlı tutmaktadırlar. K3’e göre Saliha Erdim, Serdar Tuncer, Hayati İnanç bu amaca hizmet ederek dinî kimliği güçlendirmektedir. K20’de takip ettiği hocaların dinî içerikli paylaşımlarının dinî kimliğini güçlendirdiğini ifade etmektedir. Bireyin dijital medyada kendi gibi düşünen insanlarla karşılaşmasını ve kendi kimliği çerçevesinde eylemler ortaya konmasını katılımcılar faydalı bulmuş, K11 “Ben Müslümanım ve milyonlarca kişinin inancıyla inancım kuvvet bulur.” ifadesiyle bu görüşü desteklemiştir. K4 güçlenmesinden ziyade dinî kimliğin korunduğunu ifade etmiştir. K9 ise “Dinî paylaşımların tesirini hayatımda hissediyorum.” yanıtını vermiştir.

Tabi ki pek çok alanda olduğu gibi dinî alandaki paylaşım ve takiplerin kimlik oluşumunda olumlu etkisi olduğunu düşünüyorum. Kendilik algınız sürekli inşa ettiğinizi ve paylaşımlarla varoluşunuzu orada güçlendirdiğinizi hissediyorsunuz. Şöyle ki dinî kimliğimiz gereği değerlerimiz ve hassasiyetlerimiz ölçüsünde tepki vermemiz gereken alanlar, ses vermemiz gereken durumlar oluyor. Dijitalleşme ile küresel bir köy hâline gelen

dünyada İstanbul'dan Kudüs'e, ses vermek artık daha kolay ve bu da diğer insanların gözü önünde oluyor. Yani kendi kimliklerimizi inşa ederken başka kimliklerle de etkileşim hâlinde oluyoruz. (K5)

Dijital medyada takiplerim dinî kimliğimi güçlendiriyor. Çünkü vaktimizin çoğunu Instagram, Twitter, Youtube gibi platformlarda geçiriyoruz. Buradaki dinî paylaşımlar benim için dinî kimliğimi daha diri tutuyor. (K14)

Sosyal medyayı, “Zulme karşı susan dilsiz şeytandır.” kelim-ı kibarından sakınma yeri, yani tepki koyma mecrası olarak tanımlıyorum kendi açımdan. Zulme karşı verilen tepkileri okuyunca da dava olarak diri kalıyorum. (K16)

Sosyal medyada ortak payda çerçevesinde yapılan dinî paylaşımlar dinî kimliği güçlendirmektedir. Bireyin dinî kimliği doğrultusunda sunulan içerikler söz konusu kimliğin daha çok içselleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Medyada kendi kimliğini inşa ederken başka dinî kimliklerle etkileşim halinde olmanın önemine vurgu yapan K14'ün Instagram, Twitter, Youtube gibi sosyal medya sayfalarında yapılan dinî paylaşımların dinî kimliği diri tuttuğunu belirtmiştir. K5'in “Değerlerimiz ve hassasiyetlerimiz ölçüsünde tepki vermemiz gereken alanlar, ses vermemiz gereken durumlar oluyor.” ifadesi de benzer bir bakış açısidir. Zulme karşı sessiz kalmayan İslam dinî yardımlaşma ve dayanışmayı esas almaktadır. Sosyal medyada mazlum coğrafyalara karşı birlik olmak K16'nın “Zulme karşı susan dilsiz şeytandır.” ifadesi Müslüman toplumların temel bakış açısidir. Bu dayanışmayı dijital medyada sürdürmek, gerektiğinde örgütlenmek, dinî kimliğin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Araştırmaya katılan K6, K7, K8 ve K15 benzer ifadelerle dinî kimliklerinin güçlendiğini ifade etmişlerdir.

Dijital medyada dinî kimliğimi göstermemeyi tercih ediyorum, dolayısıyla güçlendirmiyor. (K2)

Din içerikli gönderilerden ve sayfalardan uzak duruyorum aslında. Bu sebeple güçlendirmiyor. (K12)

Dijital medyada karşıma çıkan bir iki paylaşımın dinî görüşümü etkileyecek kadar güçlü olduğunu düşünmüyorum. Twitter, Instagram gibi ortamlarda dinî söylemler yapmayı da oldukça gereksiz buluyorum. (K17)

K2, K12, K17, medyada yer alan dinî içerikleri takip etmedikleri veya dinî söylemleri medyada paylaşmayı tercih etmedikleri için dinî kimliklerinin olumlu ya da olumsuz etkilenmediğini savunmuşlardır. K18’de aynı görüşü paylaşmış, K19 konuyla alakalı herhangi bir fikir sunmamıştır.

4.7.3. Dijital Medyada Dinî Sosyalleşme

Dijital medyanın dinî sosyalleşmedeki etkisini anlamak amaçlı katılımcılara “*Daha önceleri cami, mescit, Kur’an Kursu gibi mekânlarda gerçekleşen dinî sosyalleşmenin günümüzde dijitalleşme ile sanal mecraya taşındığını düşünüyor musunuz? Siz dinî sosyalleşmede hangi sanal platformları tercih ediyorsunuz? Dijital medyadaki dinî sosyalleşmenin din anlayışınızda değişikliğe sebebiyet verdiğini düşünüyor musunuz?*” sorusu yöneltilmiştir.

Bugün dijital mecralar sosyal sokaklarımız gibidir. Daha önce birincil ilişkilerle kurduğumuz sosyalleşmeyi bugün sosyal mecralar üzerinden gerçekleştirdiğimiz kanaatindeyim.(K5)

Evet. Dinî sosyalleşme pandemi döneminde sanal mecraya taşındı. Özellikle online de mukabele sohbet olmasını örnek verebilirim.(K6)

Evet. Sosyal medyada eskiye nazaran daha fazla dinî sosyalleşme gerçekleşiyor.(K14)

Dinî sosyalleşmenin sanal âleme taşındığını düşünüyorum ve olumlu bakıyorum. Aynı yönde mücadele veren insanların toparlanmasını kolaylaştırıyor. (K16)

Evet, kesinlikle düşünüyorum. Özellikle pandeminin hayatımıza girmesiyle birlikte pek çok şey dijitalle dönüştü. Ramazan’da okunan mukabeleler, hatimler, toplu dualar ve sohbetler artık dijital mecralarda yapılmaya başladı. Bu durumun güzel yanı insanların nerede olursa olsun bu tür etkinliklere sadece bir internet ağı ile katılabilmeleri. (K18)

Çocuklukta dinî sosyalleşmenin temeli ailede başlamaktadır. Bireyler kendi değer ve sembollerini aileden ve etkileşimde oldukları çevreden alarak dinî sosyalleşmeyi tecrübe etmektedirler. Günümüzde ise dinî sosyalleşme duygu, düşünce, davranış ve inanç üzerinde etkili olan kitle iletişim araçları üzerinden de deneyimlenmektedir. K5, K6, K14, K16 dinî sosyalleşmenin sanal mecraya taşındığını ifade etmişler ve

bunu olumlu karşılamışlardır. İstenilen yerde, istenilen zaman diliminde kişi ya da gruplar ile iletişim kurmak çevrimiçi sosyalleşmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu durum dinî sosyalleşmenin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. K18 pek çok insanın zaman ve mekan sınırlamasından bağımsız bir araya gelmesini bir avantaj olarak değerlendirmektedir. Araştırmaya katılan K2, K7 ve K19 çevrimiçi dinî sosyalleşmeyi onaylıyor ve faydalı buluyorken, K10 ve K17 camilerde, medreselerde verilen dinî eğitimi karşılamadığını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların bir kısmı dinî sosyalleşmenin dijital medyada yaygınlık kazandığını onaylamış fakat bazı olumsuz yanları olduğunu belirtmişlerdir.

Kur'an Kursu'ndaki sosyalleşmenin dijitalde aynı şekilde gerçekleşeceğini düşünmüyorum. Bence dijital dünyada din daha çok bir propaganda aracı. Birçok farklı şey için kullanılabilir. Sanal alemde din gibi önemli şeyler kolayca hedef alınabilir ayrıca. Arada insanları yanlış yönlendirmeye çalışan insanlar sıkça çıkar. (K12)

Evet örneğin pandemide camide okunan hatimlerin Instagram üzerinden canlı yayınlara yapıldığına şahit olmuştum bu tarz şeyler sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Sanal ortamlarda bulunmanın etkisinin olmadığını hızlıca uçabildiğini havada kaldığını düşünenlerdenim. (K13)

Pandemi sebebiyle uzaktan kandil kutlamaları, mukabele vb. dinî sosyalleşmeler Zoom gibi uygulamalar üzerinden gerçekleşti. Ancak dinî sosyalleşmenin komple dijitalleştiğini ve dijitalleşebileceğini söyleyemeyiz. Dijitalleşmenin sebep olduğu denetimsizlik ve hızlı yayılım sebebiyle din üzerindeki temel algı bile başlı başına bireysellik boyutuna inmiştir. Bugün çok basit bir dinî-geleneksel örnek olarak; bayramlarda bayramlaşırken çocuk ve gençler el öptüklerinde karınca kararınca harçlıklar verilir. Bugün bayramlaşmalar görece daha uzaktan olup el öpmek ve harçlıklar emojiiler şeklinde mesaj olarak gönderilmektedir. (K3)

Katılımcılar sosyalleşme imkânı sunan dijital medyanın gerçeğin vereceği etkiden ve samimiyetten uzak olmasından yakınmışlardır. K12 dinin propaganda amacı olarak kullanılabilirdiğinden, K13 etkisinin kolayca kaybolduğundan bahsetmiştir. K3 dijitalde kontrolsüzce üretilen içeriklerden rahatsız olmuş, ilerleyen dönemlerde büyük boşluklara yol açacağını ifade etmiştir. Buna örnek olarak Ramazan

Bayramlarında artık el öpülüp harçlık verilmediğini, emojilerle ve kısa mesajlarla kutlandığını hatta *Ramazan Bayramı* yerine *Şeker Bayramı* ifadesinin dijitalde yer almasından rahatsızlık duyduğunu dile getirmiştir.

Artık dinî sosyalleşme sosyal anlamda bilgisayarla ve telefonla çok rahatlıkla yapılabilir. Böyle bir medreseye gitmeyi oradaki insanlarla sarılmayı, selamlaşmayı ya da onların ikramlarından yemeyi gerçekten daha çok tercih ediyorum. (K1)

Evet dinî sosyalleşme dijital ortamlara taşınmıştır. İnsanların oturdukları yerden yorumlar yapması ve fetva vermesi oldukça kolaylaştı. Donuk ekranlardan yansıyan görüntüler bana pek samimi gelmiyor. Gözlerinin içine bakıp halden anlamanın samimiyeti bambaşka. (K6)

Bence dinî sosyalleşme hiç bir zaman tamamıyla dijitalle taşınamaz. Evet, Youtube aracılığıyla sohbet dinleyebilmek evde olduğumuz zamanlarda çok büyük kolaylık ama asla mescitte veya bir vakıfta omuz omuza kurulmuş bir sohbet halkasının verdiği samimiyeti, muhabbeti verebileceğini düşünmüyorum. (K9)

Taşınmış olabilir ama asla yeterli gelmeyecektir. Bana kalırsa çoğu zaman samimiyetsiz ve oldu bittiye getirilen paylaşımlar yapılıyor. Dijital ortam gerçeklikten uzak olduğu için din gibi kalbe ve ruha hitap eden bir bütünün, basit bir dijital sosyalleşmeyle gerçekleştirilemeyeceğini düşünüyorum. (K11)

Evet taşınmıştır. Ama sanal ortam ile bulunduğumuzun etkisi çok büyük değil. Canlı yerden sohbetin biz de daha büyük bir etkisi olduğuna inanıyorum. Duyguların daha kuvvetli karşıya geçmesinin gözlerle, oradaki ortamda bulunmakla sirayeti daha kalıcıdır. (K20)

K1'in yüz yüze yapılacak bir dinî sosyalleşmede insanlara "Sarılmak, selamlaşmak, ikramlarından yemek" ifadeleri, K6'nın donuk ekran görüntülerinden yakınlıkla "Bizzat yüz yüze konuşmak hoş bir sohbet etmek. Gözlerinin içine bakıp halden anlamanın samimiyeti bambaşka." ifadesi, İslam'ın sosyal bir din olduğunu düşünen K9'un "Omuz omuza kurulmuş bir sohbet halkasının verdiği samimiyeti, muhabbeti dijital medyanın veremeyeceği" düşüncesi, K11'in "Din gibi kalbe ve ruha hitap eden bir bütünün, basit bir dijital sosyalleşmeyle gerçekleştirilemeyeceği" fikri, yüz

yüze sohbette etkileşimin daha fazla olacağını düşünen K20'nin “*Duyguların daha kuvvetli karşıya geçmesinin gözlerle, oradaki ortamda bulunmakla sirayeti daha kalıcıdır.*” ifadeleri katılımcıların bu sorudaki ortak yanıtı olarak değerlendirilmiştir. Bu gruptaki tüm katılımcılar dinî sosyalleşmeyi dijitalden ziyade yüz yüze deneyimlemeyi tercih etmişlerdir. K4, K8, ve K15’de benzer görüşler paylaşmışlardır.

4.7.3.1. Çevrimiçi Dinî Sosyalleşmede Tercih Edilen Platformlar

Katılımcılara yönelttiğimiz “*Siz dinî sosyalleşmede hangi sanal platformları tercih ediyorsunuz?*” sorusuna verilen yanıtlar şu şekildedir;

Ben daha çok Youtube üzerinden faydalanmaktayım. (K5)

Instagram gibi mecralarda vaizeler canlı yayınlar ve güzel paylaşımlar yapıyorlar. Bu tür paylaşımları takip ediyorum. (K7)

Bazen bazı konularda görüşlerini merak ettiğim hocaların Youtube üzerinden videolarını ya da Twitter’da paylaştıkları yazıları okuyorum. (K13)

Instagram’da belirli vakıfları takip ederek İslamî çerçevedeki programlara katılıyorum. (K15)

Dinî sosyalleşmede YouTube ve Instagram uygulamalarını tercih ediyorum. (K10)

Youtube, Facebook ve Instagram’da beğendiğim hocaların içeriklerini takip ediyorum. (K20)

Kullanıcıların birbirleriyle bağlantı ve iletişim kurmasını sağlayan sosyal ağlar geleneksel ortamda yüz yüze gerçekleşen iletişim ortamını sanal ortama taşımıştır. Bu ağlardan Instagram, Twitter, Facebook ve Youtube dinî sosyalleşme açısından oldukça etkilidir. Kullanıcılar dinî içerikli paylaşımlar yapabilmenin yanında diğer kullanıcıların gönderilerini beğenip, paylaşabilmekte ve yorum yapabilmektedir. K5 dinî sosyalleşmede Youtube, K7 ve K15 Instagram, K13 Youtube ve Twitter, K10 Youtube ve Instagram, K20 Youtube, Facebook ve Instagram uygulamasını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında araştırmaya katılan K14 ve K16’da Youtube uygulamasını takip ettiklerini ifade etmişlerdir. K19 bu anlamda sanal

mecraları takip etmeyi faydalı bulduğunu söylemiştir. K11 ise dinî sosyalleşme için sadece Whatsup uygulamasını kullandığını belirtmiştir.

Son yıllarda dinî sosyalleşmede tercih edilen diğer bir platform “Zoom” uygulaması olmuştur.

Fiziksel olarak orada olamayacağım etkinliklere Zoom üzerinden katılıyorum. Örneğin Siyer Vakfı'nın yaptığı etkinliklerde bizzat yer alamıyorum ama YouTube üzerinden bunları sonradan izliyorum. (K1)

Dinî sosyalleşmede sanal platformlardan Youtube, Zoom, Instagram kullanmaktayım.(K6)

Dinî aktivitelere daha çok Zoom, Instagram ve Youtube üzerinden katılıyorum. Başka bir uygulama kullanmıyorum. (K18)

Pandemide yaşanan kısıtlamalar nedeniyle yüz yüze görüşemeyen bireyler iletişimi dijital platformlardan devam ettirmişlerdir. Bu uygulamalardan biri Zoom'dur. Zoom yapılan kısıtlamada milyonlarca insana uzaktan çalışmayı, öğrenmeyi ve sosyalleşmeyi sağlamıştır. Uygulama mobil, tablet ve bilgisayara indirilerek videolu toplantılarda büyük kolaylık sağlamaktadır. Dinî eğitim ve organizasyonlarda da sık sık kullanılan Zoom K1, K6 ve K18'in çevrimiçi dinî sosyalleşme tercihleri arasında bulunmaktadır. Bunun yanında Youtube'da takip etmektedirler.

Dinî sosyalleşmenin dijital dünyaya taşıdığını düşünüyorum. Örneğin annem ve birkaç arkadaşı Zoom'da toplanıp hatim dualarını yapıyorlar. Mukabele yapılacağı zamanda Zoom tercih edilebiliyor. Kandillerde farklı kurumlar tarafından Zoom'da yapılan kandil programlarına denk gelmiştim. Bu sosyallik yüz yüze olmak zorunda da değil. Diyanette çalışan ve farklı bir şehirde yaşayan bir hocanın Tefsir derslerine katılma fırsatı buldum Whatsapp grubuna atılan linkler sayesinde. Bence kesinlikle dijitalleşme var. Zoom, Whatsapp, Youtube gibi uygulamaları kullanıyorum. Bir ara Hayalhanem, My Mecra gibi kanalları takip ediyordum. (K9)

K9 dinî sosyalleşmede Zoom uygulamasında yapılan kandil ve hatim programlarını, Whatsapp gruplarıyla yapılan okuma ve tefsir derslerini dinî sosyalleşme örneği olarak vermiştir. Ayrıca Youtube'dan Hayalhanem ve My Mecra kanallarını bir dönem takip ettiğini belirtmiştir.

4.7.3.2. Dijital Medyada Dinî Sosyalleşmenin Din Anlayışına Etkisi

Katılımcılara yönelttiğimiz “*Dijital medyadaki dinî sosyalleşmenin din anlayışınızda değişikliğe sebebiyet verdiğini düşünüyor musunuz?*” sorulmuştur. Dijital medyada dinî sayfalar aracılığıyla dinî sosyalleşmeyi tercih etmeyenler dinî anlayışlarının etkilenmediğini şu şekilde belirtmişlerdir;

Ben şahsî olarak sosyal medya üzerinden herhangi bir dinî sosyalleşme içerisine girmiyorum. Yalnızca aklıma bir soru takıldığında vs. bazı hocaların yazılarını okuyorum, videolarını izliyorum. Bu sebeple dinî anlayışım değişmiyor. (K2)

Sanal mecraların sosyalleşme adına bizi az da olsa kısıtladığını düşünüyorum. Genel olarak takipte olduğum belirli bir sanal mecra yok. Hayır öyle olduğunu düşünmüyorum. (K8)

Reel hayattaki dinî yaşantının tamamıyla sanal mecraya taşınabilmesini imkansız buluyorum. Dinî sosyalleşme için sanal platformları tercih etmiyorum. Fakat tercih edenlerin din anlayışında değişiklikler olabileceğini düşünüyorum. (K9)

Bazı tutarsızlıklarını fark ettikten sonra bu toplulukların dinî sosyalleşme için sanal platformların tercih edilmemesi gerektiği sonucuna vardım. Takip ettiğim dönemde ise dinî anlayışında herhangi bir değişikliğe sebebiyet verdiklerini düşünmüyordum, belki de farkında değildim. (K17)

Diğer kullanıcılarının aksine K2, K8, K9, K17 dinî sosyalleşmede sanal mecrayı tercih etmediklerini ve bunun neticesi olarak dinî anlayışlarının olumsuz etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Medyayı anlık dinî bilgi alırken kullandığını belirten K2, az da olsa kısıtlandığını düşünen K8, dijital platformlarda dinî yaşantının mümkün olmayacağını düşünen K9, medyada yer alan dinî bilgilerde tutarsızlıklar bulan K17, geleneksel dinî sosyalleşmeyi tercih eden K18 dinî sosyalleşmede sanal platformları neden tercih etmediklerini ifade etmişlerdir. Bunun yanında K4, K10 ve K12’de takip ettikleri herhangi bir sosyal medya platformu olmadığını söylemişlerdir. K11, 13, 14, 15, 16 dijital medyada aktif olsalar da dinî anlayışlarının değişmediği düşüncesini savunmuşlardır.

Dijital medyada dinî sosyalleşmenin dinî anlayışlara bir takım etkileri olduğunu düşünen kullanıcılar şu şekilde görüş belirtmişlerdir;

Temel anlamda bir değişikliğe sebep olduğunu düşünmüyorum. Ama dijital medya baktığımda şunu fark ediyorum, artık insanların dini gerçekten göstererek yaşadığına görebiliyorum. Bu durum beni sanki ikisinden birini seçmeye zorluyormuş gibi geliyor. Yaptığım bir cami ziyareti olsun ya da okuduğum dini bir kitabı sosyal medyada paylaşmalı mıyım paylaşmalı mıyım, orasını böyle bir git gel sebebiyet veriyor. Bu durum açıkçası beni ikileme düşürüyor. Yaptığımız eylemleri böyle insanların gözüne sokmamız gerekmiyor gibi geliyor, yani ama bir yerden baktığınızda neden bir müzenin fotoğrafını paylaşırken bir caminin fotoğrafını paylaşmayalım? Bunda ne art niyet olabilir diye de düşünmüyor değilim. (K1)

K1 dinî sosyalleşmeyi dijital medyada tecrübe ederek dinî içerik ve görsel paylaşırken yaşadığı ikilemi dile getirmiş, sosyal mecralarda yapılan paylaşımları her iki açıdan değerlendirmiştir. Dinî anlayış temelinde bir değişikliğe sebebiyet vermese de sosyal medyada görünme kültürünün dinî yaşantımızı etkilediğini ifade etmiştir.

Dinî anlayışlarda değişikliğe sebebiyet verdiğini düşünüyorum. Mesela Ramazan Bayramı özünden ve isminden uzaklaştırılarak "Şeker Bayramınız kutlu olsun" sözleriyle dijital ortamda kutlanmaktadır. Ayrıca Kurban Bayramında da birçok propaganda yapılmakta ve İslamiyet'in bu ritüeli hayvan haklarına karşı bir canilik olarak gösterilmekte ve karşıt propagandalar için dijital ortamlar birer toplanma aracı olarak da kullanılmaktadır. (K2)

Dijital medyada gördüğümüz pek çok şeyin hayatımızın farklı alanlarına etki ettiğini düşünmekteyim. Bunun içerisine dinî sosyalleşme de dâhil. (K5)

Özelde dinî sosyalleşme olmadan olan sosyalleşme bile dini ciddi zararlar verdiğini düşünüyorum. Örnek olarak dijital oyun oynayarak sosyalleşen bir kişi aslında farkında olmadan dinî sosyalleşme yolunda da bu yol onu genelde kötü bir sosyalleşme ile karşılıyor. (K6)

K2, K1 gibi dijital medyada dinî sosyalleşmeyi tecrübe etmenin yanında geleneksel dinî anlayışlarımıza karşı oluşturulan olumsuz algılardan rahatsız olmuş, Ramazan Bayramı'na Şeker Bayramı denilmesini, kurban ibadetinin bir katliam gibi lanse edilip topluluklar oluşturulmasını eleştirmiştir. K5'te dijital mecralardaki dinî sosyalleşmenin dinî anlayışlara etkisinin olacağını savunmuştur. K6 dijital

mecralarda farklı alanlarda sosyalleşilse bile bunun dinî alana da yansıdığını ve dinî anlayışlara olumsuz etkisi olduğunu iddia etmiştir.

Burçlar, fallar ve nazar gibi meseleler ile dinî hassasiyetleri sömüren hesapları sakıncalı buluyorum. Kasıtlı yapılan sapkın din adamları gibi paylaşımların din anlayışınlarını zedelediğini ve uzaklaştırdığını düşünüyorum. (K7)

Dinî sosyalleşme için sanal platformları tercih etmiyorum. Fakat tercih edenlerin din anlayışında değişiklikler olabileceğini düşünüyorum. Çünkü dijital medya düşünme yeteneğini insandan almak üzere vardır. (K9)

Dijital medyadaki dinî sosyalleşmenin avantajlarıyla beraber dezavantajları da olduğunu düşünmekteyim. Bizi gerçek hayattaki sosyalleşmeden mahrum etme tehlikesi taşıdığını düşünüyorum. Genellikle dinlediğim hocaları beğenmekle beraber bazı dinî videoların altında birbirlerinin fikirlerini reddeden ve bununla diğer insanların da aklını karıştıran yorumların dinî anlayışı olumsuz yönde etkilediğini düşünüyorum. (K20)

K7, K9 ve K20 dijital mecralarda dinî sosyalleşmeyi sakıncalı bulmuş, K7 çeşitli örneklerle dinî anlayışların zedelendiğini, K9 medyanın düşünme becerisini zayıflattığını, K20 zihni bulandıran soruların dinî anlayışı olumsuz etkilediğini ifade etmiştir.

4.7.4. Sanal Dinî Cemaatlere ve Sanal Dinî Ritüellere Katılım

Bu bölümde katılımcılara “Dijital medyada bir araya gelen dinî cemaatlere ya da dinî ritüellere katılım sağladığınız oldu mu? Ne gibi aktivitelerde buldunuz? Dijital medya üzerinden vaiz, hoca, imam, dinî lider ya da dinî topluluk önderlerinin hesaplarını takip eder misiniz?” soruları sorulmuştur. Dijital medyada dinî cemaat ve dinî ritüellere katılmadıklarını söyleyenler şu yanıtları vermişlerdir;

Bu şekilde bir dinî ritüele katılımım olmadı. Fakat sosyal mecralar üzerinden takip ettiğim vaiz/vaize yahut çeşitli vakıf kurucuları mevcuttur. (K5)

Medya üzerinden bir topluluğa katılmadım. Yalnızca itikadından emin olduğum kendisini tanınamıza müsaade eden hocaları takip ederim. (K9)

Hiç katılım sağlamadım. Instagram'dan bir kişiyi takip ediyorum. (K11)

Dinî cemaat veya ritüele katılmadım. Beğendiğim hocaların online hesaplarını dijital medyada takip ederim. Daha çok postlardaki yazıları okurum ve kısa videoları izlerim. (K20)

Dijital platformlarda dinî faaliyetlerini sürdürerek dinî tanıtımlar yapan sanal dinî cemaatler fiziki mekandan bağımsız binlerce kullanıcıyı bir araya toplamaktadır. Bunun yanında modernleşmenin temel unsurlarından biri kabul edilen bireysellik anlayışı dinsel bireyciliği beraberinde getirmiştir. Artık bireyin yaratıcı ile olan ilişkisi kurumlar tarafından değil bireyin kendisi tarafından belirlenmekte, dinî konularda özgür düşünce ve tartışma hakkına sahip olduğu ya da bir kuruma veya cemaate bağlı olmayan platformları tercih etmektedir. K5'in "Katılmadım fakat sosyal mecralar üzerinden takip ettiğim vaiz/vaize yahut çeşitli vakıf kurucuları mevcut.", K9'un "Katılmadım. Fakat itikadından emin olduğum hoca ve imamları takip etmekteyim.", K11'in "Hiç katılım sağlamadım. Instagram'dan bir kişiyi takip ediyorum.", K20'nin "Katılmadım. Beğendiğim hocaların online hesaplarını dijital medyada takip ederim." ifadeleri bireysel hesapları takip ettikleri fakat dinî cemaatlere katılım sağlamadıklarının göstergesidir. Araştırmaya katılan K2, K3, K18'de çevrimiçi dinî cemaatlere ve ritüellere katılım sağlamadıklarını belirtmişlerdir.

Hayır katılmadım. Benim katıldığım programlar genelde dijital medya üzerinden duyduğum, öğrendiğim fakat yüz yüze katıldığım programlar oluyor. Sosyal medyamda takip ettiğim herhangi bir dini profil yok. (K8)

Sanırım sadece Nihat Hatipoğlu'nu izlemişliğim var, eğer sayılıyorsa. Özellikle bazı dini kullanan kişilerin yaptıklarından sonra internette böyle şeyler izlemenin pek mantıklı olduğunu düşünmüyorum. Hiç değilse camideki hocayı atayan kurum belli internette kimin ne dediği belli değilken böyle insanları izlemem. Ve hoca vaiz olduğunu söyleyen kişilerin de hesaplarını takip etmem. Gerçeği nereden bileceğim ki? (K12)

Genellik bu tarz paylaşım yapanları pek takip etmiyorum. Canlı yayın sohbet vs. programlarına denk gelmedim, katılmadım. (K13)

Bir dönem Instagram hesapları vardı takip ettiğim. Onun dışında herhangi bir cemaat ya da ritüele katılım sağlamadım. Şu anda dini online hesapları takip etmeyi tercih etmiyorum. (K17)

Açıkçası pek güven olmuyor, tanık olduğumuz üzere bazısı sapıtabiliyor. O yuzden dikkatli dinlemeliyiz. Ben çok karşıyım. (K19)

K8, K12, K13, K17 ve K19 çevrimiçi uygulamalarda dinî cemaatlere ve ritüellere katılmadıklarının yanı sıra takip ettikleri bir sosyal medya hesabı olmadığını ifade etmişlerdir. K8 medyayı haberleşme amacıyla kullandığını, yüz yüze dinî programlara katılım sağladığını, K12 ve K19 güven duymadıkları için sosyal medyadaki dinî cemaatlere ve ritüellere ilgi duymadıklarını, K13 ve K17 ise dinî sosyal medya hesaplarını takip etmediklerini dolayısıyla sanal cemaat ve ritüellere katılımı tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

Sanal ortamda gerçekleştirilen ritüellere katılanlar ise şu cevapları vermiştir;

Mesela Whatsapp grubunda bir hatim grubuna, hadis okumalarına dahil oldum. Pandemi'de bir ara tefsir derslerine online olarak katılmıştım. Çünkü yüz yüze yapılamayacak durumdaydı ve bana çok daha kolaylık sağlamıştı. Tefsir dersleri gerçekten çok faydalı oldu. Gençlerin de yer aldığı tefsir dersinde hocalarımız gerçekten ayetleri ağır bir dille değil de daha anlaşılır bir anlatımla sundular (K1)

Evet, belirli ehli sünnet olan hoca ve topluluklar sayesinde sosyal medyada yönümüzü bir nebze olsun sabitleyebiliyoruz. (K10)

Oldu. Genellikle sosyal medya yolu ile sohbetlere katılım sağladım. Televizyonda genellikle ramazan programlarını izlerim. (K14)

Sosyal medya ve online mecralar üzerinden daima kendim için faydası dokunduğunu düşündüğüm dinî liderleri imamları takip eder, sohbetlerini dinlerim. Canlı olarak da konferanslara katıldığım olur. Özellikle pandemi döneminde bu daha çok arttı.(K16)

Sanal platformda hatim grubuna, Hadis ve Tefsir derslerine çevrimiçi katılım sağladığını belirten K1 aldığı eğitimlerin oldukça faydalı olduğunu dile getirmiştir. K10'da paralel bir açıklama yapmış, sosyal medyaya karşı olumlu bir yaklaşım sergilemiştir. K14 ve K16 sohbet programlarına katılım sağladıklarını, K16 pandemide bu ihtiyacın daha da arttığını belirtmiştir.

4.7.4.1. Dijital Medyada Dinî Hesapların Takibi

Bu bölümde katılımcılara “Dijital medya üzerinden vaiz, hoca, imam, dinî lider ya da dinî topluluk önderlerinin hesaplarını takip eder misiniz?” sorusu sorulmuştur.

Sosyal mecralar üzerinden takip ettiğim vaiz/vaize yahut çeşitli vakıf kurucuları mevcuttur. (K5)

Medya üzerinden hoca, vaiz, dinî liderleri takip ederim. (K6)

Evet sosyal medyada hoca, imam vb. hesapları takip ederim. (K7)

Takip konusunda yalnızca itikadından emin olduğum, kendisini tanınamıza müsaade eden hocaları takip ederim. (K8)

Beğendiğim hocaların online hesaplarını dijital medyada takip ederim. Daha çok postlardaki yazıları okurum ve kısa videoları izlerim. (K20)

Katılımcılar dijital medyada dinî grup, dinî cemaat ya da şahsî dinî hesapları takip ettiklerini belirtmişlerdir. K10, K12, K14, K17, K19’da bu görüşlere paralel olarak takip ettikleri bazı sayfalar olduğunu söylemişlerdir.

Evet ederim. Öyle dediğin gibi pandemi sürecinde çok fazla ettim. Pandemide çok güzel bir Ramazan geçirdim. Çok doluydu her gün İhh'nın “Kur'an-ı Kerim Öğrenmek İstiyorum” adında bir form açılmıştı. Canlı yayınlarını bizzat takip ettim, katıldım. (K1)

Instagram ve Youtube’da takip ettiğim bazı sayfalar var. Daha çok sahip olduğum gruplar üzerinden takip ediyorum. Bazı müftülüklere ait sayfaları takip ediyorum. Hayalhanem, Çay House vb. (K9)

Günümüzde artan dijitalleşme ile birlikte dinî topluluklarda faaliyet alanlarını sanal medyaya taşımıştır. İnternette aktif yayılım gösteren dinî topluluklar bu yönüyle sosyal medya ile bireyler arasındaki bağın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Tüm katılımcılar sosyal medyada bazı dinî sayfaları takip ettiklerini belirtmişlerdir. Bir kısım katılımcı pandemide yaşanan kısıtlamadan dolayı online eğitimde sunulan imkanların bir kolaylık olduğunu dile getirmiştir. K1 Kur'an-ı Kerim Öğrenmek İstiyorum adlı programı takip ederek pandemi kısıtlamalarına rağmen oldukça verimli bir Ramazan ayı geçirdiğini ifade etmiştir. K9 Instagram ve Youtube’da Hayal Hanem, Çay House gibi dinî sayfaları takip ettiğini belirtmiştir.

Neredeyse birçok hocanın, birçok cemaatin sosyal medya hesabını takip ederim. Kendim de 15 hocanın bir araya gelip oluşturmuş olduğum Namaz Gönülleri Platformu'nun organizasyonu ile ilgileniyorum ve sosyal medya hesapları ile. (K16)

Online sohbetler, Youtube üzerinden gerçekleştirilen canlı yayınlar. Evet sayıları çok az olmakla birlikte seyrek olarak takip ettiğim bazı sayfalar var. Belki dijitalleşmenin verdiği en büyük imkânlardan biri de budur. Zira eskiden her insan kendi yerinde yöresindeki bir hocanın sohbetine hangi konuyu dinleyeceğini bilmeden giderken günümüzde insanlar hangi konuyu merak ediyorsa o konuyu araştırıp -dünyanın öbür ucunda da olsa- istediği kişiden yahut o konunun uzmanından dinleyebiliyor. (K20)

Bireyin gündelik hayatta bağlı bulunduğu cemaat veya dinî grupların dijital medyadan takibi cemaate bağlılıklarını güçlendirmekte ve dinî sosyalleşmeyi artırmaktadır. K16 hem hocaların hem cemaatlerin hesaplarını takip ettiğini, bunları çok faydalı bulduğunu, Namaz Gönüllüleri Platformu'nda organizasyon işini yönettiğini ifade etmektedir. K20 dijitalleşmenin getirmiş olduğu dinî cemaatleri bir imkan olarak görmüş, erişimi zor insanlara ve ilgilendiği konuya tek tıkla ulaşmanın bir kolaylık olduğunu ifade etmiş, kendisinin de Youtube kanalında çevrimiçi sohbetleri takip ettiğini söylemiştir.

K2, K3, K4, K11, K13, K15 ise çevrimiçi dinî hesapları takip etmediklerini belirtmişlerdir.

4.7.5. Dijital Medyanın Kurumsal ve Bireysel Dindarlığa Etkisi

Katılımcılara bu bölümde “*Sizce bireylerin din anlayışında dijital dine ilgi artıyor mu? Artıyorsa neden? Sizce kurumsal dine ilgi düşüyor mu? Düşüyorsa neden?*” sorusunu yöneltilmiştir.

Dijitalde yer alan dinî içeriklere ilginin arttığını düşünen katılımcılar şu yanıtları vermişlerdir;

İnsanların yaptığı dinî eylemleri dijitalde taşınması ve dijitalde bunu paylaşmasıysa evet artıyor. İnsanlar dini anlamda çok fazla içerik üretmeye başladılar. Bir vaizin anlattığı şeyi sosyal medyada hızlandırarak izlemek insanların daha çok tercih haline gelebiliyor. Ya da daha çeşitli bir

hocadan çıkıp diğer hocayı dinlemek ya da aynı konuda farklı düşüncelere sahip birden fazla hocayı izlememiz, hemen yan tarafta tıklayıp diğerlerini düşüncelerine de ulaşmak insanları daha cazip geliyor. (K1)

Dijital dine ilgi artıyor. Çünkü istedikleri zaman istedikleri bilgiye rahatça ulaşabilecekleri bir platform oluşuyor. Gelen yeni nesil araştırıp incelemekten ziyade direk hazır bilgiyi tercih ediyor. Bu da camilere, mescitlere olan ilgiyi azaltıyor. (K9)

Bence bireylerin din anlayışında dijital dine ilgi artmaktadır. Bunun en önemli nedeni bilgilerin hazır halde kısa yoldan internetten bulunabilmesi paylaşılabilmesi yatmaktadır. Zira insanlar özellikle genç nesil bilgileri dijitalden alıp pek bir araştırma yapmadan hüküm koyup ahkâm kesebilmektedirler. (19)

Günümüzde internet geniş çapta yayılımıyla bilginin her türüsüne hızlı erişebilen bir araç olduğunu ispatlamıştır. Bu durum dijital medyayı toplumların dinî bilgi araştırmalarında da temel kaynak yapmıştır. Yukarıdaki yanıtlara bakıldığında katılımcıların hepsi dijitalde dini yönelime ilginin arttığını belirtmişler ve artış sebeplerini sıralarken birçoğu aynı yönde görüş beyan etmişlerdir. Buna göre K1'in sanal mecrada takip edilen sayfayı hızlandırarak izlemenin ve aynı anda pek çok benzer içeriklere erişim sağlamanın bir avantaja dönüştüğünü ifade etmiştir. K9 ve K19 araştırma ve incelemeden yoksun gençlerin kısa yoldan internet erişimiyle hazır bilgiyi tercih etmesinin bir kolaylık olduğunun üzerinde durmuş, K9 bu durumun ibadethanelere ilgiyi azalttığını söylemiştir.

Aslında bu değişikliğin dinin dijitalliği ile alakalı değil hayatın dijitalliğiyle alakalı olduğunu düşünüyorum. Çünkü şu anda pek çok şeyi teknolojik vasıtalar aracılığıyla gerçekleştiriyoruz. Bu sebeple pek çok alanda olduğu gibi dijital dine ilgi artıyor demek mümkün. (K5)

Hayat dijitalle evriliyor. Din de hayatın kendisi olması hasebiyle dijital medyaya taşınması normal ilginin arttığını düşünüyorum. (K8)

Her şeyin dijital platformlara taşınmasıyla birlikte elbette dinin de taşınması olumlu bir etki getirdi. Bu anlamda dinin dijitalle taşınması mesafeleri ortadan kaldırdığı için dijital dine olan ilginin arttığını düşünüyorum. (K10)

Dijitalleşme ile günümüzde bilgiye hızlı ve kolay erişim dinî alana da yansımış, kullanıcılar dinî bilgiye internetten erişmenin konforunu yaşamışlardır. Bu durum dijitalde yer alan dinî bilgiye ilgiyi artırmıştır. K5, K8 ve K10 hayatın her alanında dijitalleştiği üzerinde durarak bu dijitalleşmenin dinî alana yansımalarını doğal bulduklarını belirtmişler ve bu durumun dijital dine ilgiyi artırdığını düşünmektedirler.

Dijital dine ilgi artıyorsa daha mantıklı ve yetişmiş insanları yakınımızda değil de dijital platformlarda bulduğumuz için artıyor. Dijitalde sana mantıklı gelen herhangi birini tercih etme şansın var. (K11)

Dijital din ve kurumsal din gibi bir ayrım yapmak ne kadar doğru bilmiyorum ama dinî aktivitelerin dijital mecralara geçişinde bir artış olduğunu düşünüyorum. Teknoloji ve dijitalleşme hemen her konuda insana bir konfor ve kolaylık sağladığı gibi dinî aktivitelerde de bir kolaylık sağlıyor. (K14)

Dijital dine ilgi gün geçtikçe artıyor. Bilgiye ve maneviyata ulaşmak daha da kolaylaşıyor. (K16)

Dijital hayat gün geçtikte geliştiği için dijital ortamda dine ilgi artıyor. Çünkü din insanların her zaman merak ettikleri bir şey ve buna dijital ortamda ulaşmak oldukça rahat. (K20)

K11 alanında uzman hocaları dijital platformda zahmetsizce bulabilmenin, K16 bilgiye ve maneviyata ulaşmanın dijitalleşme ile daha kolay olmasının, K14 ve K20 her zaman konfor ve kolay olanın tercih edildiğinin ve bunun da dijitalle mümkün olmasının dijital dine ilgiyi artırdığını ifade etmişlerdir.

Cemaatlerden kopma, bireysel yaşama, bireysel din algısı ve sosyal medyanın günümüzde olan popülerliği dijitallik ilgimizi kesinlikle artırıyor. (K16)

K16 modern çağın getirisi olan bireysellik, bireysel din ve cemaatlerden kopuş sebebiyle dijitalde ilginin arttığı görüşündedir. Burada akla gelen soru bireye her şeyi öğrenme, her şeyi söyleme gücü veren dijitallik bireyselliğe mi ivme kazandırmıştır yoksa modern çağda yaşanan bireycilik fikri dijitalde meyili mi artırmıştır?

Artıyor. Çünkü günümüz dünyasında insanlar vaktinin çoğunu dijital medyada geçiriyor. Bence hiç dinî eğitim almamış bireyler için dijital dine ilgi daha çok artıyor. (K2)

Daha kolay ulaşılabilir olduğu için bir artış olduğunu düşünüyorum. Gençlere yönelik içerik üreten onları cezbeden konularda çalışmalar yapılması onların dinî içeriklerle daha çok haşır neşir olmalarını sağlamakta. Bu da olumlu bir sonuç olarak gözükmektedir. (K13)

Bence kesinlikle artıyor. Günümüz değişen dünyasında artık her şey dijitalleşiyor ve bizler de bu duruma ayak uyduruyoruz. Bu bence güzel bir durum. Çünkü bu sayede birçok insan dinî bilgilerden çabucak haberdar olabiliyor. Tek 'tık'la aklımıza takılan her şeye ulaşabiliyoruz. (K17)

İnternetin sunmuş olduğu imkânlar kullanıcıları kontrol edilemeyen bir bilgi alışverişine maruz bırakabilmektedir. Herhangi bir dinî kuruma müracaat etmeyen, dine ve maneviyata ilgi duymayan kullanıcılar sosyal ağlarda karşılına çıkan dinî argümanlara muhatap olmakta ve bilinçli olmadan tesirinde kalabilmektedir. Katılımcılar dijital dine ilginin arttığını düşünmektedir. K2'nin "Hiç dinî eğitim almamış bireyler için dijital dine ilgi daha çok artıyor.", K13'ün "Cezbeden konularda çalışmalar yapılması onların dinî içeriklerle daha çok haşır neşir olmalarını sağlamakta.", K17'nin "Bu sayede birçok insan dinî bilgilerden çabucak haberdar olabiliyor." ifadeleri dijital dine ilginin olumlu yönlerinden sayılabilir. K3, K7 ve K18'de dijital medyada yer alan dinî içeriklere ilginin arttığı görüşündedir. K12 ve K15 konuyla alakalı bir fikirleri olmadığını söylemişlerdir.

Dijitalde yer alan dinî içeriklere artan ilginin kurumsal dine ilgiyi düşürmeyeceğini düşünen katılımcılara şu yanıtları vermişlerdir.

Bence düşme oranı yoktur. Çünkü insanlar pandemide birebir temasa ihtiyaçlarını anladılar. (K1)

Kurumsal dine ilginin düştüğünü düşünmüyorum. Kurumsal din anlayışı dijital üzerinden belli bir miktarda gösterilip, örneğin Cuma namazı, bayram namazı gibi sosyallik gerektiren ibadetler de yapılmaya devam ediyor. (K2)

Kurumsal dine ilginin düşeceğini zannetmiyorum. Çünkü insan sosyal bir varlıktır ve bu sosyalliğini doyuracak mecra tamamen dijital olamaz. (K16)

Eğer kurumsal dinden kastınız aktif olarak gidip bir camide hocadan vaaz dinlemek gibi bir mevzu ise, dijital dinî sosyalleşmenin bu tarz geleneksel yöntemleri yok edeceğini düşünmüyorum. Aynı televizyonun icadının sinemayı bitirmemesi gibi. (K17)

Toplumsal yaşamın önemli bir parçası haline gelen din dijitalleşmenin etkisi ile gelenekselden farklı tarzda ele alınmaktadır. Dinî bilgiye erişim ve eğitim ihtiyaçlarının kolaylıkla çevrimiçi karşılanması dinî kurumlara ihtiyacı azaltabilmektedir. Buna göre katılımcılardan K1'in "*Bence düşme oranı yoktur.*", K2'nin "*Kurumsal dine ilginin düştüğünü düşünmüyorum.*", K16'nın "*Kurumsal dine ilginin düşeceğini zannetmiyorum.*", K17'nin "*Dijital dinî sosyalleşmenin bu tarz geleneksel yöntemleri yok edeceğini düşünmüyorum.*" şeklinde ortak söylemleri dijital dine ilginin artmasının kurumsal ya da geleneksel dindarlığa olumsuz etkisi olmayacağı yönündedir.

Dijital ortamda bilgiye erişim daha hızlı ve kolay olduğundan dijital dine ilgi gençler arasında artıyor olabilir. Ancak neyse ki orta yaş ve üstü insanların varlığı kurumsal dinle dijital din arasında kaybolması önlemede etkililer. Bu da demektir ki hala umut var. (K3)

Kurumsal din yaşlılar arasında aktif. Teknoloji ile haşır neşir olan gençler ise daha çok dijital din kısmı ile daha alakalı oluyorlar. Ama ben bir genç olarak kurumsal dinden taraf buluyorum ve uhreviyetin orada daha iyi hissedildiğini düşünüyorum. (K13)

Özellikle ulaşımın zor olduğu büyükşehirlerde dijital din sayesinde dinî bilgi ve işleyiş insanların evlerine misafir olabiliyor. Bu kolaylıktan ötürü dijitalde daha çok zaman geçiren x y z kuşaklarının dijital dine ilgisi artarken yaşından dolayı dijitalde ayak uyduramayan yaşlı kuşağın kurumsal dine ilgisi aynı kalacaktır. Dolayısıyla burada yaş faktörü de işin içine giriyor. (K20)

Aynı şekilde K3, K13 ve K20'de kurumsal dine ilginin azalmayacağı görüşünü savunmuşlardır. Bunun nedeni gençler sanal mecrada dinî arayışını sürdürse de toplumun ileri yaş kesimi hala kurumsal dine ilgi duymaktadır. K3'ün "*Ancak neyse ki orta yaş ve üstü insanların varlığı kurumsal dinle dijital din arasında kaybolması önlemede etkililer.*", K13'ün "*Kurumsal din yaşlılar arasında aktif*", K20'nin

“Yaşından dolayı dijitalde ayak uyduramayan yaşlı kuşağın kurumsal dine ilgisi aynı kalacaktır.”, görüşleri birbirlerine paralellik arz etmektedir.

4.7.5.1. Dijitalde Yer Alan Dinî İçeriklere Artan İlginin Kurumsal Dine Etkisi

Kurumsal dine ilgi düşüyor mu sorusuna gelecek olursak; insanların mekânlarda bir araya gelmektense sosyal mecralarda bir araya gelmeleri bunda daha etkili olmaktadır. Bu konuda düşüş olduğunu söyleyebiliriz. (K5)

Gençler artık sosyal medyalarda. Ve kendi yoğunluklarından, ilgisizliklerinden dolayı kurumsal din ile ilgilenmiyorlar. Şu an gençlerin dini bir mekana gitmesi dini bir sosyal medya platformunda bulunmasından kat ve kat daha zor. Fakat dini sosyal medya ile gençlere ulaşım daha fazla. Bu yüzden kurumsala olan ilgi düşmüştür. (K6)

Kurumsal dine ilgi düşüyor. Çünkü saçma bir şekilde cemaat anlayışı koyunluk anlayışıyla karıştırıyor. Müslümanların birlik oluşuyla tarikatçılık birbirine karıştırılıyor. (K11)

Kurumsal dine ilgi eskiye nazaran azalıyor. Camiler eskisi gibi değil. Cami hocalarına sorular eskisi kadar sorulmuyor. İnsanların bilgiye erişimi ellerinin altında sosyal medya üzerinden olması sebebiyle. (K13)

Dijital teknolojilerinin dine de sirayet etmesi daha bireysel bir din benimseme eğilimine neden olmuştur. Bireylerin ilgi duydukları konulara ve şahıslara kendi tercihleri ile çevrimiçi ulaşması geleneksel dine ilginin azalmasındaki bir başka sebeptir. K5, K6, K11 ve K13 dinî dijitalleşmenin kurumsal dine ilginin azalttığı görüşünü savunmuşlardır. Bu görüşün sebepleri ibadethanelerin eskisinden farklı olduğu, insanlarla yakınlık kurma şekillerinin günümüzde dijitalleşme ile sağlandığı, bilgiye kolay yollardan erişimin tercih edildiği, bir mekândan bir mekâna gitmenin külfeti, medyanın coğrafya ve zaman sınırlamasını ortadan kaldırdığı şeklinde sıralanmaktadır. K11 bunlara ilaveten İslam birliği ile cemaatleşme anlayışının birbirine karıştırıldığı görüşündedir. K14 ise daha önce dinî eğitim almış bireylerin kurumsal dine ilgilerinin düşmediği görüşündedir.

Kurumsal dine ilginin düştüğünü düşünüyorum. Çünkü dijitalde yönelindiği için kurumsal dinden uzaklaşıldığını düşünüyorum. (K2)

Şu an gençlerin dini bir mekana gitmesi, dini bir sosyal medya platformunda bulunmasından kat ve kat daha zor. Fakat dini sosyal medya ile gençlere ulaşım daha fazla. Bu yüzden kurumsala olan ilgi düşmüştür. (K6)

Kurumsal olarakta düştüğü söylenebilir. Rahatlık ve kolaylık insanı buna itiyor. (K8)

Kurumsal dine olan ilginin de düştüğü kanaatindeyim. Toplumda önder olan şahsiyetlerin, bilhassa gençelerin bir akıl tutulmasıyla daima örnek aldığı sanatçı oyuncu gibi tiplerin dinden uzak olması, cumhuriyet sonrası çıkan akımlarla dine yakın olanların bazı kelimelerle yaftalanması gibi sebeplerden dolayı. (K9)

Katılımcılar kurumsal dine ilginin düşmesini çeşitli nedenlere bağlamışlardır. K2 dijital medyaya yönelimi, K6 ve K8 sosyal medyaya erişimin yüz yüze iletişimden çok daha kolay olmasını, K9 medyadaki ünlülerin dini yaşantıdan uzak olması sebebiyle olumsuz örnek oluşturmasını kurumsal dine düşen ilginin sebepleri arasında sıralamışlardır. K18 ise dijital medyaya ilginin artmasının kurumsal dine ilginin düşürmeyeceği görüşünü savunmuştur. K12 ve K10 konuyla alakalı herhangi bir yorumda bulunmamışlardır.

Bence düşme oranı yoktur. Çünkü insanlar pandemide birebir temasa ihtiyaçlarını anladılar. (K1)

Eğer kurumsal dinden kastınız aktif olarak gidip bir camide hocadan vaaz dinlemek gibi bir mevzuysa, dijital dinî sosyalleşmenin bu tarz geleneksel yöntemleri yok edeceğini düşünmüyorum. Aynı televizyonun icadının sinemayı bitirmemesi gibi. (K17)

K1 pandemide yaşanan kısıtlamanın yüz yüze iletişimin önemini daha iyi anladığımızı ifade ederek ve kurumsal dine ilginin düşmeyeceğini savunmuştur. Aynı şekilde K17’de çevrimiçi iletişimin geleneksel dinî iletişimi yok etmeyeceğini belirtmiştir.

4.7.6. Dijitalleşme İle Gelen Yeni Dindarlık Biçimleri

Üniversite öğrencilerine bu bölümde “Dijitalde gözlemlediğiniz yeni dindarlık örnekleri var mıdır? Varsa nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir.

Cuma mesajları, bayram mesajları, önümüzde Kurban Bayramı var malum. Kurban kestirmeye teşvik eden dinî sözler, dinî caps dediğimiz kolaj şeklinde esprili fotoğraflar gibi şeylere rastladım. (K7)

Instagram üzerinde hatim yapmak, namaz vakti uygulamaları, online olarak insanların hiç tanımadığı insanlardan dua istemesi, hatim dağıtması, tesbihatların uygulamalar üzerinden yapılması vs. bunlara örnek gösterilebilir. (K13)

Evet, var. Bayramlarda, kandillerde ve Cuma günlerinde ayet ya da hadis içeren tebrik mesajları gönderiliyor. Aynı zamanda, sosyal medyada (Instagramda) vefat eden kişiler için Yasin ve cüz dağıtılabilir. Mazlum coğrafyalardaki kardeşlerimiz için birlikte hatimler yapılıp, dualar ediliyor. (K18)

Dijital iletişim teknolojilerinin dini alana yansıyan pek çok teknolojik gelişmesi vardır. Dinin geleneksel dönemden farklı olarak dijitalde aldığı yeni durum yeni dinsel formların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Popüler kültür ve iletişim araçlarının etkisi yeni dindarlık örneklerini çeşitlendirmiş ve yeni dinî formlara ilgiyi artırmıştır. K7, K13, K18 dijital medyayla ortaya çıkan yeni dinî uygulamalara şu örnekleri vermişlerdir; K7 cuma ve bayram mesajları, dinî sözler ve espri yönü olan Dinî Caps, K13 hatim yapmak, ibadet vakitlerini belirten uygulamalar, online dua istekleri ve online tesbihat uygulamaları demidir. K18 ise ayet ve hadis içeren kutlama mesajlarına, vefat eden kişiler için cüz ve Yasin Suresi dağıtımına ve uzak coğrafyalardaki mazlumlar için hatim dualarına işaret etmiştir. Katılımcılar yeni dindarlık uygulamaları ile ilgili yorumlarına olumlu ya da olumsuz bir görüş katmamışlardır.

Cuma günleri Whatsapp'tan ayet hadis paylaşma. Cuma günü mesajı atınca sanki sevap kazanmış gibi hissediyor insanlar. Bu görevi ben yaptım diğerleri yapmadığı şeyine büünebiliyorlar. Cuma namazına giden kişilerin hikaye paylaşmaları mesela. Hayırlı cumalar mesajına hangi camiye gittim deyip seccadeyi paylaşmaları, ya da Arife günleri bir mezarlık paylaşımı illa olur, ölüm yaklaşıyor derler. Dini dijitalde yaşayan insanlar tabii ki de var. (K1)

Her ne kadar iletişimde kolaylık sağlasa da görülebilen ve gösterişe açık olan ortamlarda dinî samimiyetin zedelenebileceği kaygısını taşıyorum. Özellikle çeşitli dualar paylaşıp bunları belirli sayıda insanlara gönderme istekleri, bayram tebrikleri bunlara örnek verilebilir. (K5)

Elbette var. Toplumda dinin yaşanmasının nasıl ki katmanları hiyerarşisi varsa bu dijitalde de yansıyor. Kimileri sadece bir görsel paylaşmak (cuma, bayram tebriği gibi) ile yetinirken kimileri daha ciddi çalışmalar yapıyor. Kimileri adettendir diyerek toplu mesaj grupları oluştururken, kimileri de doğru kaynaktan kişiye bir şeyler katabilecek gönderiler atıyor. Bilinçsizce atılan güllü çiçekli cuma mesajları muhatabı zamanla bıktırarak değer kaybına yol açıyor. (K16)

Sosyal medyada dinî mesaj atılan sayfalarla ilgili yapılan araştırmada %38 oranla Facebook birinci %36 ile Whatssap ikinci sırada yer almıştır (Oyman, 2016: 163). Özel dinî gün ve bayramlarda bireyin günün anlam ve önemini ifade eden mesajlar bazen bir dinî zorunluluk gibi algılanmaktadır. Katılımcıların da belirttiği gibi cuma mesajları, bayram mesajları, kandil gecesi mesajları bunlardan bir kaçıdır. Kimi zaman dayanışma, birlik ve beraberliği artırması şuuruyla gönderilen bu mesajlar zamanla yerini anlamdan uzak soğuk bir algıya bırakmaktadır. Daha önceleri yüz yüze veya bir telefon görüşmesi ile gerçekleşen bu tebrik ve kutlamaların yerini mesajlara bırakması katılımcılar tarafından olumsuz olarak yorumlanmaktadır. K1 bunu destekleyecek şekilde cami, seccade, mezarlık resmi paylaşılmasını, K5 paylaşılan duaların belirli sayıda okunmasını, bayram tebriklerini, K16 Cuma ve bayram tebriği yanında faydalı bulunduğu çalışmalara da değinmiştir. Bunun yanında K1'in "Dini dijitalde yaşayan insanlar tabii ki de var.", K5'in "Dinî samimiyetin zedelenebileceği kaygısını taşıyorum.", K16'nın "Muhatabı zamanla bıktırarak değer kaybına yol açıyor." ifadeleri çevrimiçi yeni dindarlık örneklerini olumsuz bulduklarının işaretidir. Bu durum dijital medyada görünme kültürünün oluşturduğu onaylanma ve iyi bir geri bildirim alma ihtiyacından kaynaklanabilmektedir.

Var tabii ki, çeşitli sosyal medya hesapları üzerinden hiç bir doğruluğu olmayan batıl görüşleri gruplarda paylaşip uygulamak insanların dine vermiş olduğu en çok zararlardandır. Mesela "İşe gitmeden evvel 3-5 dk. bak işin rast gidecek" gibi. Ya da farklı sözleri hadis diye paylaşip insanları hataya sürüklemek gibi. (K8)

Genel olarak dijitalde yansıtılan ama gerçekte olmayan bir din algısı görüyorum insanlarda. Örneğin sabahtan akşama kadar dedikodu yapıp sosyal medyada dedikodunun yapılmaması gerektiğine dair gönderi paylaşmak gibi. Bu bana samimi gelmiyor. (K17)

Tabii ki insan bir günah işlediği halde bunun yapılmaması gerektiğini sosyal medyadan paylaşabilir. Sosyal medyada paylaştığı dinî kimlik ve algıyı kurumsal hayatında ya da bireysel hayatında aile hayatında yaşamayabilir. Örnekleri çok fazla mevcut. (K14)

Olmaz mı, bazı kardeşler dini sadece sosyal medyada yaşamaya başladılar. Her güne bir hadis paylaşırlar ama uygulamada sahada yoklar. Açılan bir kardeşi yerden yere vururlar ama tesettüre gelince sınıfta kalırlar. Allah'ın Kadir gecesi dualarımı kabul etmesi için cami paylaşmam şart mı? Bu insanları etiketleme durumu çok gülünç. Her yaptığımız hareketin nişanesinin olması zorunlu değil. (K19)

Post modern toplumda sosyal medya dindarlığı bireyin inancıyla ilgili dinî tutum ve davranışlarını hayatında tatbik edip etmediğine bakılmaksızın sosyal mecralarda duyurması ve karşı tarafta dindar olduğu hissi uyandırmasıdır. Gösterişçi dindarlık denilen bu olgu samimiyetten uzak bir bireyselliğe indirgenerek gösterişten ibaret kalabilmektedir. Bireyin yapmadığı ibadeti paylaşması veya beğenmesi sosyal medya dindarlığı ve gösterişçi dindarlığı işaret etmektedir. Oymak'ın Sosyal Medya Dindarlığı çalışmasında “Yapmadığınız ibadetin önemine dair paylaşım yapıyor musunuz?” sorusuna %70 “Evet” cevabını almıştır (Oyman, 2016: 140-163). Dijital medyada dini kaynaklı ritüelleri, dinî kültüre ait sembollerini görünür kılma çabası katılımcıların rahatsız olduğu hususlardır. K8 kaynağı olmadığını düşündüğü dinî içerikli paylaşımlardan rahatsız olmuştur. K17 gerçek yaşamda olmayan din algısından şikayet etmiş, sosyal medyada dedikodunun kötülüğüne dair paylaşım yapan insanların dedikodu yaptıklarına şahit olmuştur. K14 sosyal medyada paylaşılan dinî kimliğin bireysel, kurumsal ve aile hayatında yaşanmayan örnekleri olduğundan bahsetmiştir. K19 ise “Dini sadece sosyal medyada yaşamaya başladılar ama uygulamada sahada yoklar.” ifadesi ile bu durumu eleştirmiş, tesettür konusunda birbirini eleştiren kişilerinin tesettürlerine dikkat etmediğinden yakınmıştır.

Var. Tuğçe Işınsu gibi kullanıcıların yaptığı kötü enerjiden, nazardan gibi şeylerden koruyan esmalar içerikli paylaşımlar. Bio enerji, meditasyon ve İslami kavramların çorba edildiği ortaya karışık paylaşımlar. (K7)

Tezimizde daha önce bahsettiğimiz gibi modern çağda kendi konfor alanından ödün vermeden bireyin kendini anlamlandırma çabası dinî otoriteden uzak spiritüel danışmanlara yönelmesine yol açmıştır. K7 yeni dindarlık formlarından sayılan bu uygulamaları “*Bio enerji, meditasyon ve İslami kavramların çorba edildiği ortaya karışık paylaşımlar*” olarak örneklendirerek bu uygulamalardan rahatsız olduğunu dile getirmiştir. K12 buna ek olarak medyanın dini konularda herkesi söz sahibi kılmasını eleştirmiştir.

Profil fotoğrafını cami, türbe, yeşil bayraklı hilal, haç işareti vb. ile birlikte çekilmiş bir foto ile paylaşmak. Trendyol vb. alışveriş sitelerinde "Kara Cuma" indirimleri adlı kampanya başlatılması. (Tabii sonradan bu durum tepki topladığı DNA muhteşem cumaya dönüştü.) Roblox gibi dünya çapındaki meşhur bir oyunda oyuncu karaktere tesettür kıyafetleri giyindiren, camiye girebilip ibadet ettirebilmek. Kandil ve Kadir gecesi mesajlarının düzenli olarak paylaşımı. Belediyelerin de bu günlerde mesajla kutlama hassasiyetini göstermesi. (K3)

K3 dijital medyada gelişen yeni dinî formlara birbirinden farklı örnekler vermiştir. Dinî sembollerle oluşturulmuş profil fotoğrafları, alışveriş sitelerinde önceleri Kara Cuma, sonraları Muhteşem Cuma ismini alan alışveriş çılgınlığı, Müslüman kitleleri çekebilmek için Roblox oyunlarındaki İslamî bölümler bunlardan birkaçıdır. Dinî sembollerin sosyal medyada görünür kılınması dinî kimliği güçlendiren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. K2, K6, K10, K11 ve K15 Cuma, kandil ve bayram mesajlarını, K9 dinî hesaplar açarak hoca ve üstadların sözlerini paylaşanları medyadaki yeni dindarlık formlarına örnek olarak vermişlerdir.

4.7.7. Dijital Pazarda Dinî Pratiklere Yardımcı Ürünlerin Ticarileşmesi

Bu bölümde katılımcılara “*Dinî pratiklere yardımcı ürünlerin reklam yapılarak dijital pazara dâhil edilmesini ve ticarileştirilmesini nasıl buluyorsunuz?*” sorusu yöneltilmiştir.

4.7.7.1. Dijital Pazarda Dinî Ürünlerin Ticarîleşmesinin Olumsuz Etkileri

Uygunsuz buluyorum. Dinin ticarete âlet edilmemesi gerektiğini düşünüyorum. (K2)

Olumsuz buluyorum. Dinin insanlara her zaman ulaşılabilir yakınlıkta olması gerekiyor. Tercih kontrolü olmayan mekanizmalarda dine dair herhangi bir şeyin var olması bu ilkeye zarar vereceği görüşündeyim. (K4)

Dini böyle konulara alet edilmesini karşı buluyorum. (K8)

Din ticari amaçlar için kullanılmamalı. (K11)

Din ve ticaretin aynı cümlede olmasını bile onur kırıcı. (K13)

Öncelikle dini herhangi bir ürün için reklam yapılmasını ve ticarîleşmesini uygun bulmuyorum. (K14)

Çok çirkin! Çünkü din ciddi bir kavram. Hafif mevzuların yanından bile geçmemeli din kavramında kâr olmamalı. (K19)

Modern dünyada kapitalizmin etkisiyle yayılma gösteren tüketim toplumu dinî alana da sirayet etmiştir. Dijital medyada varlık bulan din endüstrisi dikkat çekici renkli promosyonlarla kitlelere erişim sağlamakta, dinî değerlerin içi tüketilerek metaya dönüştürülmektedir. Mülakatlarımızda çoğunluğu temsil eden 16 katılımcı dinî ürünlerin dijital pazarda yer almasını dinin metalaşması bağlamında ele almışlar ve olumsuz karşılamışlardır. Katılımcılar din ve tüketimi bir arada uyumlu görememekte, dinin tüketim kültürü içinde metalaşmasına şiddetle karşı çıkmaktadırlar. K2'nin “Uygunsuz buluyorum.”, K4'ün “Olumsuz buluyorum.”, K8'in “Dini böyle konulara alet edilmesini karşı buluyorum.”, K11'in “Din ticarî amaçlar için kullanılmamalı.”, K13'ün “Uzak durulması gereken bir konu olduğunu düşünüyorum.”, K14'ün “Reklam yapılmasını ve ticarîleşmesini uygun bulmuyorum.”, K19'un “Çok çirkin!” ifadeleri bu görüşlerini desteklemektedir. Dinî ürünlerin fahiş fiyatlarla dijitalde yer almasını sebebiyle ulaşılabilirliğinin az olması, dinin maddi kaygılara dönüşmemesini, ürünlerin ücretsiz erişilebilir olmasını, dinin ticarete alet edilmemesi olumsuz karşılamalarındaki gerekçeleridir.

4.7.7.2. Dijital Pazarda Dinî Ürünlerin Ticarîleşmesinin Olumlu Etkileri

Aslında bu sorunun olumlu ve olumsuz iki cevabı var hocam. Olumlu kısmı; dinî pratiklerin dijital çağın gerisinde kalmaması. Böylelikle yeni nesle o

neslin diliyle ve alışkanlıklarıyla hitap edebilmek için bu ürünlerin pazara dahil edilmesi harika fikir. Bu ürünlerin denetimi için de kurullar oluşturulmalıdır. Olumsuz yanı ise; Doğuşundan itibaren kableyi gösteren seccadesi olan bir birey, bu seccade ortada yokken kableyi bulamayacaktır ya da kalemin Kur'an okuması ilerleyen zamanda Kur'an okumayı lüzumsuz görme ve kalemdeki sesi dinlemekle yetinme gibi tembelliklere yol açabilir. Ama hiç şüphesiz ki bir uygulamanın daha kolayına alışmışsa, normal olanından emin olsak dahi kolay olsan bize cazip gelir. (K3)

K3 dinî ürünlerin reklam malzemesi yapılmasına olumlu ve olumsuz iki yorum getirmiştir. Bunlardan bir tanesi dinin nesilden nesle aktarılmasının teknolojiye ayak uydurmasıyla mümkün olabileceği fikridir. Denetlenebilir olduğu sürece bu durum K3 için olumludur. Olumsuz yanı ise dinî yaşama kolaylık getiren bu ürünlerin insanlığı tembelliğe alıştırabileceği düşüncesidir. İnsanlar her zaman kolay yolu seçecek, dine yardımcı ürünleri tercih ederek gayret göstermeleri gereken yerde pasif kalacaklardır.

Bence güzel buluyorum. Ben çok memnunum. Yani ben normal şartlarda ulaşamayacağım ya da çevremde bulamayacağım birçok şeyi dijitalde buluyorum. (K1)

Sorun görmüyorum. Her şeyde olduğu gibi bununda alışverişi ve ticaretinin internet üzerinden yapılmasında sorun görmüyorum. (K9)

Bence olması gereken bir şey. Hatta bunun kaliteli bir şekilde yapılması gerektiğini düşünüyorum. Mesela bazı insanlar tesettür kıyafetlerine nereden ulaşabileceğini bulmakta zorlanıyor. Reklam bu tür ürünlere ulaşmaya yardımcı bir faktör. (K22)

Bir sorun olduğunu düşünmüyorum. Asıl sorun sırf para kazanmak için garip dinî ürünler çıkaranlarda. Sırf işe yarar gördüğünden insanlar gerçekten dinî hayatlarına etkisi olmayacak işe yaramaz şeyler alabiliyor. (K12)

Eğer dinî pratiklere yardımcı ürünlerden kastınız zikirmatik gibi aletlerse bunların ticarileştirilmesinin bir zararı olduğunu düşünmüyorum. (K17)

“Bence güzel buluyorum ben çok memnunum.” diyen K1 yakın çevresinde bulamayacağı ürünleri internette bulmanın kolaylığını dile getirerek dini içerikli

ürünlerin dijital medyada satışa sunulmasını onaylamıştır. K9 “Sorun görmüyorum.” demiş, K22 “Bence olması gereken bir şey.” diyerek tesettür kıyafetlerine internetten erişimin daha kolay olduğunu savunmuştur. K12 “Bir sorun olduğunu düşünmüyorum.” demiş bazen dinî hayata etkisi olmayacak ürünlerin gereksiz satın alındığından yakınmıştır. K17 ise bu ürünlerin ticarileştirilmesinde bir sakınca görmemekte satın almanın kişisel tercih olduğunu, bir zorlama ile dayatılmadığını belirtmiştir.

Dinî pratiği kolaylaştırıcaksa, insanlara faydalı olıcaksa satılabilir. Misal Kur’an okuyan dijital kalemler, çocuklar için sesli Elif-ba gibi. Etiketinin amacı geçmemesi kaygısı taşıması hassasiyetiyle satış yapılabilir diye düşünüyorum. (K5)

Bence yapılmalı, bunu yapamayan olsa bile muhakkak yapan biri çıkacak. Bu kişi de bence aynı dinî hassasiyetleri taşıyan biri ya da grup olmalı. (K6)

Dinin vazetmiş olduğu temellerle çatışmaması ve içinin boşaltılmaması halinde bunların ticareti yapılabilir. (Seccade, başörtüsü ve pardösü vs.) (K7)

Pazarlanan şeyin dinin kendisi olmaması ve ayağa düşürülmemesi kaydıyla elbette gayet doğal buluyorum. Din hayatın bir parçası ve yardımcı materyaller ise doğal birer ihtiyaç olduğuna göre asıl tuhaf olan bunların dijital mecradan geri kalması ve uzak durması olurdu. (K15)

Sonuçta bu ürünlerin de insanlara ulaşabilmesi için reklamının yapılması gerekiyor. Makul fiyatları olduğu sürece reklamlarının yapılmasında veya satımında bence bir sorun yok. (K18)

Sonuçta bir seccade alınıcaksa bunun reklamının yapılması normaldir bence. Din yaşamı kapsadığından ticaret ve reklam da dine aykırı olmadığı sürece yapılabilir. (K20)

Bu guruptaki katılımcılar dine yardımcı ürünlerin dijital medyaya yer almasını onaylamış fakat bunu bir şarta bağlamışlardır. K5 insanlara fayda sağlayan ürünlerin (örn. Kur’an okuyan kalem, Elif-ba cüzü) satışının yerinde olduğunu belirtmiş, yüksek fiyatların amacın dışına çıkmaması uyarısında bulunmuştur. K6 dinî hassasiyetleri olan insanların bu işi yapmalarını onayladığını belirtmiştir. K7 bu satışların dinin öngördüğü şekilde gerçekleşmesi ve moda haline gelmemesi şartıyla

yapılabileceğini söylemiştir. K18 ürünlerin reklam yapılmasında bir olumsuzluk görmemiş, satış fiyatlarının makul düzeyde olması gerektiğinin üzerinde durmuştur. K20 dinî ritüellere yardımcı ürünlerin piyasada yer almasına olumlu bakmış, dini alet etmeyecek kaydıyla satış ve reklamının yapılabileceğini belirtmiştir. K15 ise K20'ye paralel olarak dini materyallerin bir ihtiyaç olduğunu ve gelişen teknolojiden geri kalmaması gerektiğini ifade ederek pazarlanan ürünün dinin kendisi olmaması şartını koşmuştur. K10 ve K16'da bu görüşleri onaylayan açıklamalarda bulunmuşlardır.



SONUÇ

Bilginin dijital platformlarda iletimini sağlayan dijitalleşme ile toplumda sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda değişimler yaşanmış, bu durum dinsel alana da yansımıştır. İnsanın düşünce ve davranışlarına kaynaklık eden geleneksel değerlerin yerini dijital iletişim kültürü alması yeni dinî anlayışların oluşmasına neden olmuştur. Uzun süre sekülerleşmenin aracı olarak kullanılan dijital teknolojilerde dinin yer alması insanların dinî ve manevi hayatlarını sanal mecralara taşımıştır.

Toplumun en duyarlı ve dinamik kesimi olan üniversite gençliği dijital çağın getirisi olan sosyal, siyasal ve ekonomik gelişmelerden en çok etkilenen grup olmaktadır. Buna göre araştırmada temel amacımız ülkemizde üniversite gençliğinin internet tabanlı medyayı dinî araştırmalarda ne sıklıkta kullandıklarını ve çevrimiçi dinî içeriklere olan ilgilerini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın ilk üç bölümünün içeriği bağlamında hazırlanan mülakat sorularına verilen cevaplara bakıldığında yeni neslin daha sorgulayıcı, eleştirel ve iç ve dış dinamikleri gözden geçirebilme cesareti gösterdiği gözlenmiştir. Elde edilen verilerin analizlerine göre çeşitli bulgulara varılmıştır.

Alan araştırmamızdan elde edilen bulguları şu şekilde sıralayabiliriz.

Dijital medya gençler tarafından yoğun bir şekilde rağbet görmektedir. Gençler dinle alakalı söylem ve paylaşımlara ilgisiz kalmamakta dinî inanç ve değerleri dijital medyaya yansıtmaktadır. Katılımcılar dinî metinlere erişim sağlamak, dinî sorulara cevap bulmak, dine hizmet amaçlı bilgi edinmek, ibadet uygulamalarını öğrenmek, dini iletişimi sürdürmek gibi sebeplerle dijital platformları kullanmaktadırlar. Medyada yer alan dinî içeriklerin kullanıcılar için bir avantaj olduğunu ifade eden katılımcılara göre doğru dinî kaynaklara erişildiği takdirde dijital medya anlamlı bir bilgi kaynağı olmaktadır.

Dinin dijital platformların akışkan zemininde yer alması ile yaşanan toplumsal ve sosyal değişim dinî anlayışa farklı bir boyut kazandırmıştır. İnternet aynı dinî perspektiften bakan, mesafe ve zaman sınırlaması olmaksızın aynı inanca sahip insanları bir araya getirerek bireysel tatmin sağlamaktadır. Gençler sosyal medya tercihlerini dinî kimlikleri üzerinden gerçekleştirmekte, kendilerine dinî kimlik temsilleri aramaktadırlar. Sosyal medya platformlarında birbirinden farklı siyasi, dinî

etnik kimliklerle bir arada bulunmak sahip olunan dinî kimliğin sorgulanmasına ve yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Dijital medyadaki dinî kimlikler gündelik hayattaki dinî kimliklerle hem örtüşmekte hem farklılaşan bir yapıya dönüşmektedir. Bu durum çevrimiçi dinî kimlik ile çevrimdışı dinî kimlik arasında geçişler yapan bireyin çevrimiçi dinî kimliğinin akışkan ve çok boyutlu bir yapıya bürünmesini sağlamaktadır. İnternetin dinamik yapısından hareketle yapılacak kimlik araştırmaları alana katkı sağlayacaktır.

Geleneksel dini kaynaklara kıyasla kısa sürede geri bildirim alınması, araştırılan konuya uygun pek çok içeriğin bulunması sosyal medyayı yaygın kullanılan bir bilgi ve iletişim aracı yapmıştır. Katılımcıların birçoğu dinî bilgiyi ilk etapta dijital medyadan alarak dinî inançlarını medya üzerinden pekiştirmektedirler. Araştırmaya katılan üniversiteli öğrenciler sıklıkla kullandıkları sosyal medya platformları olan Instagram ve Twitter'da dinî sayfaları takip etmekte ve dinî paylaşımlarda bulunmaktadır. Dünyanın en popüler video barındırma platformu olan Youtube'da İslâmî kanalları takip ederek dinî eğitim ve programlara katılım gençlerin sık tercih ettiği pratiklerdendir. Kovid-19 salgınında yaşanan kısıtlama sebebiyle yüz yüze eğitime ara verilmesi çevrimiçi bir uygulama olan Zoom'a ilgiyi artırmıştır. Kutsal günlerde yapılan mukabele, dinî sohbet ve programlar canlı yayın imkânı sunan Zoom platformuna taşınmıştır. Mobil cihazlarda kullanılan, mesajlaşma ve haberleşme uygulaması Whatsapp ve Telegram İslâmî paylaşımlar yanında yüksek sayıda katılımcıyla grup kurma imkânına sahip olduğundan sık kullanılan mobil uygulamalardan olmuştur. Gençler Google, Yandex, Yahoo gibi arama motorlarından dinî kavram ve kaynaklara, İslâmî web sitelere, e-kütüphanelere erişim sağlamaktadır.

Katılımcıların bir kısmı dinî kurumlardan, yazılı kaynaklardan ve bilgisine güvenilen kişilerden etkilenilerek geleneksel kaynaklara itibar etmişlerdir. Bunun yanında medyanın da bu anlamda bilgi edinme kaynağı ve rol model edinme anlamında baskın olduğu gözlenmiştir. Dinî argümanlara kolay erişim sağlayarak manevi deneyimleri kolaylaştıran internet dinî ilgiyi artırırken dinsel üslubun değişime uğraması güvenilirlikle alakalı sorunları beraberinde getirebilmektedir. Dijital medyada yer alan dinî içeriklere eleştirel yaklaşanlar yanlış dinî içerikler ve farklı dinî yönelimler ihtimali sebebiyle dinî anlayışlarının olumsuz etkileneceğini düşünmektedirler. Kullanıcılar dijital platformlarda dinî bilgiye erişimi tercih

ederken diğerk yandan dinî bilginin güvenilirliğı konusunda şüpheye düşmektedir. Herhangi bir kontrol mekanizması bulunmayan, kullanıcıların arzu ettiği gibi paylaşımlarda bulunan sosyal medya hesapları dinî bilginin bilinçsizce paylaşılmasına neden olmaktadır. Bu durum dinî bilginin gündemde kalabilmek adına değışerek dinin istismarına yol açabilmektedir. Resmi dinî kurumların interneti daha geniş kapsamda kullanması, günümüz inanç problemlerine ışık tutması, yanlış ve eksik bilgilerin yayılmasının önüne geçecek ve birçok sorunun çözümüne katkı sağlayacaktır.

Medyaya eleştirel yaklaşan katılımcı öğrencilerin çoğı medyadaki dinî içeriklerden gençlerin olumsuz etkilendiklerini belirtmişlerdir. Araştırma medyada yer alan dinî içerik ve paylaşımların dinî alt yapısı olmayan kullanıcıları direk etkilediğini, aile veya eğitim yoluyla dini yeterliliğe sahip olan bireyleri kolaylıkla etkisi altına almadığını ortaya koymaktadır. Bu durum üniversiteli gençlerin kendileri dışındaki bireylerin medyanın olumsuz etkileri konusunda daha savunmasız olduğunu düşündükleri izlenimi vermektedir. Dinî bilgi dolaşımının kontrol edilmemesi bilgi kirliliğine yol açtığından İslâmî kurum ve kuruluşların web sitelerini, online eğitim ve programlarını esas almak daha uygun olacaktır.

Mobil iletişim ağlarını zaman ve mekândan bağımsız kullanabilen gençler dinî grupları takip ederek dini yönden sosyalleşebilmektedir. Henüz bir yargı oluşturamamış dinî gruplarla gerçek hayatta hiç iletişim halinde olmayan, dinî bağlılığı zayıf olan gençler de dinî grupların paylaşımlarıyla muhatap olmakta, etkileşimde bulunabilmektedir. Sanal ortamlarda hiç tanınmayan kişiler ile kurulan dini birliktelikler sayesinde bağ kurulmakta aynı düşünceler etrafında aidiyetler oluşturularak çevrimiçi dinî sosyalleşmenin artmasına katkı sağlanmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin dindarlığın medyatik görünümünün kimi zaman İslâm'a uygun olmayan bazı davranış kalıplarına özendirmesine tepkisel yaklaştıkları görülmüştür. Özel dinî günlerde sosyal medya üzerinden dinî mesajlar yayınlanması dinî öğretilerden uzak yeni bir dini imajın oluşmasına neden olmuştur. Geçmişte özel dinî gün ve gecelerin bir araya gelinerek toplumsal dayanışmanın artmasına katkı sağlarken günümüzde bu durum yerini kuru mesajlara bırakmıştır. Kullanıcıların çoğı bir tuş ile ne kadar mesaj paylaşırsa o kadar sevap kazanılacağına inanmaktadır. Dinî ritüel ve pratiklere dayalı asıl dindarlığın yerini sosyal medyadaki

söylem, mesaj ve süslü paylaşımlara bırakması hurafelere neden olmakta, dinî kültür dindarlığına indirgemektedir.

Dini geniş kitlelere tanıtmak, bireyler üzerinde bir etki bırakmak amacıyla dijital platformları etkin kullanan sanal dinî cemaatler fiziki dünyada karşılaşılan zorluklar karşısında manevi bir kişiliğin desteğini arayan gençler tarafından ilgi görmektedir. Gençler dini temsil ettiği düşünülen medyada aktif faaliyet gösteren grup, ya da kişilerle irtibatta olmanın dinî hayatlarını şekillendirdiğini ve dinî motivasyonu artırdığını düşünmektedirler. Bunun yanında cemaat, tarikat gibi oluşumlara kuşkuyla bakmaktadırlar. Araştırmaya katılan bir kısım öğrencinin bu dinî oluşumları kimi zaman baskı aracı olarak gördükleri, medyadaki dinî grupların sosyalleştirici etkisinden uzak durdukları gözlenmiştir.

Medyada yer alan dinî bilginin çeşitliliği ve güvenilirliği kaygı oluştursa da seçimin kullanıcıya bırakılarak, bireysel tercihe dayanması dijital medyaya olan ilgiyi artırmıştır. Özgürlükçü dinî anlayış sunan platformların daha çok tercih edilmesi kutsal ve seküler olanın sınırlarını yakınlaştırdığı görülmektedir. Dinî sınır ve pratiklerin geri planda kalarak bir söyleme dönüşen dinî içeriklerin seküler düzenden ödün verilmeksizin kişinin birey olduğunu hissettiği bir dinsellik tasavvuruna zemin hazırladığı görülmektedir. Bu durum dinî kurumların otoritesini sarsarak etki kaybına uğramasına neden olmaktadır. Dinî kurumlara mesafe koyan üniversite gençliği her ne kadar sanal mecrada iletişimlerini sürdürse de toplumun ileri yaş grubunun kurumsal dine bağlılığını sürdürmekte olduğunu ve kurumsal dine güven duyduklarını savunmuşlardır.

Diğer yandan dinî pratiklere yardımcı unsurların dijital endüstrinin bir parçası haline gelerek reklam dünyası ile tanışmasının dinin metalaşmasına zemin hazırladığı görülmektedir. Dinin aşırı tüketime olan tepkisine rağmen dijital medyada yayılım gösteren tüketim algısı dinî kimliğiyle var olmaya çalışan bireyleri baskı altına almaktadır. Manevi tatmini tüketim malları üzerinden sağlayarak yeni yaşam standartları geliştirmek, dinî dayanaklarda değişime yol açabilmektedir. Dinî değer ve ritüellerin geleneksel olandan uzaklaşarak dinin hakiki anlamından kopmasına, işaret değeri üzerinden nesneleşmesine sebep olabilmektedir. Metalaşan dinî sembol ve değerlerin tüketici kimliğiyle bireyselliğe vurgu yapması, dinin bireysellik üzerinden içselleştirilmesi ve keşfedilmesine zemin hazırlamaktadır.

Dinlerin sanal iletişim ortamında varlık bulması görsel-işitsel interaktif dinî aktiviteleri de internet ortamına taşımıştır. Katılımcılar internet ortamında icra ettikleri ibadet şekilleri arasında hatim organizasyonlarını ve dua gruplarını göstermişlerdir. Fiziksel ortamda gerçekleşen dinî ritüellerden farklı olarak evden ayrılmadan tecrübe etme imkânı bulunan sanal dinî ritüellerin daha yüzeysel boyutta kaldığı araştırmamızın bulguları arasındadır. Dinî ritüellerin internet ortamına transfer olması zaman ve mekân unsurunu ortadan kaldırarak kolay yayılım göstermesi avantajını sağlarken, cemaat ruhundan uzaklaşılması bireydeki manevi hissiyatı azalttığı için dezavantaj olarak görülmektedir.

Teknolojik gelişmeler sayesinde dijitalde bilgi kaynaklarına ulaşımında sınırların ortadan kalkması reyting güdüleriyle hareket edilmesine sebep olmuş, niceliksel artış sağlarken niteliksel düşüşü beraberinde getirmiştir. Yeterli bir bilince ve eğitim düzeyine sahip olmayan kullanıcılara yönelik dinî içeriklerin hazırlanması, kime, neyi, nasıl sunulacağı bilinci ile hareket edilmesi bilgi düzeyi düşük insanların yaşadığı zorluğu giderecektir. Ayrıca kurumsal adreslerin dinin temel ilke ve değerlerini koruyacak dijital ortama uygun nitelikli elemanlar yetiştirmesi, dinî içerikli paylaşımlarda gerekli kontrolü sağlayacak profesyonel sosyal medya biriminin kurulması ihtiyacı hala geçerliliğini sürdürmektedir. Bundan sonraki araştırmalarda uygun program ve metot geliştirilmesi alana katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi. (2016). *Din Sosyolojisi*. Ankara.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web’de Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Efil.
- Akgül, M. (2017). Dijitalleşme Ve Din. *Marife Dinî Araştırmalar Dergisi*, 17(2): 201.
- (2019). Dijitalleşme ve Din. *Din Ve Hayat Tdv İstanbul Müftülüğü Dergisi*, (39): 53.
- Almalı, A. (2019). *Sanal Dinsel Gruplarda Dinin Temsili*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Anık, H. & Çapcıoğlu, İ. (2021). Sanayi Devrimi’nden Endüstri 4.0’a: Dijitalleşme Ve Dijital Dünyada Dinin Statüsü. *Tevilat*, 2(1): 29-31.
- Arabacı, F. (2003). Türkiye’de Dinî Sosyalleşmenin Temel Etkenleri. *Dinî Araştırmalar Dergisi*, 6(16): 50.
- Arslan, M. (2006). Değişim Sürecinde Yeni Dindarlık Formları: Yeni Çağ İnanışları Örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 4(11): 15.
- (2016). Kitle İletişim Araçları, Medya Ve Din İlişkisi Üzerine. *Birey Ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, (6): 9-10.
- Aygül, H. & Öztürk, Özgür. (2016). Dinî Çoğulculuk Ve Kamusal Alanda Dindar Tüketim Kültürü. *Moment Dergisi*, 3(1): 194.
- Bahadır, A. (2015). Ergenlik Döneminde Dinî Şüphe ve Tereddütler. H. Hökelekli (Der.), *Gençlik Din Ve Değerler Psikolojisi*, İstanbul: Dem Yayınları, 308-310.
- Batson, C. D., Patricia Schoenrade. & W. L. Ventis. (2017). *Din ve Birey: Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım*, (A. Kuşat, A. Taştan, Çev.). Kayseri: Kimlik.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar Ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Doğu Batı.
- Bayyığıt, M. (2011). *Gençlik ve Din*. Konya: Yediveren.
- Berger, L. P. (2020). Dinin Krizinden Sekülerizmin Krizine. A. Köse (Der.), 21. *Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş. 42-102.

- Campbell, H. (2005). Spiritualising the Internet. Uncovering Discourses and Narratives of Religious Internet Usage. O. Krüger (Ed.), *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1): 9-12.
- (2012). Understanding the Relationship Between Religion Online and Offline in a Networked Society, *Journal of American Academy of Religion*, 80(1): 8-11.
- (2013). Digital Religion, *Understanding Religious Practice in New Media*, 33(1): 10-19.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- (2020). *İnternet Galaksisi*. (T. A. Hasdemir, Çev.). İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- Clark, W. H. (1981). Çocukluk Dönemi Dini. (N. Armaner, Çev.), *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (24): 174.
- Conrad, A. (2018). 10 Powerful Church Statistics On Social Media Use. <https://Blog.Capterra.Com/Church-Statistics-Social-Media/>, [12. Mayıs].
- Coştu, Y. (2012). Toplumsallaşma ve Din. Akyüz, N. & Çapçioğlu, İ. (Der.), *Din Sosyolojisi El Kitabı*. Ankara: Grafiker, 375-381.
- Çamdereli, M., Doğan, Ö. B. & M. & Şener, K. N. (2015). *Dijitalleşen Din*. İstanbul: Köprü, 242.
- Çamdereli, M. (2018). *Din Ekranda Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsilleri*. İstanbul: Ketebe.
- Çapçioğlu, İ. (2008). Küreselleşme, Kültür ve Din. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 49(2): 153.
- Demirezen, İ. (2010). Tüketim Toplumunun Oluşumu Ve Din İle Etkileşimi. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 10(1): 107-108.
- İ. (2020). *Türkiye’de Kimlik Politikaları, Modernleşme ve Sekülerleşme*. Bursa: Emin.
- Demir, T. (2016). Postmodern Perspektiften Popüler Kültür ve Dindarlığın Yeni Formları. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(15): 120.

- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1998). *The Lanscape Of Qualitative Research*. Sage Publication.
- Dereli, M. D. (2018). Dinî Kimliklerin Siber Uzamda Akışkanlaşması. *İnsan & Toplum Dergisi*, 9(1): 91.
- Diyamet İşleri Başkanlığı. Metaverse İle Sanal Hac Olmaz. (Metaverse İle Sanal Hac Olmaz (Diyamet.Gov.Tr)). [1 Mayıs].
- El-Nawawy, M. & Khamis, S. (2009). Religion in the Virtual Public Sphere: The Case of Islam. DOI:10.1057/9780230622661_3, 55-79.
- Eken, M. (2020). Modern Görsel Kültürde M Nesli'nin Online İnanç Pratikleri. *Bilimname*, 43(3): 63.
- Ergun, M. (1994). *Eğitim Sosyolojisine Giriş*. Ankara: Ocak.
- Ertem, E. (2014). Karikatürlerde Dinin Temsil Biçimleri. M. Çamdereli, D. Onay & Ş. Kocabay (Der.), *Medya ve Din*, İstanbul: Köprü, 127.
- Erten, D. (2015). <https://www.youtube.com/@DenizErtenNet/about> [10 Nisan].
- Fromm, E. (2019). *Sahip Olmak ya da Olmamak*. İstanbul: Say.
- Gezginci, G. & Işıklı, Ş. (2018). Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 1(1): 79-115.
- Gökbayrak, H. & Işıklı, Ş. (2021, Aralık). Dijital Din Teorisi: Dijital Din, Geleneksel Dine Karşı. *Yapay Zekâ, Transhümanizm, Posthümanizm Ve Din Uluslararası Sempozyumu*, İbrahim Çeçen Üniversitesi, Ağrı.
- Günay, Ü. (1981). Türkiye'de Dinî Sosyalleşme. *Türkiye 1.Din Eğitim Semineri, (Tebliğler)*, Ankara: İlahiyat Vakfı.
- (1999). Erzurum ve Çevre Köylerinde Dinî Hayat. *Erzurum Kitaplığı*.
- (2003). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: İnsan.
- Gürses, İ. & İrk, E. (2018). İnternet Kullanımı Ve Ergenlerin Dinî Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 27(1): 110.
- Haberli, M. (2014). *Sanal Din*. İstanbul: Açılım.

- (2015). İslam ve İnternet. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan, N. K. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü, 52.
- (2018, Kasım). Sosyal Medyada Dinî İnanç ve Ahlaki Değerlerin Dejenereasyonu Üzerine Bir Değerlendirme. *1.Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*. 17 Eylül Üniversitesi, Bandırma.
- (2020). Dijital Din Araştırmalarında Konu ve Yaklaşımlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(2): 891.
- Harmanlıoğlu, H. (2015). Sanal Cematte Çevrimiçi İbadet. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan, N. K. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü, 70.
- Helland, C. (2005). Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. 1-2.
- Hepkul, A. (2002). Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1): 2
- Hoover, M. S. (2002). Religion in the Media Age. The Expository Times. *Center For Mass Media Research*, 113(9): 300–305.
- Hökelekli, H. (2015). *Gençlik Din ve Değerler Psikolojisi*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Karaarslan, F. (2015). Post Seküler Din Halleri: Dinin Dijitalleşmesi. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan, N. K. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü, 33-36.
- Karapınar, A. (2017). Gerçeklik Ve Hiper Gerçeklik; Baudrillard Ve G. Debord Anlatılarından Hareketle, Hakikatin Yeniden İnşası. *Journal Of International Social Research*, 10(53): 12.
- Kasapoğlu, A. (2021). Tüketim Toplumu ve Din: Dinin Metalaştırılması. *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(16): 923.
- Kaya, M. (2019). *Dinî Sosyalleşmede İnternet ve Sosyal Medya Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul
- Kılavuz, A. (2015). Ergenlerde Özdeşleşme ve Din Eğitimi. H. Hökelekli (Der.), *Gençlik Din Ve Değerler Psikolojisi*, İstanbul: Ensar, 259.

- Klingenberg M. (2019). Theorizing Religious Socialization: A Critical Assessment. *Rethinking Religious Socialization*, 49(2): 173.
- Koç, N. E. (2022). Dijital Hastalıklara Bir Örnek: Zoom Yorgunluğunun Nedenleri Ve Çalışanlar Üzerindeki Etkileri. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2): 387-388.
- Koçoğlu, S. (2018). Twitter Tarihi. <https://www.brandingturkiye.com/twitter-tarihi-twitter-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/>. [12 Aralık].
- Köse, A. (2020). *Kutsalın Dönüşü: 21. Yüzyılda Dinin Geleceği*. İstanbul: Timaş.
- Köylü, M. (2020). *Yetişkinlik Dönemi Din Eğitimi*. İstanbul: Dem.
- Kula N. (2015). Gençlik Din Ve Değerler Psikolojisi. H. Hökelekli (Der.), *Gençlik, Din ve Kimlik*, İstanbul: Ensar, 40-45.
- Martin D. (2020). Sekülerleşme Sorunu: Geçmiş ve Gelecek. A. Köse (Der.), *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş, 121.
- Maşalı, M. E. (2019). Küreselleşmenin Payandalığında Dijital Dünya ve Ahlak. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, (39): 6.
- Mengüç, H. (2015). <https://www.youtube.com/@NeyzenHakanMenguc/featured>. [20 Mayıs].
- Meydan, H. (2016). Bireyin Manevi Potansiyel ve İhtiyaçlarını Dikkate Alan Bir Din Eğitimi Anlayışı Üzerine Değerlendirmeler. A. Ayten, M. Koç, N. Tınaz (Der.), *Manevi Danışmanlık ve Rehberlik 2*, İstanbul: Dem, 222.
- Mirza, G. A. (2014). *Yeni Dinselleşme Eğilimleri ve Maneviyat Arayışları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Narmanlıoğlu, H. (2015). Sanal Cemaatte Çevrimiçi İnternet. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan, N. K. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü, 90-103.
- Okumuş, E. (2014). Din Ve Sosyalleşme. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11):450.
- Okumuş, M. (2014). Muhafazakar Moda Dergileri ve Din. M. Çamdereli, B. Ö. Doğan, N. K. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din* İstanbul: Köprü, 93.
- Okutan, B. B. (2013). *Türkiye'de Popüler Kültür Din Ve Kadın: Marjinalizasyondan Entegrasyon*. İstanbul: Düşün.

- Oyman, N. (2016). Sosyal Medya Dindarlığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (28):140-163.
- Öztemel, O. & Kaya, İ. (2018). Türkiye’de Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları. <http://www.medyaaakademi.org>. [05 Temmuz].
- Saka, E. (2019). *Türkiye İnternet Tarihi*. İstanbul: Alternatif Bilisim Derneği,
- Sargut, C. (2015) <https://www.youtube.com/c/cemalnursargut>. [20 Mayıs].
- Sherkat, D. E. (1991). *Religious Socialization And The Family*. Duke University ProQuest Dissertations Publishing, (<https://www.proquest.com/openview/ca7324a118ae9423f7598d1f70ae589b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>). [12 Nisan].
- Sherkat, D. E. (2003). “Religious socialization; Sources of Influence and Influences of Agency”, *Handbook of Sociology of Religion*, Ed. Michele Dillon. Cambridge University Press, 151-163.
- Sherkat, D. E., & GÜNGÖR, Ö. (2013). Dinî Sosyalleşme: Etki Kaynakları Ve Araçların Etkileri. *Electronic Turkish Studies*, 8(3): 279.
- Stark, R. (2020). Toprağın Bol Olsun Sekülerleşme. A. Köse (Der.), *21. Yüzyılda Dinin Geleceği Kutsalın Dönüşü*, İstanbul: Timaş, 68-88.
- Şakar, C. (2009). Kutlu Simgeler Üretmek, *Hece Dergisi*, (149): 28.
- Şişman, N. (2016). *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*. İstanbul: İnsan.
- Tatar, H. C. (2018). *Postnişin Mücadelesi Değişen Dünyada Din*. Ankara:Phonix .
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2018). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028, [15 Mayıs].
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2021). Hane halkı Bilişim Teknolojileri (Bt) Kullanım Araştırması. [https://Data.Tuik.Gov.Tr/Bulten/Index?P=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(Bt\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-](https://Data.Tuik.Gov.Tr/Bulten/Index?P=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(Bt)-Kullanim-Arastirmasi-2021-), [15 Mayıs].
- Türkoğlu, T. (2013). *Dijital Tefekkür*. İstanbul: Beyaz.
- Twenge, J. M. (2018). *İ-Nesli [I-Generation]*. İstanbul: Kaknüs.
- Usta, N. (2001). *Ekonomi Ahlakı ve İnsan Kaynağı*. İstanbul: Aktif.

- Ünal, M. S. (2007). *Modern Toplumda Dinsel Bireycilik*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Valle, A. C. (1992). Religion And The Media. *World Association for Christian Communication*, London, (<https://www.religion-online.org/article/religion-and-the-media/>), [25 Mayıs].
- Vardı, R. (2013). İnternette Yer Alan Dinî İçerikli Bilginin Güvenilirliği. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 3(3): 84.
- Vardı, R. (2015), .Dinî Organizasyonların Dijitalleşmesi. M. Çamdereli, B. Doğan & N. Şener (Der.), *Dijitalleşen Din*, İstanbul: Köprü, 112-116.
- Varol, M. B. (2019). Dijital Dünyada Dinî Değerlerin Doğru Aktarımı. *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, (39): 12-15.
- We Are Social (Was). Digital 2021 October Global Statshot Report. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>. [17 Nisan].
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldırım, E. (2019). Dinî Ağ Toplumunun Doğuşu, *Din ve Hayat TDV İstanbul Müftülüğü Dergisi*, (39): 16-19.

EKLER

EK-1: Görüşme Soruları

S-1) Dinî bilgiye hangi yollarla erişim sağlıyorsunuz? Dijitalde elde ettiğiniz bilgiler din anlayışınızı değiştiriyor mu? Dinî bilginin dijitale aktarılırken gündemde kalabilmek adına değişime uğradığını düşünüyor musunuz? Örnek verebilir misiniz?

S-2) Dijital medyada takiplerinizi ve paylaşımlarınızı dinî kimliğinizi güçlendiriyor mu? Güçlendiriyorsa nasıl?

S-3) Daha önceleri cami, mescit, Kur'an Kursu gibi mekanlarda gerçekleşen dinî sosyalleşmenin günümüzde dijitalleşme ile sanal mecraya taşındığını düşünüyor musunuz? Siz dinî sosyalleşmede hangi sanal platformları tercih ediyorsunuz? Dijital medyadaki dinî sosyalleşmenin din anlayışınızda değişikliğe sebebiyet verdiğini düşünüyor musunuz?

S-4) Dijital medyada bir araya gelen dinî cemaatlere ya da dinî ritüellere katılım sağladığınız oldu mu? Ne gibi aktivitelerde bulundunuz? Dinî katılımın din anlayışınıza etkisi oldu mu? (Dijital medya üzerinden vaiz, hoca, imam, dinî lider ya da dinî topluluk önderlerinin online hesaplarını takip eder misiniz?)

S-5) Sizce bireylerin din anlayışında dijital dine ilgi artıyor mu? Artıyorsa neden? Sizce kurumsal dine ilgi düşüyor mu? Düşüyorsa neden?

S-6) Dijitalde gözlemlediğiniz farklı dindarlık örnekleri var mıdır? Varsa nelerdir? (Örn. Cuma günleri Whatsapp'tan ayet, hadis paylaşmak)

S-7) Dinî pratiklere yardımcı ürünlerin reklam yapılarak dijital pazara dahil edilmesini ve ticarileştirilmesini nasıl buluyorsunuz?

ÖZGEÇMİŞ

Neslihan HOCAOĞLU

A. EĞİTİM

- Lisans:** İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, 2013
Bitirme Tezi: Din Felsefesi/Kâmûs-ı Felsefe eserinin Türkçeye Latinize Edilmesi
Marmara Üniversitesi Pedagojik Formasyon, 2015
Hafızlık Eğitimi, 1998
- Yüksek Lisans:** İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü
Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, 2022

B. MESLEKİ DENEYİM

2013'den beri Diyanet İşleri Başkanlığı'nda çalışmakta, halen Din Hizmetleri Uzmanı olarak İstanbul Diyanet Gençlik Merkezleri Kordinatörlüğü görevini sürdürmektedir.