


MODERN GÖRSEL KÜLTÜRDE M NESLİ'NİN ONLİNE İNANÇ PRATİKLERİ

 Metin EKEN^a

Öz

M Nesli'nin online inanç pratiklerine dair düşüncelerinin, motivasyonlarının ve yaklaşımlarının modern görsel kültür ve teknik iletişim araçları çerçevesinde incelenmesi, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada modern görsel kültürde internetin ve sosyal medyanın, M Nesli'nin online inanç pratiklerine nasıl etki ettiği temel problem olarak ele alınmıştır. Bu çerçevede M Nesli özelinde, genç Müslümanların kendilerini ve inançlarını internet ve sosyal medya aracılığıyla nasıl ifade ettikleri ve yine söz konusu nesil özelinde medya alanının simgesel kaynaklarının inanç, maneviyat, din ve aşkın olana yönelik anlamlarla ve pratiklerle nasıl ilişkilendiği sorgulanmıştır. M Nesli'nin algılarını ve deneyimlerini birinci ağızdan elde edilen anlatılar çerçevesinde anlamlandırmak amacıyla nitel anlatı analizi yöntemine başvurulmuştur. Yarı-yapılandırılmış mülakat veri toplama tekniğinin yanında destekleyici bir unsur olarak siber etnografik gözlemin de kullanıldığı araştırma, hazırlanan soru formunun amaçlı tipik durum ve kartopu örnekleme tekniğiyle seçilen 20 katılımcı tarafından cevaplanması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak çalışma, hem kültürel belirlemeleri hem de teknik özellikleri gereği değer yüklü araçlar olarak nitelenebilecek internetin ve sosyal medyanın, genç Müslümanların online inanç pratiklerinin şekillenmesinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu etkinin, dini görünümlü pratiklerin muhtevasını/özünü modern görsel kültürün seküler(leştirici) doğasına tabi kılması sebebiyle sekülerleştirici bir karaktere sahip olduğu ifade edilebilir. Bu durum genç Müslümanların online inanç pratiklerinin bir kısmının her ne kadar dini bir görünüm arz etse de seküler bir anlayışa içkin olabileceğini göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Din Sosyolojisi, Görsel Kültür, M Nesli, Medya ve Din, Online Din.



^a Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, mtneken@gmail.com

ONLINE BELIEF PRACTICES OF GENERATION M IN MODERN VISUAL CULTURE

The aim of the study was to examine the Generation M's opinions, motivations and approaches on online belief practices within the frame of modern visual cultural and media. How the Internet and social media in the modern visual culture affect the online belief practices of Generation M as the main problem was addressed in the study. Accordingly, how young Muslims especially Generation M express themselves and their beliefs through the Internet and social media, and how symbolic sources of media space are associated with the meanings and practices of belief, spirituality, religion and transcendentalism were discussed. The qualitative narrative analysis method was used to interpret the first-hand narratives about Generation M's perceptions and experiences. Semi-structured interview data collection techniques as well as a cyber-ethnographic observation as a supportive element were used and the questionnaire was answered by 20 participants who were selected through purposive typical case and snowball sampling technique. In conclusion, it has been revealed that the Internet and social media which can be described as value-laden tools due to both their cultural determinations and technical features has a significant effect on the formation of young Muslims' online belief practices. It can be stated that this effect has a secularizing feature since it subjects the content/principle of religious-like practices to the secular (secularizing) nature of modern visual culture. This indicates that although a part of the online belief practices of young Muslims presents a religious image, it may be inherent to a secular understanding.

[The Extended Abstract is at the end of the article.]



Giriş

Modernliğin göz merkezci paradigma ile somutlaşan görsel kültürü, günümüzde bireysel etkinliği merkeze alan, görsel materyalleri multimedya biçimselliğinde ses ve metinlerle dokuyarak küre çapında yaygınlaştıran ağlarla örülmüş bir dijital dünyaya evrilmiştir. Bu dünyada sosyokültürel durum, yaşamın artan ölçüde ağ tabanlı görselliğin dolayımında deneyimlenmesiyle somutlaşmaktadır. Özellikle dijital yerliler olarak da bilinen genç kuşaklar bu gerçekliğin merkezinde yer almaktadır. Gençlerin kimliklerini çerçeveleyen bu unsurlar, onların ağa katılımlarına sınır tayin etmenin yanında orada gerçekleştirdikleri eylemlerle kimliklerini de an be a şekillendirmektedir. M Nesli işte bu gençlik grubu içerisinde kimlikleri, dini inançlarının ve modern yaşam koşullarının sarkacında şekillenen Müslüman gençleri ifade etmektedir. Bu doğrultuda M Nesli'nin online inanç

pratiklerine dair düşüncelerinin, motivasyonlarının ve yaklaşımlarının modern görsel kültür ve teknik iletişim araçları çerçevesinde incelenmesi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın temel sorusu şu şekilde ifade edilebilir: Modern görsel kültürde internet ve sosyal medya, M Nesli'nin online inanç pratiklerine nasıl etki etmektedir?

Problemin detaylı bir biçimde açıklanması amacıyla oluşturulan alt sorular ise şunlardır:

- M Nesli'nin kimliğini şekillendiren temel unsurlar, onların online inanç pratiklerini nasıl etkilemektedir?
- Modern görsel kültüre dair temel belirlenimler M Nesli'nin online inanç pratiklerini nasıl etkilemektedir? Bu doğrultuda görünür hale gelen online inanç pratiklerinin sekülerleşmeyle ilişkisi nedir?
- M Nesli'nin online inanç pratikleri, online topluluk, otorite, kimlik ve ritüel bağlamlarında ne şekilde yansıma bulmaktadır?

Çalışma en temelde, M Nesli olarak da ifade ettiğimiz genç Müslümanların kendilerini nasıl tanımladıklarını, online inanç pratiklerine dair deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını, modern görsel kültür ve medya bağlamında ele almayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, M Nesli özelinde genç Müslümanların, kendilerini ve inançlarını internet ve sosyal medya aracılığıyla nasıl ifade ettiğini ortaya koymak ve medya alanının simgesel kaynaklarının inanç, maneviyat, din ve aşkın olana yönelik anlamlarla nasıl ilişkilendiğini anlamak, çalışmanın temel amacını destekleyen alt amaçlar olarak ifade edilebilir.

Modern görsel kültürde medya ve din ilişkisine bir gençlik grubu özelinde odaklanmak, kapsam ve sınırlılıklara dair önemli kararların verilmesini gerekli kılmıştır. Görsel kültürün Sanat Tarihi ve diğer tarih disiplinleri içerisinde ele alındığı geniş külliyat, Klasik ve Çağdaş Felsefeyle Sosyal Teorinin alana dair zengin birikimi, sekülerleşme tartışmalarını kapsayan geniş sosyolojik yazın, medya çalışmaları ile medya ve din araştırmaları alanlarındaki kapsamlı akademik üretimler, veri toplama sürecinde kullanılan soruların belirlenmesine dair önemli sınırlandırmaların yapılmasını zorunlu kılan temel hususlardır. Bu doğrultuda görsel kültür, Barnard'ın (2002, s. 35) "bir toplumun kendi değerlerini, inanışlarını ve deneyimlerini göstergeler ve kodlar gibi çeşitli yollarla görünür hale getirmesi" şeklinde ifade ettiği geniş bağlamından ziyade, iletişimsel düzlemde bilişsel ve normatif düzeydeki etkisi üzerinden ele alınmıştır. Modern görsel kültüre gelindiğinde ise sosyal teoride, modern dünyada görsel kültürün doğası ve özellikleriyle ilişkilendirilebilecek pek çok çalışma

olmasına rağmen ortaya çıkış şartlarına dair detaylı bir açıklama sunması bakımından göz merkezilik (Jay, 1993); görsel temsil biçimlerinin nasıl bir toplumsal ilişkiler ağı ortaya çıkardığına dair kapsayıcı açıklamalar sunması bakımından da gösteri (Debord, 1996; Kellner, 2013), gözetim (Foucault, 2000; Lyon, 2013; Lyon & Bauman, 2016), söylen (Barthes, 2011) ve simülasyon (Baudrillard, 2010) kavramlarının işlevselleştirilmesi uygun görülmüştür. Ancak yapısalcı, postyapısalcı ve postmodern perspektiflerle ilişkilendirilen bu kavramlar çalışmanın özgün kurgusu içerisinde failliğin imkânları da göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir.

Bu bağlam, araştırma sahasının, medya ve din araştırmalarında imtiyaz kazanan iki temel yaklaşım çerçevesinde değerlendirilmesine de zemin hazırlamıştır. Bunlar “medyatikleşme” ve “eklemlenme” yaklaşımlarıdır. Hjarvard’dan (2011) hareketle medyatikleşme, medyanın neredeyse tüm toplumsal kurumların işleyişine entegre olmasına gönderme yapar. Medyayı etkileri bakımından ele alan ve ona sekülerleştirici bir rol biçen bu yaklaşıma göre medyatik dini kurgu, dini anlamları özgün bağlamlarından ayırarak farklı yollarla yeniden canlandırabilmektedir. Bu çerçevede modern kültürün ve medyanın sekülerleştirici etkisini göz önünde bulundurmakla birlikte sekülerleşmenin, farklı etkilerle insan-din ilişkiselliğinde gündelik pratiklere yansıyan bir zihniyet durumu olarak ortaya çıktığı da ifade edilmesi gereken bir diğer husustur. Belirtilen zihni durum ve bu doğrultuda hayat alanına yansıyan gündelik pratikler kültürün yapısal etkilerine açık olmakla birlikte failliğin imkânlarıyla da şekillendirilmektedir. Bu bakımdan medya ve din ilişkisinde medyatikleşme tezinin sunduğu açılımlardan yararlanmakla birlikte eylemin ve niyet bağlamlarının de göz önünde bulundurulduğu farklı yaklaşımlara ulaşmak önem arz eder. Eklemlenme (articulation) bahsi geçen yaklaşımları somutlaştırması bakımından önemli bir uğrak olarak değerlendirilebilir. Bu kavram, insanların kültürel formları kendi amaçlarına uygun bir biçimde ele almasına atıfta bulunan oldukça genel bir ifade olarak karşımıza çıkar (van Zoonen, 2012). Hoover’a göre medyaya dair geleneksel yaklaşımlar medyanın gücü ve ayrıcalıkları hakkında pek çok varsayım üretmiştir. Bu aynı zamanda pek çok kültürel medya araştırmasında da sıklıkla karşılaşılan bir durumdur. Ancak bu çalışmaların ortak problemi insanların bu medya metinleriyle ve diğer kaynaklarla karşılaştıklarında neler yaptıklarına dair çok az şeyden bahsetmeleridir. Eklemlenme yaklaşımı işte tam da bu yapıp etmelere, en temel düzeyde gündelik hayat bağlamında insanların medya ile kendi dini ve manevi yaşamlarına dair nasıl bir etkileşime girdiklerine

odaklanır (2006, s. 86).¹ Bu bağlam, aynı zamanda modernlik ve din ilişkisine dair önemli bir tartışma alanı olarak ortaya çıkan sekülerleşme meselesinin, modern görsel kültürün temel özellikleri ve medya çerçevesinde düşünülmesi gerekliliğini de gün yüzüne çıkarmıştır. Nitekim çalışmanın sonuç bölümünde, araştırma sahasının bu bağlamda bir değerlendirmesine yönelik bazı verilere rastlanabilir.

Dinin internet ortamındaki görünürlüğüne dair literatüre gelindiğinde ise özellikle Avrupa ve Amerika'da gelişen dijital din, sanal din, siber din vb. gibi kavramlardan ziyade ağ tabanlı dini yapılanmaya dair kapsamlı bir teknik ve sosyolojik açıklama getirmesi sebebiyle online din ifadesi tercih edilmiş ve bu ifade özgün bir yaklaşımla yeniden içeriklendirilmiştir. Buna göre online din; online mecralarda tek yönlü veya etkileşimli karakterlerde ortaya çıkan tüm dinselilikleri kapsayan, online ifadesinin zıddı olması bakımından da offline ortamlarla ilişkiselliğe vurgu yapan, her an bağlantı halinde olan insan topluluklarının ortaya koyduğu sosyal realiteyle uyumlu, eklemleme süreçlerine göndermede bulunan ve aynı zamanda bağlantılarla oluşan ağ kültürünü göz önünde bulunduran genel bir ifade olarak kullanılmıştır. Online dine dair analizlerin somutlaştırılması ve genel ifadelerden ziyade detaylı analizlerin gerçekleştirilmesi amacıyla da son dönem medya ve din araştırmalarında önemli bir ayrıcalık kazanan topluluk/cemaat (Campbell, 2013), otorite ve doktrin (Campbell, 2007; Cheong, 2013), aidiyet ve kimlik (Lövheim, 2013) ile ritüel (Radde-Antweiler, 2006) bağlamları göz önünde bulundurulmuştur.

Eric Maigret eleştiri ve övgünün aşırı biçimleri olarak ifade ettiği kehanetçi ve ütopyacı yaklaşımların, medya çalışmalarını sınırlı bir bakış açısına sevk eden önemli engeller olduğunu ifade eder (2012, s. 34-35). Gerçekten de medyanın olumsuz etkileri hem bazı gündelik tartışmalarda hem de akademik çalışmaların bir kısmında abartılı ve insan faillliğini yok eden bir düzeyde ele alınmaktadır. Aynı şekilde birtakım medya araştırmalarında özellikle gelişen iletişim araçlarının insani zaaf ve kısıtlamaların aşılmasına imkân sağlayarak ütopyik bir evren ortaya çıkartacağına, insanlığa herkesin kendini ifade etmesine olanak sağlayan demokratik ve katılımcı bir dünya armağan edeceğine dair pek çok güzellemeye rastlamak mümkündür. Araştırmayı önemli kılan hususlardan ilki, bu çalışmanın modern görsel kültürü ve medyayı etkileri bakımından

¹ Buraya kadar tartışılan medyatikleşme ve eklemleme yaklaşımları, sosyal teoride geçen yüzyılın özellikle metodoloji tartışmalarında merkezi bir rol oynayan faillik problemi ile ilgilidir. Faillik kavramının alternatif teorileri ayrıştırılmamızı mümkün kılacak tarzda işlevselleştirildiği özgün bir yorum için bkz. (Doğan, 2019)

değerlendirmekle birlikte onları zikredilen indirgemeci bakış açılarıyla ele almamasıdır. Bu doğrultuda çalışma, modern görsel kültürde medya ve din etkileşimine yönelik anlama süreçlerinde doğrudan kültür ve medya etkinliğine odaklanmamakta, eklenme süreçleri olarak da ifade edebileceğimiz insan-medya etkileşiminde ortaya çıkan anlamları da göz önünde bulundurmaktadır. Çalışmayı önemli kılan hususlardan bir diğeri ise medyatikleşme ve eklenme süreçlerini M Nesli olarak da ifade edebileceğimiz bir gençlik grubu özelinde ele almasıdır. Nitekim tutumlarını ve dini kimliklerini ifade etme biçimleriyle dünya Müslüman nüfusunun en etkin üyelerinden oluşan ve bu etkinlikleri internet alanında da önemli ölçüde yansıma bulan M Nesli, bu süreçlere dair fikirlerin derinleştirilmesine yönelik önemli bir veri kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca yeni Müslüman gençliğe dair kapsayıcı bir ifade girişimi olarak ilk defa Shelina Janmohamed (2016) tarafından kullanılan M Nesli kavramsallaştırmasını akademik bir çalışmanın konusu haline getirmesi ve çeşitli içerimleriyle birlikte akademik tartışmaya açması da çalışmayı önemli kılan bir diğer husustur. Janmohamed tarafından gerçekleştirilen geniş bir saha araştırmasıyla şekillenen M Nesli kavramsallaştırması bu gençlik grubu hakkında önemli açılımlar sağlaması bakımından tercih edilmiştir. Bununla birlikte çalışmada M Nesli, Janmohamed'in çok yönlü açıklamalarının aksine online inanç pratikleri çerçevesinde ele alınmıştır.

A. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmada insanların dünyalarını nasıl kurduklarına, deneyimlerini nasıl yorumladıklarına ve onlara nasıl bir anlam yüklediklerine odaklanan nitel araştırma metodolojisi tercih edilmiş (Merriam, 2015, s. 5), araştırma anlatı analizi yaklaşımı çerçevesinde kurgulanmıştır.

1. Yorumsamacı Yönelimli Anlatı Araştırması

Anlatı ya da hikâyeler deneyimlerimizi nasıl algıladığımızın, başkalarıyla nasıl iletişim kurduğumuzun ifadesidir ve bu sebeple de etrafımızdaki dünyayı anlamlandırmak açısından önemlidir. Televizyon haberleri izlemek, işte geçen bir günümüzü hikâye etmek, bir metin ya da film yoluyla insanların hikâyelerini okumak ya da seyretmek bu doğrultuda gündelik hayatımızın en temel edimleri arasındadır. Ancak bir nitel araştırma için anahtar olan hikâyeler/anlatılar daha özel olarak başı, ortası ve sonu olan ve ilk ağızdan anlatılan deneyimlere dayanır. Birinci ağızdan elde edilen deneyimler bu yaklaşımın öykü metnini oluşturur. Hikâye otobiyografi, hayat hikâyesi, görüşme, günlük, mektuplar ya da topladığımız diğer materyaller, hangi biçimde olursa olsun, metin yazarı için sahip olduğu

anlama göre analiz edilir (Merriam, 2015, s. 31). Bu yönüyle anlatı araştırmaları, araştırmaya katılanlar ile yazar arasındaki işbirliğinin bir sonucu olarak yepyeni bir anlatı ortaya koyar.

Söz konusu yaklaşımın uygulanması; bir veya birden fazla bireyin deneyimlerini araştırmayı, bu bireylerin yaşam öykülerini derleyerek veri toplamayı, kişisel deneyimleri rapor etmeyi ve bu deneyimlerin içerdiği anlamları sıralamayı içermektedir (Creswell, 2018, s. 70). Anlatı araştırmaları birtakım karakteristik özelliklere sahiptir. Bu çalışmada benimsenen anlatı yaklaşımı da özellikle Creswell'in sunduğu temel karakteristik özellikler göz önünde bulundurularak şekillendirilmiştir. En temelde anlatı araştırmalarının bireylerin deneyimlerini konu edinmesi, kimliklerine ve kendilerini nasıl gördüklerine ışık tutabilme özelliği, çalışmanın amaçlarıyla örtüşmesi bakımından anlatı araştırmasını ayrıcalıklı bir konuma yerleştirmektedir (2018, ss. 71-72).

Tüm bunlarla birlikte anlatı yaklaşımı bu çalışmada, Stewart Hoover'ın *Religion in the Media Age* adlı çalışmasında kullandığı anlatı yaklaşımının arka planında somutlaşan felsefi yönelimi göz önünde bulundurmaktadır. Hoover, Ricoeur'nun (1991) dolayımamanın kişisel kimlik için temel bir unsur olduğu; kendimize dair anlayışımızın zorunlu olarak semboller, işaretler, dil, metin ve karşılaştığımız bir dizi kültürel-sembolik kaynaklar tarafından dolayımlandırdığı iddiasından hareketle medya ürünlerinin de bu kültürel kaynaklar arasında sayılabileceğini ifade etmektedir (2006, s. 91). Ricoeur'nun kimlik ve anlatıya dair söz konusu yaklaşımı araştırma kapsamında kendileriyle mülakat gerçekleştirilen görüşmecilerin kimliklerini çözümleyebilmek bakımından önemli bir perspektif sunmaktadır. "Bu perspektiften anlatılar, bazen hayatın birbirinden ayrı ya da rastlantısal gözükken unsurlarını, en azından tutarlılık arz eden bir öyküye dönüştürdüğümüz bir süreç olarak okunabilir. Kimlik anlatıları, kendimizi anlattığımız ve kendimizden bahsettiğimiz hikâyelerdir. Yaşam deneyimini, sembolik kaynakları, diğer kişileri ve onlarla olan ilişkilerimizi de kapsayan çeşitli unsurları içerir. Olmak istediğimiz doğrultusunda kim olduğumuzu anlattığımızdan normatif ya da değer yüklü bir boyuta sahiptir. Aynı zamanda mutlaka zorunludur, çünkü bazı seviyelerde gerçek kişiler, gerçek deneyimler, gerçek diller, metinler ve semboller içerir. Bu yönüyle anlatı yaklaşımı insanların -bu çalışma özelinde M Nesli'nin- medya çağında nasıl anlamlar ürettiğini ve medya alanının simgesel kaynaklarının inanç, maneviyat, din ve aşkın olana yönelik anlamlarla nasıl ilişkilendiğini anlamak açısından önemli bir yöntem olarak somutlaşmaktadır (Hoover, 2006, s. 92)."

2. Veri Toplama Tekniği ve Soruların Belirlenmesi

Çalışmada temel olarak yarı yapılandırılmış mülakat ve destekleyici bir unsur olarak siber etnografik gözlem teknikleri kullanılmıştır. Seçilen örneklemin özellikleri sebebiyle farklı görüşme seçenekleri aktif bir biçimde kullanılmıştır. Mülakat formu, yüz yüze görüşmelerle alınan cevapların yanında e-mail, Twitter ve WhatsApp gibi çeşitli sosyal medya uygulamaları aracılığıyla görüşmecilere iletilmiş ve cevaplar yine aynı yollarla alınmıştır. Ayrıca, sesli-görüntülü WhatsApp ve telefon görüşmeleri aracılığıyla birtakım mülakatlar hem doğrudan gerçekleştirilmiş hem de eksik yanıtlanan yahut tam olarak anlaşılmayan sorularla ilgili sondaj sorularının iletilmesi ya da gerekli açıklamaların yapılması sağlanmıştır. Gözlem ise hem görüşmecilerle yapılan mülakatlar öncesinde araştırma sorularının oluşturulması hem de gerçekleştirilen mülakatların güvenilirliğinin desteklenmesi amacıyla kullanılmış, özellikle M Nesli rutinlerinin internet ve sosyal medya özelinde anlamlandırılması bakımından etkin bir araç olarak işlevselleştirilmiştir. Bu doğrultuda görüşmeciler, siber uzamda, kişisel sosyal medya hesapları aracılığıyla gözlemlenmiş, davranış pratikleri ve motivasyonlarına dair izlenimler notlandırılarak detaylı anlatımlar, tasvirler ve doğrudan alıntılar şeklinde tasnif edilmiştir. Aşağdaki tabloda da görüleceği üzere sorular, 3 ana tema ve bu temalar etrafında şekillenen toplam 11 alt kategori çerçevesinde oluşturulmuştur.

Tablo 1. Soruların Belirlenmesinde Esas Alınan Tema ve Kategoriler

| | |
|---|--|
| 1. M Nesli'nin Genel Özellikleri | i. Kimlik ii. İnternet ile ilişki |
| 2. Modern Görsel Kültür, Teknik İletişim Araçları ve Din | i. Göz Merkezcilik ii. Gösteri iii. Gözetim iv. Söylen (Mit) v. Simülasyon |
| 3. Online İnanç Pratikleri | i. Topluluk ii. Otorite iii. Kimlik iv. Ritüel |

3. Araştırma Sahası

Evren ya da araştırma sahası araştırma kapsamına giren olgu, nesne ve bireylerin tümünün oluşturduğu yapıyı ifade eder. Ancak nitel araştırmalarda evren, araştırma sonuçlarının genellendiği bir bütün olarak

kabul edilmez (Sönmez & Alacapınar, 2011, ss. 193-194). Araştırmanın kendisine yöneldiği hedefi, soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği grubu ifade eder (Büyüköztürk vd., 2008, s. 78). Bu doğrultuda çalışmanın sahası giriş bölümünde de ifade edilen ve M Nesli olarak tanımlanan Müslüman gençliktir.

M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik isimli kitabın Yazarı Shelina Janmohamed'in açıklamalarıyla ifade edildiği üzere M Nesli, inancı ve modernliği birbirini besleyen iki alan olarak gören ve kimliğini bu alanların sunduğu içeriklerle şekillendirmek hususunda aktif, istekli ve heyecanlı olan genç Müslümanlara gönderme yapar. Söz konusu gençler tüm dünyada sürekli büyüyen bir orta sınıfı teşkil eden; modadan sanat ve edebiyata, eğitimden ticarete, teknolojidən gündelik hayata yaşam tarzlarıyla hemen her sosyal alanda geleneksel Müslüman kimliğinden farklılaşan kimlik yapılarıyla somutlaşan geniş bir sosyal grubu oluşturur. Bu grubun en temel niteliği interneti ve sosyal medyayı gündelik yaşamlarında etkin bir biçimde kullanmalarıdır. Halkının büyük çoğunluğu Müslüman olan ülkelerden Avrupa ve Amerika'ya göç eden Müslümanların başını çektiği, ancak küreselleşmenin etkileriyle birlikte tüm dünyada benzer özellikler göstermeye başlayan gençlerden oluşan M Nesli, en temelde modernliğin tüm kurumlarıyla etkin olduğu bir tarihsel süreçte yaşayan Müslüman gençlere gönderme yapmaktadır. Yazarın değinilerinin aksine bu nesli ifade eden en temel husus, söz konusu gençlerin modernlikle barışık bir Müslüman kimliğine sahip olmalarından ziyade modern yaşam koşullarının hâkim olduğu bir dönemde, modernlikle iç içe bir yaşamı sürdürmeleridir denilebilir. Bu durum söz konusu edilen geniş sosyal grup içerisinde modernliği ve dindarlığı bir arada kendi kimliklerini şekillendiren unsurlar olarak benimseyen bireylerin olmadığı anlamına da gelmemektedir. Söz konusu grup, genç olarak ifade edilmekle birlikte yukarıda belirtilen temel özellikleri bünyesinde barındıran, geniş bir yaş aralığındaki bireyleri ihtiva etmektedir ki M Nesli, her ne kadar genç Müslümanların ağırlıkta olduğu bir grup olsa da temelde yukarıda bahsi geçen tutumlarıyla tanımlanmaktadır.

4. Araştırma Grubu

Bu çalışmada örneklem seçimi sürecinde tipik durum ve kartopu örnekleme türleri birbirini destekleyen stratejiler olarak tercih edilmiştir. Tipik durum stratejisi, temsil edici özelliklere sahip olan bireylerin araştırma kapsamına dâhil edilmesi yoluyla uygulanmış; kartopu stratejisi ise seçilen bu tipik durumdaki kişilerin önerilerini alıp uygun kişi ya da kişilere ulaşarak örneklemin genişletildiği bir araç olarak işlevselleştirilmiştir (Sönmez ve

Alacapınar, 2011, s. 98). Araştırma M Nesli olarak ifade edilen bir gençlik grubuna odaklandığından, M Nesli'ni karakterize edecek tipik örneklerin belirlenmesine azami düzeyde dikkat edilmiştir. Bunun için özellikle internet ve sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanan ve bu doğrultuda geniş bir izleyici kitlesine sahip olan bireyler tercih edilmiştir. Bu bakımdan örneklem grubu, çeşitli online davet topluluklarını yöneten gençlerden medyatik vaizlere, moda ikonlarından diğer sosyal medya fenomenlerine, bloggerlardan sosyal medyayı etkin kullanan aktivistlere kadar geniş bir yelpazede genç Müslümanlardan oluşturulmuştur. Araştırma toplamda 20 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 6'sı dünyanın çeşitli ülkelerinden Avrupa'ya ve Amerika'ya göç eden ailelerin çocukları olan Müslüman göçmenlerden ve sonradan din değiştirerek İslam'a giren kişilerden oluşmaktadır. Diğer 14 kişi ise Türkiye'de yaşayan gençlerden oluşmaktadır. Görüşmecilerle yapılan protokol gereği araştırma bulgularının aktarıldığı bölümde görüşmecilerin gerçek ad ve soyadlarına yer verilmemiş, bunun yerine rastgele seçilen müstear isimler kullanılmıştır. Görüşmeciler aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere 21-44 yaş aralığındaki bireylerden seçilmiştir. M Nesli yaştan ziyade tutumlarıyla tanımlanan bir nesil olarak değerlendirildiğinden, 44 yaşındaki bir bireyin de örneklem içerisinde yer almasında herhangi bir sorun görülmemiştir. Eğitim durumuna gelindiğinde ise görüşmecilerin büyük bir çoğunluğunu lisans öğrencileri ve mezunları oluşturmaktadır. Bunun dışında 4 lisansüstü öğrencisi ve bir de ortaöğretim mezunu yer almaktadır.

5. Veri Analizi

Verilerin analizi sürecinde Creswell'in (2018, s. 183) veri analiz sarmalı çerçevesinde aşağıdaki süreçler işletilmiştir: Verileri düzenleme aşamasında sahadan elde edilen görüşme verileri bilgisayar dosyaları şeklinde düzenlenmiştir. Aynı zamanda araştırma sürecinde elde edilen gözlem notları da benzer bir biçimde dosyalanmıştır. Böylelikle de geniş bir veri tabanı elde edilmiştir. Mülakatları bir bütün olarak anlamak amacı güden okuma ve hatırlatıcı notlar alma aşamasında ise elde edilen transkriptler detaylı bir okumaya tabi tutulmuş, temalar şeklinde parçalara ayrılmadan önce anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Okuma sürecinde de kısa ifade, fikir ya da anahtar kavramları içeren hatırlatıcı notlar alınmıştır. Ayrıca bir anlatı araştırması için önem arz eden kişisel deneyimlerin saptanması, dönüm noktalarına dair notların alınması ve bağlamsal materyallerin temini de bu aşamada gerçekleştirilmiştir. Temalandırma, Sınıflama ve Yorumlama aşamasına gelindiğinde, soru hazırlama sürecinde kurgulanan ana temalar okunan metinlerin sınıflandırılması için işlevsel bir araç olarak

kullanılmıştır. Belirlenen her bir tema ile ilişkili olarak hazırlanan ve tüm görüşmecilere iletilen soruların cevapları bu temalar altında tasnif edilmiştir. Tasnif aşaması, herhangi bir temaya karşılık gelen cevaplar içerisinde bir diğer temaya uygun olduğu gerekçesiyle seçilen ve bu tema altına eklenen metinlerle geliştirilmiştir. Böylelikle araştırma sorularına yönelik yetkin veriler sunabilecek bir tasnife ulaşılmıştır. Sonraki aşama olan yorumlama aşamasında ise söz konusu tasnif bir ileri safhaya taşınmış, verilerin daha kapsamlı anlamlarına olanak sağlayan soyutlamalara geçilmiştir. Son olarak da bulgular sistematik bir biçimde sunulmuştur.

6. Etik Kurul İzni

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından, 28/04/2020 tarihli ve 59 başvuru numaralı onay formu ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

B. Araştırma Bulguları ve Yorum

Araştırma bulguları, katılımcılara sorulacak soruların hazırlanması sürecinde oluşturulan 3 ana tema ve her bir tema altında sıralanan alt kategoriler doğrultusunda sunulacaktır. Bu çerçevede öncelikle *M Nesli'nin genel özellikleri*; kendilerini nasıl tanımladıkları ve internetle kurdukları ilişkiye dair temel belirlemeler çerçevesinde takdim edilecektir. Hemen ardından *modern görsel kültür, teknik iletişim araçları ve din* başlıklı tema çerçevesinde; göz merkezilik, gösteri, gözetim, söylen ve simülasyon kavramlarına dair içerimler katılımcıların online tecrübeleri çerçevesinde ele alınacaktır. Son olarak da online inanç pratikleri teması altında topluluk, otorite, kimlik ve ritüele dair bulgular sunulacaktır.

1. M Nesli'nin Genel Özellikleri

Bu tema çerçevesinde katılımcılara iki alt kategori dâhilinde toplam altı soru sorulmuştur. Katılımcıların kimlikleriyle ilgili ilk kategori kapsamındaki sorular M Nesli'nin yaşamlarını çerçeveleyen modern kültürel şartlara, bu şartlar içerisinde dindarlığın nasıl (hangi şekillerde) deneyimlendiğine ve son olarak da söz konusu neslin kimliğinin biçimlenmesinde önemli bir etkiye sahip olan İslamofobik algıya odaklanmaktadır. M Nesli'nin internetle kurduğu ilişkiye odaklanan ikinci kategori altında sorulan sorular ise internetin söz konusu neslin gündelik yaşamında nasıl bir anlam ifade ettiğini ve dini amaçlarla nasıl kullanıldığını kavramaya yöneliktir.

Modern Çağda Müslüman Olmak: Janmohamed, bu çalışmanın ortaya çıkışında önemli bir etkisi olan *M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik* isimli kitabında M Nesli'ni sıklıkla, hayatlarına yön veren ilkelerin temelini inanç

ve modernliğin oluşturduğu bir nesil olarak tanımlar. Ona göre söz konusu nesil dini ve modernliği birbirinin zıttı değil aynı hayatın farklı yüzleri olarak anlamlandırmakta ve modernliği benimsemenin yanında onunla barışık bir yaşam sürmektedir (2018, ss. 13-29). Avrupa ve Amerika’da yaşayan göçmen ailelerin çocukları ve sonradan İslam’a giren gençlerin en karakteristik örnekler olarak ön plana çıktığı; bunlarla birlikte dünyanın hemen her köşesinde küreselleşmenin ve modern kültürel koşulların etkisiyle benzer özellikler sergileyen ve temelde gençlerden oluşan bu nesil, yaşlarından ziyade kendilerini dünyanın en aktif sosyal gruplarından biri haline getiren tutumlarıyla tanımlanmaktadır. Eğitim düzeylerinin ebeveynlerine göre artması, inançlarını ve yaşam koşullarını ciddi bir biçimde sorgulamaları, kendilerine olan güvenleri, internet ve sosyal medyayı çok etkin bir biçimde kullanmaları, gündelik hayatın hemen her alanında aktif ve enerjik olmaları, tutumlarının çerçevesini çizen ana eksenler olarak somutlaşmaktadır. Ancak gerek araştırma sahası üzerine gözlemlerimiz gerekse de sahadan elde ettiğimiz bulgular, tutumları benzerlik gösteren söz konu neslin tamamının modernlikle kendi inançlarını bağdaştırmadığını göstermektedir. Yazarın M Nesli’nin modernlikle ilişkisini tanımlarken kullandığı; “modernliği reddetmekten ziyade şekillendirmeyi amaçlamaları (2018, ss. 44-45)”, “inançlarının modern dünyayı daha iyi bir yer haline getireceğine inanmaları (2018, ss. 13-16)” ve “modern hayata iyice adapte olmaları” gibi ifadeler pek çok yönden bu neslin genel özelliklerini yansıtmakla birlikte modernliğin M Nesli’ni oluşturan geniş bir nüfusun tamamı tarafından benimsendiğini de göstermemektedir. Çünkü M Nesli yukarıda zikredilen tutumlar bakımından benzeşmenin yanı sıra dünyanın dört bir yanında yaşayan ve inançları noktasında birbirinden farklılaşan anlayışlara sahip olan insanların oluşturduğu zengin bir çeşitliliği içermektedir. Bu durumda modernliği ve inancı, kimliğinin temel unsuru olarak benimseyen kişiler M Nesli içerisinde yalnızca bu çeşitliliğin bir parçasını oluşturmaktadır denilebilir. Nitekim sahadan elde ettiğimiz veriler bu düşünceye sahip olan gençlerin de bulunduğunu göstermektedir: “kendimi, kendisinden ve kimliğinden zevk alan genç ve modern bir Müslüman olarak tanımlıyorum (Nancy, 32, Editör, İngiltere).”

Aslına bakılırsa burada üzerinde dikkatle durulması gereken temel husus, katılımcıların modernliği anlamlandırma biçimlerinin inançlarıyla modernlik arasındaki ilişkiyi kurmalarında belirleyici olduğudur. Örneğin Hollie’nin (38, Aktivist, Fenomen, İngiltere) modernliği, içinde yaşadığımız dönemleri geleneksel süreçlerden ayıran salt zamanla ilgili bir husus olarak anlamlandırması, onu inançla modernliğin birbirine zıtlık oluşturmayacağı

sonucuna götürmektedir. Ona göre modern dindarlık veya eski moda dindarlık diye bir şeyden bahsetmek pek de mümkün değildir. Hasan (25, Aktivist, Editör, Türkiye) da Hollie'nin cevabına benzer bir biçimde kendisine yöneltilen, “modern çağda yaşayan genç bir Müslüman olarak kendinizi nasıl tanımlıyorsunuz?” şeklindeki soruya; “kastedilen soruyu ‘tarihte/geçmişte’ Müslüman olmak ile ‘bugün’ Müslüman olmak arasında kendinizi nereye oturtuyorsunuz diye anlıyorum” şeklinde başlayan bir cevap vermiştir.

Bununla birlikte katılımcıların önemli bir kısmı aynı soruya, modernlikle ilgili öyle veya böyle olumsuz bir algıya sahip olduklarından olsa gerek öncelikle dini kimliklerini ön plana çıkartarak cevap vermişler ve modern çağda, dini kurallara uymak şartıyla yaşadıklarına değinmişlerdir (Ayşe, 24, Aktivist, Türkiye; Rumeysa, 29, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye; Mehmet, 30, Fenomen, Türkiye).

Modernliğe temkinli yaklaşarak öncelikle dini kimliklerini ön plana çıkaran görüşmecilerle beraber modern çağı, insanların yaşama gayelerini unuttuğu ahir zaman ve bir Müslüman olarak yaşam sürmenin hayli zor olduğu bağımlılıklar dönemi şeklinde tanımlayarak modernliğe doğrudan olumsuz bir algıyla yaklaşan görüşmecilerin de olduğunu ifade etmek gerekir (Ercan, 33, Twitter Fenomeni, Türkiye; Mustafa, 37, Eğitimci, Aktivist, Türkiye).

Görüldüğü üzere kimi katılımcılar modernliği benimserken kimileri ona mesafeli durmakta ve hatta olumsuz bir bakmaktadır. Tüm bu yaklaşım biçimlerinin temelinde modernliğin nasıl anlamlandırıldığına dair genel kabuller önemli bir rol oynamaktadır. O halde bu durum modernliği benimsemekle modernlikle iç içe bir yaşam sürmek arasında bir ayırım yapmayı gerekli kılmaktadır.

Görüşmecilerin, içinde yaşadıkları çağda kendilerini bir Müslüman olarak tanımlama biçimlerinde modernliğe dair algılarının önemli bir yer tuttuğunu belirtmiştik. Bu doğrultuda modernliğe ve dine bakış açılarını net bir biçimde ortaya koymak bakımından görüşmecilere modern dindar tabirinin ne ifade ettiğini sorduk. Bu sorulara verilen cevaplar değerlendirildiğinde görüşmecilerin bir kısmı modernliği zamansal bir perspektiften algılayıp modern olmakla birlikte dindar biri de olunabileceğini ifade ederken geri kalan büyük bir kısmının ise modern dindarlık tabirini olumsuzladığı görülmektedir.

M Nesli'nin modern koşullarla İslami ilkeler arasında ve modernlik ile dindarlığa bakışları çerçevesinde ürettikleri kimlik politikalarına ve bu doğrultuda kendilerini anlamlandırma biçimlerine dair saha verilerini

sunduktan sonra, bu neslin kimliğini şekillendiren önemli unsurlardan biri olan İslamofobiye ya da daha doğru bir ifadeyle İslam karşıtlığına değinmek yerinde olacaktır. İslamofobi ya da İslam karşıtlığı her ne kadar özellikle batı toplumlarında 11 Eylül 2001'den sonra medyanın da etkisiyle artan bir görünüm kazansa da tarihsel temellerini çok daha eskilere götürebileceğimiz sistematik bir çaba olarak okunabilir. Ancak burada çalışmanın sınırlılıkları gereği İslamofobinin tarihsel kökenlerine dair çıkarımlardan ziyade özellikle M Nesli'nin içine doğduğu, küreselleşmenin etkilerinin çok daha yoğun hissedildiği son 30-40 yıllık periyodun 11 Eylül sonrası dönemine rastlayan süreçlerde nasıl bir görünüm aldığına ve saha verilerinden hareketle bu görünümlerin genç Müslümanların kimliklerinin şekillenmesinde ne gibi etkiler oluşturduğuna odaklanılacaktır.

11 Eylül olayları küresel siyasi ve ekonomik meselelerde önemli bir dönüm noktası olmakla birlikte Batı toplumlarının sosyo-psikolojik düzlemde yeniden şekillenmesinde önemli bir etki oluşturmuştur. Batı toplumlarındaki bireylerin tarih ve siyaset kitaplarında karşılaşabildiği, bilinçli olarak inşa edilmiş hikâyelere dayanan İslam tehdidinin bu kadar açık, net ve dramatik bir gerçeklik olarak somutlaşması, temelde kendi ülkelerinde yaşayan her bir Müslümanın potansiyel bir tehdit olarak görülmesine sebep olmuştur. İslam'ın terörle özdeşleştirildiği ve bu algının küresel medya organları aracılığıyla önemli ölçüde yaygınlaştırıldığı bu süreç özellikle Amerika ve Avrupa'daki genç Müslümanlar için de zorlu bir kimlik mücadelesinin başlamasına sebebiyet vermiştir. Şirin ve Fine'in (2015, ss. 1-15), Amerikalı Müslüman gençlerin kimliklerine dair araştırmalarında net bir biçimde ortaya koydukları üzere bu genç insanlar 11 Eylül 2001'den itibaren bir gecede kendi uluslarında öteki olarak gösterilir hale gelmişler, toplumsal ve psikolojik açılardan pek çok dışlanmaya maruz kalmışlardır.

Yine Şirin ve Fine'in (2015, ss. 1-15) ortaya koyduğu gibi bu gençlerin çok büyük bir kısmı Amerika'da doğup büyümüş ve Amerikan kültürüyle derin etkileşimlere girmiştir. Yaşam tarzları bakımından muazzam bir çeşitliliğe sahip olan bu grup özellikle 11 Eylül'den sonra Müslüman ve Amerikalı kimliklerinin kesişiminde benliklerini yeniden müzakere etmeye başlamıştır. 11 Eylül'ün Amerika sınırlarını aşan algısı, benzer bir durumu Avrupa'daki genç Müslümanlar için de geçerli kılmış, Suriye'deki savaş ortamını takiben IŞİD'in Avrupa ülkelerinde gerçekleştirdiği kanlı saldırılar bu durumu pekiştirmiştir. Janmohamed'e göre yaşanan bütün bu süreçler M Nesli'ni İslam karşıtlığıyla İslam kisvesi altında gerçekleştirilen terör eylemleri arasında bırakmış; genç Müslümanları içinde yaşadıkları toplumda

sürekli kendilerini kanıtlama, bir terörist olmadıklarını ifade etme ve İslam'ın terörle bağdaşmayacağını anlatma çabası içerisine itmiştir (2018, ss. 9-42). Tüm bu anlatılanlar özellikle Batı'da etkisini ciddi bir biçimde hissettiren İslamofobinin M Nesli'nin kimliğinin şekillenmesinde en önemli hususlardan biri olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın ilerleyen kısımlarında özel bir şekilde ele alınacağı üzere söz konusu durum M Nesli'nin online pratiklerini de temelden etkilemektedir. Bu doğrultuda M Nesli'nin online inanç pratiklerini anlamlandırmamıza katkı sağlayacağı gerekçesiyle görüşmecilere "İslamofobinin küresel çağda yaygınlaştığı bir dönemde Müslüman olmak sizin için ne ifade ediyor?" şeklinde bir soru yöneltilmiş ve bu çerçevede kimliklerinin nasıl şekillendiği, kendi düşünce ve görüşleri üzerinden müzakere edilmiştir.

İslamiyet'i sonradan kabul eden Raphael (24, Aktivist, Editör, ABD) ve Hollie (38, Aktivist, Fenomen, İngiltere) İslamofobi'nin olumsuz etkilerine dair görüşlerini bu ciddi değişim serüvenleri üzerinden okumaktadırlar. Raphael ve Hollie'nin İslam ile ilgili klişelere ve önyargılara dikkat çekmesi medyanın bu alandaki etkinliğini kanıtlar niteliktedir. Ancak bu cevaplar içerisinde asıl ilginç olan husus Hollie'nin "Ben çocukken, ailemden hiç kimsenin İslam hakkında olumsuz görüşleri yoktu" ifadesidir. Bu ifade İslamofobi'nin özellikle 11 Eylül sonrasında Batı'daki tüm toplumsal katmanlara yayıldığına açık bir göstergesi niteliğindedir. Raphael ve Hollie'ye benzer bir biçimde araştırmaya yurtdışından katılan diğer görüşmeciler de önyargılarla birlikte katı bir düzeyde ayrımcılığa ve İslam'a yönelik yanlış kanıları açıklama ihtiyacına vurgu yapmışlardır.

Şu ana kadar görüşlerine yer verilen katılımcıların İslamofobinin etkin olduğu Batılı ülkelerde yaşamalarının, verdikleri cevapları önemli ölçüde şekillendirdiği ifade edilebilir. Ancak katılımcıların büyük bir kısmını oluşturan M Nesline dâhil edilebilecek Türk katılımcıların görüşleri ve İslamofobinin kimlikleri üzerinde ne gibi bir etki oluşturduğu da bu noktada üzerinde durulması gereken bir diğer önemli meseledir. Bu doğrultuda katılımcıların bir kısmı İslamofobiyi öncelikle ve en temelde Batılı ülkelerde yaşayan Müslümanların karşı karşıya kaldıkları bir problem olarak nitelemişler ve onların üzüntülerini paylaştıklarını ifade etmişlerdir (Ahmet, 35, Editör, Türkiye; Hasan, 25, Aktivist, Türkiye).

Bununla birlikte Türkiye'den araştırmaya katılan görüşmecilerin önemli bir çoğunluğu Batı'daki şekliyle olmasa da yaşadıkları bazı problemleri İslamofobi ile ilişkilendirmişler, bu doğrultuda mücadele ettiklerine ve yaşadıkları bu tür olumsuz durumların mücadele güçlerini

artırdığına değinmişlerdir. Özellikle Ayşe'nin maruz kaldığı bu sıkıntılara sekülerleşmemek adına direndiğini ifade etmesi ve İslamofobiyi toplumsal yaşamın dini temelde inşa edilmesine karşı çıkan kesimlerin propagandaları ile ilişkili bir kavram olarak kodlaması, bu noktada üzerinde durulması gereken önemli bir husustur. Diğer görüşmecilerin de bu minvaldeki cevapları incelendiğinde Türkiye'deki görüşmecilerin İslamofobik fiillerin kaynağı olarak seküler çevrelere işaret ettikleri anlaşılmaktadır. Bu durumu self oryantalizmin bir yansıması olarak da okumak mümkündür. Osmanlı Devletinin son dönemlerinden itibaren gelişmeye başlayan ve Cumhuriyet ile daha sistematik bir hale gelen Türkiye'ye özgü modernleşme serüveninin özellikle toplumsal yapı içerisinde bir kutuplaşmayı doğurduğu ifade edilebilir. Bu kutuplaşmanın önemli sonuçlarından biri Batı'daki algıya benzer bir biçimde Türkiye'de de belli kesimler tarafından İslam'ın bir korku unsuru olarak görülmesidir ki görüşmecilerin ifadeleri bu duruma işaret etmektedir (Ayşe, 24, Aktivist, Türkiye; Hasan, 25, Aktivist, Türkiye).

Bu ifadelerle birlikte görüşmecilerden bir tanesinin İslamofobinin küresel çağda yaygınlaşmasının sebepleri üzerine konuşurken sosyal medyanın etkisine dikkat çekmesi de not edilmelidir: "Sosyal medyanın etkilerinin farkında olan biri olarak söyleyebilirim ki; İslamofobinin küresel çağda yaygınlaşması, Müslümanların fikirlerini ve bilinçaltını olumsuz etkiliyor. Biri bir yorumda veya görüşte bulunduğu sosyal medyada paylaşılan içeriklerden etkilenmemek bu çağda mümkün bile değil" (Enes, 21, Twitter Fenomeni, Türkiye).

Sonuç olarak özellikle medya tarafından üretilen klişelerin İslam'a ve Müslümanlara yönelik önyargılara temel oluşturduğu ve M Nesli üyelerinin bu önyargılardan önemli ölçüde rahatsız oldukları görülmektedir. Ancak M Nesli'ni asıl rahatsız eden husus bu önyargıların pek çok toplumsal alanda ayrımcılığı ve ötekileştirmeyi beraberinde getirmesidir. Tüm bu sorunlar aynı zamanda M Nesli'nin kimliğini şekillendirmekte, kendilerine, inançlarına ve başkalarına karşı sorumluluklarını hatırlatmaktadır. M Nesli üyelerinin interneti etkin bir araç olarak kullanmalarının temelinde yatan hususlardan biri de bu sorumluluk bilincidir denilebilir. O halde M Nesli'nin internetle ilişkisine biraz daha yakından bakmak gerekmektedir.

Gündelik Yaşamın Vazgeçilmezi: İnternet ve Sosyal Medya: We Are Social ve Hootsuite (2018) şirketleri tarafından gerçekleştirilen internet, sosyal medya ve mobil kullanım istatistikleri dünya çapında 4,02 milyar kişinin internet kullanıcısı olduğunu, 3,19 milyar kişinin sosyal medya kullanıcısı olduğunu ve 5,13 milyar kişinin de akıllı telefon kullanıcısı

olduğunu ortaya koymaktadır. Bu veriler tüm dünyada internet ve sosyal medya kullanımlarının çok yaygın bir düzeye ulaştığını göstermektedir. Bununla birlikte bu oranın büyük bir bölümünü genç nüfus oluşturmaktadır. Türkiye’de TÜİK (2018) tarafından gerçekleştirilen 2018 yılı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’na göre de % 90,7 oranla 16-24 yaş, % 90,1 oranla da 25-34 yaş arası genç nüfus bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yaygın olduğu gruptur. Dünya üzerinde yaşayan genç nüfusun önemli bir parçası olarak da ifade edebileceğimiz M Nesli için de internet gündelik yaşamın vazgeçilmezlerindedir. Kimliklerini çerçeveleyen unsurlar internet kullanımlarının sınırlarını çizmekle birlikte internet kullanım pratikleri kimliklerini sürekli şekillendirmektedir. İnternet bu nesil için kendilerini her yönüyle ifade etmenin, küresel bir dünya ile her an bağlantı halinde olmanın, kendilerini gerçekleştirmenin ve bir yaşam tarzı ortaya koymanın en etkin yoludur. O halde M Nesli’nin online inanç pratiklerine odaklanan bu çalışmanın öncelikle söz konusu neslin internet ve sosyal medya ile kurduğu ilişkiyi ele alması önem arz eder. Bu doğrultuda öncelikle görüşmecilerin internet ve sosyal medya ile olan ilişkilerini somutlaştıran ilk deneyim hikâyeleri üzerinde durulacaktır. Sonrasında da internet ve sosyal medyanın kendileri için nasıl bir anlam ifade ettiğine ve İslamofobinin günümüzdeki olumsuz etkilerine karşı bu mecraları ne şekilde kullandıklarına odaklanılacaktır. Katılımcılara yöneltilen “İnternet ve sosyal medya ile ilişkiniz ne zaman ve nasıl başladı?” şeklindeki soruya verilen cevaplar içerisinde ilk dikkat çeken husus tüm görüşmecilerin online ortamlarla oldukça erken yaşlarda tanışmalarıdır.

Görüşmecilerden hemen hepsinin bir online arkadaşlık/sosyalleşme geçmişinin olması, Hollie’nin (38, Aktivist, Fenomen, İngiltere) “...kocamla Twitter üzerinden tanıştım”, Enes’in ise (21, Fenomen, Türkiye) “...her geçen gün büyüyen takipçi kitleme kendimi bu ortamda var ediyorum...” şeklindeki ifadeleri bu hususta zikredilebilecek diğer ilginç örneklerdir. Bunlardan hareketle internet ve sosyal medyanın M Nesli için nasıl bir anlam ifade ettiğine dair daha detaylı bir açıklamaya gidilebilir. Yaşlılarıyla benzer bir biçimde M Nesli için de internet bilgi edinme, eğlenme, multimedya imkânlarından yararlanma, mesaj gönderip alma, sosyal ağlarda profiller oluşturma, mal veya hizmet satışı gibi pek çok alanda vazgeçilmez bir araçtır.

Görüşmecilerin ifadelerinde dikkat çeken önemli hususlardan bir diğeri de internet ve sosyal medyayı iş hayatları için bir fırsatlar alanı olarak görmeleridir. İnternet özellikle giyimleri ve yaşam tarzları sebebiyle gündelik hayatta karşılaştıkları ayrımcılıkların üstesinden gelmek, kendi değerleri ve yaşam tarzları çerçevesinde iş ve alışveriş koşulları oluşturmak

için önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Bu noktada özellikle Avrupa ve Amerika'da yaşayan bazı kadın görüşmecilerimiz interneti kendi kıyafet tercihleri için çok geniş ve kolay ulaşılabilir bir pazar olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Sahadaki gözlemlerimiz de bu pazarın gün geçtikçe genişlediğini göstermektedir. Janmohamed'in (2018) ifadeleriyle, dijital ümmetin gelişimi ve M Nesli'nin tüketim mallarına olan ilgisinin tüm yaşam kategorilerinde sürekli gelişen bir çevrim içi ekonomi üretmesi hiç de şaşırtıcı değildir.

İnternet aynı zamanda M Nesli'nin kendini ifade edebildiği, fikirlerini özgürce paylaşabildiği bir alan olması bakımından da kritik bir öneme sahip. Bu çerçevede görüşmecilerin, özellikle yeni medyanın geleneksel medyayı gölgede bırakan yönleri üzerinden kendi etkinliklerine yaptığı vurgu dikkat çekicidir. Her ne kadar mahremiyet ile ilgili bölümde detaylı bir biçimde ele alınacak olsa da görüşmecilerin online ortamlardaki etkinliklerine, özgürlüklerine ve ulaşabildikleri potansiyele yaptıkları bu vurgu kendilerine dair bir özgüvene işaret etmektedir; ancak bu etkinliği sağlamak için uydukları temel kültürel ve araçsal (teknomedyatik) belirlenimler bu etkinliğin bir yanlısamaya dönüşebilme ihtimalini de gündeme getirmektedir. Bu çıkarıma dair tartışmayı çalışmanın ileriki safhalarına bırakarak, M Nesli'nin internet kullanım motivasyonlarına ilişkin bir diğer soruya geçebiliriz.

Daha önce de belirtildiği üzere İslamofobi M Nesli'nin kimliğini şekillendiren temel hususlardan biridir ve internet bahsi geçen motivasyonları derinden etkileyen bir husus olarak ön plana çıkmaktadır. Bu doğrultuda M Nesli'nin internet ve sosyal medyayla ilişkisine odaklanırken bu hususun da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu amaçla görüşmecilere İslamofobinin olumsuz etkilerine karşı internetin ve sosyal medyanın gücünün ne olduğu sorulmuş ve bu doğrultudaki düşünce ve pratiklerine odaklanılmıştır. Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğunun üzerinde durduğu hususlardan ilki medyanın çift yönlü etkisidir. Onlara göre medya, İslamofobinin yaygınlaşmasında olduğu kadar karşı mücadelenin de en etkin araçlarından biridir (Elyas, 44, Aktivist, Editor, ABD; Nancy, 32, Editör, İngiltere).

İnternet ve sosyal medyanın İslamofobinin olumsuz etkilerine karşı bir mücadele alanı olarak anlamlandırılmasına yönelik yukarıdaki ifadelerden en dikkat çekici olanı hiç şüphesiz Ercan'a aittir. Ercan'ın sosyal medyayı bir silahla hatta etki gücü bakımından çok kuvvetli olan atom bombasıyla özdeşleştirilmesi bu mücadele biçiminin altında yatan

motivasyonlara dair ilginç veriler sunmaktadır. İslami terminolojide “düşmanın silahıyla silahlanmak” şeklinde de ifade edebileceğimiz bu yaklaşım, hemen her kesimden Müslümanların medya ile ilişkilerini şekillendiren hususların başında gelmektedir. İlk bakışta gayet etkili bir yaklaşım olarak görünse de bu anlayışın özellikle de medya ile ilişkilerde pek çok sorun ürettiği üzerinde dikkatle durmak gerekmektedir. Bu yaklaşım öncelikle medyanın nötr yani değerden bağımsız bir araç olarak kodlanması anlamına gelmektedir. Hâlbuki her türlü teknik araçta olduğu gibi medya ve özelde internet değerden bağımsız değildir. İçine doğduğu kültür ve değerler sistemiyle şekillenir. Doğası ve özellikleri kendine özgüdür ve bu durum kullanım biçimlerini doğrudan belirleme gücüne sahiptir. Ancak bu durumun genele yaygınlaştırılmayacağını da ifade etmek gerekir. Nitekim görüşmecilerden bir kısmı İslamofobiye karşı online mücadelenin makul ve tutarlı bir üslupla yapılması gerektiğine de dikkat çekmektedir (Rumeysa, 29, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye) .

2. Modern Görsel Kültür, Teknik İletişim Araçları ve Din

Saha araştırması için kurgulanan ana temalardan ikincisinin sunulacağı bu bölümde modern görsel kültür, teknik iletişim araçları çerçevesinde M Nesli'nin online inanç pratiklerine dair düşünce ve motivasyonlarına odaklanılacaktır.

Göz Merkezci Kültürde Görünürlüğün Cazibesi: Modern görsel kültürün göz merkezci pratiklerinin en temel yansıma alanlarından biri de internettir. Yeni medyanın dijitalleşmeyle karakterize olan yönü görsel materyallerin çok daha kolay ve seri bir biçimde üretilmesine olanak tanır. Üretilen bu görsel materyaller multimedya biçimselliği içerisinde ses ve metinlerle birleşir; hipermetinsellik ve yayılım ise ortaya çıkan görselliğin hızla yaygınlaşmasına sebebiyet verir. Bireyselliğin ön plana çıktığı kullanıcı merkezli tecrübe, söz konusu görselliği göz merkezci kültürün sınırları çerçevesinde an be an yeniden üretir. Tüm bu ifadeler internete özgü bir görsellik nosyonunun çerçevesini çizer. Online ortamda sanallıkla ilgili bu yeniden üretim süreci aslında bir inşa sürecidir. Yeni ve farklılaşan bir kimliğin ve dolayısıyla benliğin inşasıdır. Söz konusu inşa sürecinde kimliği belirleyen temel hususlardan biri görünürlüktür. Görünürlük kendini ifade etmenin, başkalarıyla iletişim kurmanın ve belki de var olabilmenin bir kanıtı haline gelir. Gündelik gerçeklik zaman zaman bazı zihinlerde online ortamlarda var olmakla eşitlenir. Buradaki temel husus bakışı ve beni merkeze alan var olma biçiminin internete özgü bir görsellik nosyonuyla şekillenmesidir. Bu doğrultuda görüşmecilere öncelikle “sosyal medya

ortamlarında görünür olmak Müslüman kimliğinizin tanıtımı ve temsili açısından ne ifade ediyor?” şeklinde bir soru yöneltilmiş, internet ortamında nasıl var olduklarına geçmeden önce neden orada var olmak istediklerine yani motivasyonlarına dair verilere ulaşmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda görüşmecilerin bir kısmının internet ve sosyal medyayı bir temsiliyet ve ifade alanı olarak gördüğü kaydedilmiştir (Mariam, 27, Blogger, Kanada).

Mariam’in internet ve sosyal medyayı kendini ifade edeceği bir araç olarak görmekle birlikte aynı zamanda yeni ilişkiler kurmak, ağlar oluşturmak ve bilgiye erişmek için de vazgeçilmez bir zemin olarak kullandığına yönelik bu açıklamaları, online dünyayı bir yaşam alanı olarak kodladığı anlamına gelir. Ancak bu, gerçek dünyadan kopuk yüksek düzeyli simülatif bir tecrübe değildir. Online ortamlarda var olma saikleri her ne kadar offline dünyada karşılaşılan birtakım sorunlar ve eksikliklerle ilgili olsa bu yeni ortamın sunduğu imkânlar offline yaşamın sınırlarını daraltan bir düzeye de ulaşabilmektedir.

Görüşmecilerden elde edilen veriler her birinin interneti ve sosyal medyayı bir temsiliyet ve ifade alanı olarak görürken belli gerekçeleri ön plana çıkardığını göstermektedir. Örneğin Hasan (25, Aktivist, Editör, Türkiye) insanın olduğu her yerde Müslümanların da bir şekilde olmaları gerektiğini ifade ederken, Aykut (23, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye) sosyal medyanın bir vitrin olduğunu ve Müslümanların da burada bulunarak kötü örnekler karşısında olumlu örnekler olarak temsil edilmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Salih (26, Editör, Türkiye) ve Mustafa (37, Eğitimci, Aktivist, Türkiye) ise benzer bir gerekçeyi biraz daha öteye taşıyarak online ortamdaki mevcudiyetlerinin Müslümanları cesaretlendirecek ve onlara yalnız olmadıklarını hissettirecek bir fiil olduğuna dikkat çekerken Elyas (44, Aktivist, Editor, ABD) bu mecralarda bulunmayı bir meydan okuma olarak kodlamıştır.

Görüşmecilerin sunduğu cevaplar içerisinde belki de en ilginç Ahmet’e (35, Editör, Türkiye) aittir. Sosyal medyanın görünürlüğü önceleyen yapısına vurgu yapan Ahmet bu durumun İslami hassasiyetlerin kaybına yol açacak sonuçlar ürettiğine işaret etmiştir. Ahmet’in bu ifadeleri, sahadan verilerle desteklediğimiz, online ortamların değerden bağımsız olmadığı ve kendi kültürel gerçekliğini dayattığı şeklindeki ifadelerimizle örtüşmektedir. Yine, Ahmet’in “görünür olmanın benim için bir anlamı yok. Ancak nefsin bunu arzuladığını eklemem gerek” şeklindeki ifadesi sosyal medyada görünürlüğün cazibesini ortaya koyan bir tecrübeyi yansıtması bakımından önemlidir.

Öte yandan sosyal medyada bir Müslüman olarak yer almanın aslında bir benlik inşası süreci olduğunu ve söz konusu inşa sürecinin kişisel niyetlerle internet kaynaklı belirlenimler arasında şekillendiğini ortaya koyan birtakım ifadeler de değinmek önem arz eder. Ayşe'nin (24, Aktivist, Türkiye) "Müslüman ve dinin belirli ölçütlerine dikkat etmeye çalışan bir sosyal medya profili çizmeye çalışıyorum. Bu önemli. Hatta başı açık arkadaşlarımdan bazı dini/ahlaki paylaşımlarıma beğeni geldiğinde çok mutlu hissediyorum" şeklindeki ifadesi kimliğini ortaya koyma çabasının gelen beğenilerle teşvik edildiğine dair ilginç bir örnektir. Ayrıca Ahmad'ın (36, Aktivist, Blogger, Almanya) "öteki yandan daha çok dava sahibi bir Müslüman olarak algılanmak istiyorum. Bunu başarıyor muyum, şu an bilmiyorum" şeklindeki ifadeleri de sosyal medyada algılanmak istediği şekliyle bir kimlik inşa etme çabasında olduğunu ortaya koymaktadır.

Eğlence, Şöhret ve Tüketim Kısacasında Gösteri ve İnternet: Gösteri, modern dünyada gündelik hayatın tüm katmanlarına sirayet eden, sekülerleştirici potansiyele sahip bir ideoloji olarak işlev görür. Debord'un (1996) çok daha soyut ve genel bir kavram olarak ortaya koyduğu gösteri; görüntülerin, ürünlerin ve sahnelenmiş olayların üretimi ve tüketimi çerçevesinde şekillenmiş bir medya ve tüketim toplumunu tasvir etmektedir. Kellner ise medya gösterisine dair örneklerle odaklandığı çalışmasında Debord'un mirasından hareketle gösterinin günümüzde nasıl üretildiğini, yayıldığını ve işlediğini somut örnekler üzerinden ortaya koymaktadır (2013, s. 21). Ancak Kellner'in bu çalışması temelde geleneksel medyada yoğunlaşan gösteri mantığına odaklanmaktadır. İnternete gelindiğinde ise, henüz bu doğrultudaki çalışmaların yeni yeni şekillendiği görülmektedir. İnternet teknolojik olarak her ne kadar pek çok yeniliği içerisinde barındırsa da taşıdığı ve içinde işlediği kültür ile geleneksel medyadan devraldığı mirası devam ettirmektedir (Çakır, 2015, s. 99). Popüler niteliğe sahip ürün ve içeriklerin yaygınlaştırılması; eğlenceye dayalı yayıncılığın, tarihsizleştirici, belleksizleştirici bir içerik ve haber anlayışının etkinliği; şöhreti ön plana çıkartan ve magazinden beslenen bir yaşam algısının yoğunluğu internetin geleneksel medyadan devraldığı temel gösteri niteliklerinden yalnızca birkaçıdır (Çakır, 2015, s. 110). İnternetin ayırıcı özelliği ise söz konusu mantığı küre çapında benzeri görülmemiş bir biçimde yaygınlaştırmasıdır. Bu doğrultuda çalışmamızın bu başlığında M Nesli'nin online inanç pratiklerine dair saha verileri, gösteri mantığının temel niteliklerinden eğlence, şöhret/magazinellik ve tüketim çerçevesinde ele alınacaktır.

Bu çerçevede katılımcılara öncelikle izlenmek ve takip edilmek için ne gibi hususları göz önünde bulundurdıkları sorulmuştur. Bu soruya

görüşmecilerin önemli bir kısmı gösteriyi ve gösteriş kültürünü destekleyen, popülariteyi öne çıkartan cevaplar vermişlerdir. Katılımcı görüşlerinin hemen hepsi, içerik üretiminde izlenmenin, takip edilmenin ve bunun getirdiği popülaritenin ne kadar etkili olduğunu gözler önüne sermektedir. Renk, kalite, fotoğraf, ilgi çekicilik ve eğlendirici içeriklerle birlikte gelen popülaritenin, özü yani mesajı (bu dini bir mesaj da olabilir) belli ölçülerde aşması ve sönükleştirmesi ise bu durumun çoğu kez fark edilmeyen sonuçları arasındadır. Nitekim Çamdereli'nin (2018, s. 25) medyada yer alan dinin daha başlangıçta medyatik bir din olmak bakımından (ya da medyatik kurguya adapte olmak bakımından) yüzeyselleştiği savı bu durumu tespit etmesi bakımından önemlidir.

Süleyman'ın (33, Eğitimci, Aktivist, Türkiye) “alışılmışın dışında, kısa içeriklerle bilgi aktarımına dikkat ederim” şeklindeki ifadesi ise sosyal medya kültürünün bir diğer özelliğine işaret etmektedir. Başta üretilecek içeriklere karakter sınırı çizen Twitter olmak üzere sosyal medya araçlarının çoğunda paylaşılan içeriklerin kısa olması çok sık rastlanan bir durumdur. Haberlerin yalnızca başlıklar şeklinde yer alması; uzunca okunması gereken yazılarla film, belgesel, ders vb. gibi video içeriklerinin en vurucu ve dikkat çekici yerlerinin kırpılarak sunulması ilk anda akla gelen örnekler arasındadır. Bu durum sosyal medyanın her türlü içeriğin hızla tüketilmesi şeklinde işleyen ve bu yolla çok geniş bir içerik arzına sebebiyet veren; derinliği, özgünlüğü ve zihinsel çabayı gerektirmeyen mantığını yansıtmaması bakımından ilginçtir. Burada belirleyici olan husus içerikten ziyade söz konusu içeriğin nasıl sunulduğudur.

Görüşmecilere yönelttiğimiz, sosyal medyada paylaşımında bulunurken nelere dikkat ediyorsunuz şeklindeki sorunun hemen ardından bu soruyu biraz daha ileri taşıyarak ürettikleri içeriklerin eğlendirici ve neşeli olmasını ne kadar önemsediklerini öğrenmek istedik. Bu doğrultuda görüşmecilerin bir kısmı üretilen içeriklerin neşeli ve eğlendirici olmasının çok önemli olduğuna dikkat çekmiş, internet ortamının doğası gereği eğlenceyi ön plana aldığını vurgulamıştır. Aynı zamanda takip edilmenin ve popülarlığın eğlenceli olmaktan geçtiğine işaret eden bazı görüşmeciler, bu noktada takipçilerinin beklentilerini önemsediklerini ifade etmişlerdir (Hasan, 24, Aktivist, Editör, Türkiye; Enes, 21, Twitter Fenomeni, Türkiye).

Yukarıda ifadelerine başvurduğumuz katılımcılardan bir kısmı, diğer katılımcıların da içeriğin eğlendirici olması yönündeki ifadelerine benzer bir biçimde eğlendirici içeriği önemsediklerini belirtmiş; ancak bunun gerekçesi olarak İslam'la ve Müslümanlarla ilgili olumsuz algıya işaret etmişlerdir

(Hollie, 38, Aktivist, Fenomen, İngiltere; Mustafa, 37, Eğitimci, Aktivist, Türkiye). Bu ifadeler özellikle diasporada yaşayan genç Müslümanların veya sonradan Müslüman olan gençlerin kendilerini ifade ederken İslam'a ve Müslümanlara yönelik toplumsal algıyı ne kadar önemsediklerini gözler önüne sermektedir. Bu durum söz konusu paylaşımlarda, komplekse dayalı kendini kanıtlama çabasının ön plana çıkmasına, dışlanmamak adına mevcut kültürel kodların belli ölçülerde kabullenilmesine sebebiyet vermektedir.

Görüşmecilerimizden Mehmet (30, Fenomen, Türkiye) ise insanların eğlendiği, streslerinden uzaklaştığı bir ortam olarak tanımladığı sosyal medyanın eğlenceyi merkeze alan yapısına işaret etmiş, İsmail (26, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye) de gerçek olduktan sonra içeriğin ne şekilde sunulduğunun önemli olmadığına dikkat çekmiştir.

Görüşmecilerin dini müzikle uğraşan isimlere ve moda ikonlarına dair yorumlarına gelindiğinde, M Nesli'nin kendi içindeki çeşitliliğiyle paralel bir tablo ortaya çıkmaktadır. Abartılı övgüden çok sert eleştiriye kadar çeşitlilik gösteren ifadelerin ilginç yönü M Nesli'nin sosyokültürel gerçekliğine ve gündelik yaşamlarına dair önemli ipuçları sunmasıdır. Örneğin Raphael (24, Aktivist, Editör, ABD) söz konusu şöhretleri harika bulduğunu ifade etmiş ve onları İslamofobi ile mücadelenin önemli bir unsuru olarak değerlendirmiştir.

Görüşmecilerin diğer bir kısmı ise başta İslami moda olmak üzere sorunlu gördükleri sosyal medya fiillerini özellikle genç nesiller çerçevesinde ele almışlar; söz konusu gençlerin bu olumsuzluklardan en çok etkilenen grup olduğuna vurgu yapmışlardır. Örneğin sosyal medyanın sahip olduğu etki gücüyle özellikle gençler arasında şöhretin kolay erişilebilecek bir şey olarak değerlendirilmesine vurgu yapan Sevinç (25, Grafiker, Editör, Türkiye) Instagram ile birlikte yayılan muhafazakâr modacların (görüşmecinin ifadesi) gençler arasında bir furya oluşturduğuna işaret etmektedir. Şevinç'e benzer bir biçimde sosyal medyanın rolüne vurgu yapan Ahmet (Editör, 35, Türkiye) ise meseleyi arz talep çerçevesinde ele almış ve son kertede ortaya çıkan durumun, dini motifler taşıyan seküler bir olguya dönüştüğüne vurgu yapmıştır.

Sevinç'in, özellikle fenomenlerin tüketim pratiklerinin takipçilerinde oluşturduğu yetersizlik/eksiklik hissine ve çeşitli ortamlarda dile getirilen "şu blogger giymiş ben de aldım" şeklindeki ifadelerle yaptığı vurgu, rol modellerin M Nesli'nin ürün ve hizmetlere yönelik motivasyon ve tutumlarının belirlenmesinde ne kadar etkin olduğunu ortaya koymaktadır. Yine kendi ifadesiyle modern muhafazakâr ve radikal olarak tanımladığı

bireylerin tüketim pratikleri bakımından benzer özelliklere sahip olduğuna dair vurgu da sosyal medya kültürünün farklılıkları kendi potasında eritebilme veya sosyal medyanın tüm farklılıkları kendi kültürel zeminine çekerek izafileştirebilme potansiyeline işaret etmesi bakımından önemlidir.

Özgürlük ve Mahremiyet Algısı Çerçevesinde Gözetimin Değişen Boyutları: Bu doğrultuda görüşmecilere öncelikle İslami etkinlikleri çerçevesinde sosyal medyayı nasıl yorumladıklarına, bu mecraları bir fırsat olarak görüp görmediklerine, sosyal medyanın bu etkinliği kısıtlayan yönlerine ve değişen mahremiyet anlayışlarına dair sorular yöneltilmiştir. Görüşmecilerimizden Mariam (27, Aktivist, Editör, Blogger, Kanada) sosyal medyayı İslam'ın ve Müslümanların imajı açısından bir fırsat olarak değerlendirmiş ve bunu birtakım gerekçelere dayanarak ifade etmiştir.

Mariam'ın bu ifadeleri kullanıcı etkinliğine vurgu yapması bakımından önemlidir. Ancak bu etkinliğin hangi çerçevede gerçekleştiği hususu, üzerinde durulması gereken bir problemdir. Gerek bireysel gerekse de kurumsal benliklerin inşası sürecinde idealize edilmiş performansların sunulduğu görünürlükler alanına gönüllü bir biçimde dâhil olmak, gözetimin sınırlarını genişleten bir durum olmanın yanında sunulmak istenen mesajı da etkileme potansiyeline sahiptir. Nitekim Müslümanların sosyal medyada aktif şekilde yer almasını bir fırsat olarak gören Rumeysa (29, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye) öte yandan bu fırsatı olumsuz yönde değerlendirenlerin de var olduğuna dikkat çekmektedir.

Sevinç (25, Grafiker, Editör, Türkiye) de Rumeysa'ya benzer bir biçimde sosyal medyanın Müslümanların imajı için etkin bir araç olarak kullanılabileceğini vurgularken İslam'ı ve Müslümanları temsil eden genç Müslümanların olumsuz fiilleri üzerinden bir sosyal medya fıkına duyulan ihtiyacı ortaya koymuştur. Bu ifade özellikle genç Müslümanların kendilerini ne şekilde yönlendireceğini bilmedikleri bir ortamda bulduklarına, klasik bir fıkıh tanımından hareketle sosyal medyada "lehlerine ve aleyhlerine olacak durumlar hakkında bilgi sahibi olmadıklarına" dair kaygıya işaret etmektedir. Nitekim bu kaygı, devam eden cümlelerde sosyal medyanın tarafsız olmadığına yapılan vurgu ile pekiştirilmiştir.

Yukarıdaki ifadeler görüşmecilerin büyük bir kısmının kendi inançlarını ifade etmek ve olumlu bir Müslüman imajı oluşturmak bakımından sosyal medyayı bir fırsatlar dünyası olarak gördüklerine işaret etmekle birlikte bu mecralardaki mevcut durumdan pek de memnun olmadıklarını göstermektedir. Ancak online ortamlar tam da görüşmecilerin olumsuz olarak ifade ettiği tutum ve davranışları besleyen bir ortam olarak

işlev görmektedir. Bu durum sosyal medyanın içinde barındırdığı belirlenimlerin kullanıcıları kendi niyetlerinin ötesine taşıyabilecek bir biçimde etkileme potansiyelini açığa çıkartmaktadır.

Kullanıcı etkinliği ve özgürlük algısına dair soruların hemen ardından gözetim olgusuyla ilişkilendirilen mahremiyete ilişkin düşünce ve izlenimlerini öğrenmek amacıyla katılımcılara; “dini yaşantınıza dair fotoğraf, video ve benzeri paylaşımlarda bulunmanın bir mahremiyet sorunu olduğunu düşünüyor musunuz?” şeklinde bir soru yönelttik. Çalışmanın teorik kısmında da ifade edildiği üzere sosyal medyada var olabilmenin bedeli olarak kişisel birtakım bilgilerin gönüllü olarak görünür hale getirilmesi, görünürlük kültürüne adapte olmak adına kimlik ve bedene dair mahremelerin aşikâr edilmesi, artan görünürlüğün eşanlı bir şekilde online dikizleme kültürünü meydana getirmesi ve kişisel bilgilerin tüketim kurgusuna veri sağlayacak şekilde kullanılabilmesi, online ortamlardaki mahremiyet algısına dair önemli soru(n)ların gündeme gelmesine sebebiyet veren durumlardan yalnızca birkaçıdır. M Nesli özelinde ise özellikle beden gösterilmesine dair İslami ilkelerin sınırlayıcılığı ile gösteriş, riya ve benzeri kavramlarla somutlaşan İslami değerlerin bağlayıcılığı çerçevesinde mahremiyet algısının online ortamlarda nasıl bir dönüşüme uğradığı bir başka önemli soru olarak gündeme gelmektedir. Ancak çalışmanın bu bölümünde özellikle dini yaşantının alenileştirilmesi çerçevesinde M Nesli'nin mahremiyet algısına odaklanılacaktır. Bu bağlamda görüşmecilerin bir kısmı dini yaşantıya ve özellikle ibadetlere dair paylaşılan içerikleri riya yapmakla ilişkilendirmişlerdir (Ahmad, 36, Aktivist, Blogger, Almanya).

Ayrıca yaygın şekilde rastlandığı üzere görüşmeciler online ortamlarda karşılaştıkları sorunlu örneklerin eleştirisi üzerinden kendi mahremiyet görüşlerini ifade etme yoluna gitmektedir. Bu durum ise sosyal medyanın mahremiyet algısını dönüştürücü etkisi hakkında yaygın bir olumsuz kanaatin olduğunu göstermektedir.

Online ortamlarda mahremiyete dair sorunlu örnekler üzerinden izlenimlerini paylaşan, dini yaşantılarına dair birtakım fillerin alenileştirilmesini; gösteriş, riya ve ihsan kavramları üzerinden sorgulayan görüşmecilerin yanı sıra, söz konusu fillerin mahremiyet sorunu oluşturmadığını ifade eden ya da gösterişe mahal vermediği müddetçe bunların paylaşılmasının bir sorun oluşturmayacağını, hatta tam aksine teşvik edici bile olabileceğini düşünen katılımcılar da bulunmaktadır (Tarık, 26, Twitter Fenomeni, Türkiye; Elyas, 44, Aktivist, Editor, ABD).

Tüm bu açıklamalar M Nesli'nin çeşitli niyetlerle online ortamlara

eklemlendiğini, bu süreçte niyetlerin önemli ölçüde belirleyici olduğunu; ancak aynı zamanda sosyal medya kültürünün bazı durumlarda niyeti aşan bir noktada söz konusu içerikleri M Nesli için bir mahremiyet problemi haline getirdiğini göstermektedir.

M Nesli'nin Din Algısı ve Temsil İle Gerçeklik Arasında Popülerleşen Müslüman İmajı: Bu çerçevede görüşmecilerin büyük bir bölümü internet ve sosyal medya aracılığıyla popülerleşen kişilerin rol model olarak alındığına ve bu durumun özellikle gençleri, dini konularda popülerleşen bir algının sınırları içerisine ittiğine değinmiştir. Nancy (32, Editör, İngiltere) de özellikle küçük çocukların ve gençlerin sosyal medyada popülerleşen rol modellerle benzerlik kurma girişimlerinin psikolojileri üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğuna vurgu yapmıştır. Görüşmecilerin önemli bir kısmı da sosyal medyada popüler olan kişilerle birlikte popülerleşen birtakım algılara ve davranış tarzlarına da vurgu yapmışlardır. Örneğin Ayşe (24, Aktivist, Türkiye) sosyal medya fenomenlerinin kolay yoldan şöhret olmanın yollarını sunmak bakımından gençleri etkilediklerini vurgulamış; Sevinç (25, Grafiker, Editör, Türkiye) de rol modellerin konuşma tarzlarının ve hatta kendini ifade etme biçimlerinin gençleri önemli ölçüde etkilediğine işaret etmiştir.

Genç Müslümanların yaşam tarzları ve din algıları üzerinde etkili olduğu görüşmeciler tarafından vurgulanan bir diğer husus ise helal romantizmdir. Özellikle genç Müslümanların akran iletişimlerini ve karşı cinsle etkileşimlerini önemli ölçüde şekillendiren ve aynı zamanda belirli tüketim pratiklerini de üreten helal romantizm kavramı, sosyal medyada yaygınlaşan seküler ilişki biçimlerinin dini semboller yoluyla helal bir daireye taşınabileceğine dair inancı barındıran sosyallikleri imlemektedir. Dini içerikli kavramlarla ya da “helal aşk” imalı görsellerle bezenmiş bu paylaşım türünü, “M Nesli üyelerinin dini temalarla çerçevelenmiş romantizmlerini kamuya açma ihtiyacı olarak okumak mümkündür” (Dereli, 2020, s. 194).

Diğer taraftan görüşmeci ifadeleri sosyal medyada üretilen popüler dindarlık anlayışlarının M nesli içerisinden de önemli tepkiler gördüğünü ortaya koymaktadır. Bu tepkiler ise temelde İslam'ın özünün zedelendiği noktasında düğümlenmektedir.

3. Topluluk, Otorite, Kimlik ve Ritüel Özelinde Online İnanç Pratikleri

Çalışmanın üçüncü ana temasının alt kategorilerle birlikte ele alınacağı bu bölümde öncelikle M Nesli'nin online topluluğa/cemaate dair fikirleri ümmet tasavvurları çerçevesinde ele alınacak, sonrasında ise otorite,

kimlik ve ritüeller bağlamında online inanç pratiklerine odaklanılacaktır.

M Nesli'nin Ümmet Tasavvuru: Online/Dijital Ümmet: Çalışmanın bu başlığında M Nesli'nin online topluluk fikrine dair düşünceleri ve motivasyonları online ümmet ya da dijital ümmet olarak da ifade edilebilecek ümmet fikri çerçevesinde ele alınacaktır. Nitekim Janmohamed'e göre M Nesli üyelerini ön plana çıkartan en temel hususlardan biri, küresel Müslüman ulus olarak da tanımlanabilecek ümmet nosyonunu çok ileri bir noktaya taşımalarıdır ve tarih boyunca her ne kadar ümmet kavramının çok güçlü bir etkisi olsa da internet çağına kadar Müslümanların birbirleriyle gerçek bağ kurduğu bir ümmet hayali gerçekleşmemiştir (2018, ss. 58-60). Özellikle M Nesli'nin Batılı ülkelerde yaşayan mensuplarının online ortamlardaki etkinliği göz önünde bulundurularak ortaya konan bu iddiayla birlikte söz konusu Müslümanların içerisinde yaşadıkları sosyolojik gerçekliği de göz önünde bulundurmak önem arz etmektedir. Özellikle Avrupa ve Amerika'da yaşayan göçmen ailelerin çocuklarının ya da sonradan Müslüman olan gençlerin interneti ümmet fikri çerçevesinde kullandıklarına dair pek çok görüşmeci ifadesine rastlamak mümkündür (Nancy, 32, Editör, İngiltere; Rumeysa, 29, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye).

Ayrıca internet ve sosyal medya, marjinal olduklarını hissedilen Müslümanlar için de kendilerini ifade edebilecekleri bir alan sunmakta ve onlar gibi düşünen Müslümanlarla bir bağ kurabilmenin imkânlarını genişletmektedir. Nitekim görüşmecilerimizden Raphael (24, Aktivist, Editör, ABD) interneti kendi marjinal kimliğini ifade etmek ve bu çerçevede topluluklar kurmak için önemli bir fırsat olarak görmektedir.

Sonuç olarak internetin ve sosyal medyanın sunduğu bazı imkânlar sebebiyle araçsallaştırılmasının ümmet fikrini belli ölçülerde destekleyecek plan, proje, yardım, etkileşim, haberdar olma ve benzeri faaliyetlerin gerçekleşmesi bakımından faydalı olduğu görülmekle birlikte; ümmet olma bilincinin çok daha fazlasını gerektirdiği düşüncesinin vurgulandığı da ifade edilmelidir (İsmail, 26, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye; Süleyman, 33, Eğitimci, Aktivist, Türkiye)

M Nesli'nin Online Bilgi Edinme Süreçleri ve Otoritenin Değişen Görünümleri: Bu bağlamda çalışmanın bu başlığı altında görüşmecilerin, dini bilgi arama/edinme sürecinde interneti ve sosyal medyayı ne ölçüde kullandıklarına ve söz konusu kaynaklara ne kadar güvendiklerine yönelik yanıtları üzerinden online dini otoriteye dair deneyimlerine ve izlenimlerine yer verilecektir. "Dini bilgi arama/edinme süreçlerinde internetten ve sosyal medyadan ne ölçüde faydalaniyorsunuz?" şeklindeki ilk soruya verilen

cevaplar genel hatlarıyla incelendiğinde görüşmecilerin dini bilgi arama süreçlerinde arama motorlarını kullandıklarına yönelik vurguları dikkate değer görülmektedir. Bu durum görüşmecilerin söz konusu süreçlerde sosyal medya platformlarından ziyade arama motorlarının yönlendirdiği internet kaynaklarından faydalandıklarını ortaya koymaktadır.

Görüşmecilerin büyük bir çoğunluğu bilgi arama/edinme sürecinde interneti yoğun şekilde kullandığını belirtirken, onun belli özelliklerine vurgu yapmıştır. Örneğin Mustafa (37, Eğitimci, Aktivist, Türkiye), arama motorlarının ihtiyaç duyduğu bilgiyi bir tıkla önüne getirmesi üzerinden enformasyonun hızlı ve kolay erişilebilirliğine işaret etmiştir ki görüşmecilerin önemli bir bölümü benzer görüşler öne sürerken aslında aynı zamanda kendi kullanım pratiklerinin ardında yatan temel saikleri de ortaya koymaktadır.

Görüşmecilerin bir kısmının bahsi geçen internete dair nitelikler sayesinde artık kitaplara ihtiyaç duymadığını ifade etmesi bu noktada not edilmesi gereken önemli bir diğer husustur. Kitapların temel geleneksel bilgi kaynaklarından ve otoritelerden biri olduğu düşünüldüğünde internetin otoriteleri aşındıran bu yapısına yapılan vurgu ayrı bir önem kazanmaktadır.

Diğer taraftan internet, geleneksel bilgi kaynakları olarak somutlaşan otoritelerin de kendi bünyesine aktarılmasına olanak tanıyan yapısıyla geleneksel otoriteleri online ortamlarda yeniden inşa etme potansiyeline sahiptir. Nitekim görüşmecilerimizden Ahmad (36, Aktivist, Blogger, Almanya) ve Ayşe (24, Aktivist, Türkiye) online ortamlara aktarılan e-kitaplar üzerinden internet kaynaklarını bilgi arama/edinme süreçlerinde yoğun bir biçimde kullandıklarını belirtmektedir. Bu ifadeler alanında otorite olarak kabul edilen kitaplar gibi geleneksel bilgi kaynaklarının da online ortamlara yaygın bir biçimde aktarıldığına vurgu yapması bakımından önemlidir.

Online ortamlarda otoritenin dönüşümüne dair ipuçları sunan en ilginç örnekler Hasan (25, Aktivist, Editör, Türkiye) ve Salih'e (Salih, 26, Editör, Türkiye) aittir. İslami içerikli paylaşımlarıyla ön plana çıkan ve büyük takipçi kitlesine ulaşan görüşmecilerimiz, takipçileri tarafından kendilerine ilmihalden inançla ilgili/akidevi meselelere kadar her türden İslami sorunun yöneltildiğini ifade etmektedirler. Bu ifadeler söz konusu sayfa sahiplerinin geleneksel otoritelerle birlikte yeni mikro otorite biçimleri olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Özellikle gençlerin neden bu sayfa yöneticilerine başvurduğu sorusuna gelindiğinde ise Hasan'ın "İnsanlar bizimle bir bağ kuruyorlar" ve "Kendilerini bize hem uzak hem yakın gördükleri için bu

soruları rahat soruyorlar” şeklindeki cümleleri ön plana çıkmaktadır. Bu durum ayrıca mesafeli karşılıksız yakınlık fikrine gönderme yapması bakımından da önemlidir.

M Nesli'nin Kimlik Havuzu: İnternet ve Sosyal Medya: Bu bölümde görüşmecilere öncelikle “İnternet ve sosyal medya dini yaşamınız için ne ifade ediyor?” şeklinde bir soru yöneltilmiş, bu soru üzerinden dini kimlikleri çerçevesinde interneti araçsallaştırma biçimleri sorgulanmıştır. Bu sorunun hemen ardından ise, internette ve sosyal medyada ortaya çıkan farklı anlayışlara dayanan dini çeşitliliğin M Nesli'nin dini kimliğine etkisine odaklanan katılımcı görüşlerine yer verilmiştir.

Görüşmecilerin dini kimlikleri çerçevesinde interneti ve sosyal medyayı araçsallaştırma eğilimlerine dair dikkat çeken hususlardan ilki dini kimlikleri çerçevesinde karşılaştıkları birtakım sorunları aşmak amacıyla online mecraları kullanmalarıdır (Raphael, 24, Aktivist, Editör, ABD). Katılımcıların internetin ve sosyal medyanın olumsuz etkilerine yönelik gözlemleriyle destekledikleri kaygıları bu araçları dini niyetlerle araçsallaştırmalarının yanında dini kimliği olumsuz anlamda etkileyen bir araç olarak da gördüklerine işaret etmektedir. Bu çerçevede görüşmeciler dini kimliklerinin gerektirdiği birtakım sorumlulukların aksatılmasına sebep olacak hususlarda internete eleştirel bir bakışla da yaklaşmaktadırlar. Söz konusu ifadeler görüşmecilerin genel hatlarıyla kendilerine ve diğer bireylere yönelik gözlemleriyle şekillendiğinden, internetin M Nesli tarafından zaman zaman dini kimliği tehdit eden bir araç olarak da görüldüğü öne sürülebilir.

Görüşmecilerin ifadelerinde ayrıca özellikle gençleri ve yetersiz din eğitimine sahip olan kişileri daha çok etkileyeceği düşünülen olumsuz yansımaların neler olduğuna dair cevaplar da bulmak mümkündür. Bu doğrultuda İsmail (26, Etkin Sosyal Medya Kullanıcısı, Türkiye) “bu durumun insanları şüpheye düşürdüğüne inanıyorum”, Süleyman (33, Eğitimci, Aktivist, Türkiye) “zihinlerde kirliliğe sebep oluyor”, Ercan ise (33, Twitter Fenomeni, Türkiye) “tutarlı bir din anlayışına engel oluyor” şeklinde ifadeler kullanmıştır. Hasan (25, Aktivist, Editör, Türkiye) ise dışarıdan böyle olumsuz bir durumu müşahede eden bazı kişilerin dinden soğuduklarına ve hatta ateizme, deizme ya da agnostisizme kayabildiklerine işaret etmiştir.

Tüm bu ifadeler özellikle gençlerin interneti ve sosyal medyayı dini niyetlerle araçsallaştırma süreçlerinde söz konusu mecraların etkisine açık olduklarını ve bu durumun gençlerin dini kimliği üzerinde önemli etkiler uyandırdığını göstermektedir. Bu etkilerin belki de en önemlisi dini

kimliklerin akışkan bir karaktere bürünmesidir. “Buradaki akışkanlık, offline hayatla online dünya arasında sürekli gelgitler yaşayan bireylerin her iki uzamdaki geçişken dünyasına atıfta bulunduğu kadar siber uzamın zaman, mekân ve bedene dair getirdiği yeni boyutların, gündelik hayattaki dinî kimliklerle büyük ölçüde örtüşen ama ondan bir nebze de farklılaşan dinî kimlikleri açığa çıkarttığına işaret etmektedir (Dereli, 2019, s. 108).

M Nesli ve Dolayımlanmış Ritüeller: Pratik, Duygu ve Motivasyon: Bu bölümde görüşmecilerimize öncelikle “sosyal medya araçları, mobil uygulamalar ve genel olarak internetin hatim, zikir, dua gibi ibadetlerinizi gerçekleştirmenizdeki rolü nedir?” şeklinde bir soru yönelttik. Soruyu cevaplayan görüşmecilerimizin neredeyse tamamı yukarıdaki ifadelerimizi destekler bir biçimde ibadetleriyle ilişkili en az bir mobil uygulama kullandığını ifade etmiştir. Görüşmecilerin büyük bir kısmı online ritüelleri deneyimlerken diğer bazı katılımcıların, her ne kadar yaygın bir kullanıma sahip olduğunu gözlemleseler de pek kullanmadıklarını ifade etmeleri, bu davranış biçimlerinin ardında yatan motivasyonları merak konusu haline getirmektedir. İlk görüşmecilerin zikrettikleri uygulamaları kullanma gerekçelerine bakıldığında özellikle ibadetler için gerekli olan birtakım materyallere daha kolay erişebilmek ya da ibadeti daha kolay bir biçimde gerçekleştirebilmek gibi somut bir faydaya dikkat çektikleri görülmektedir. Bununla birlikte Hollie’nin (38, Aktivist, İngiltere) bir ibadeti deneyimlemek noktasında yaşadığı bazı sınırlamaları aşmasına imkan sağlaması bakımından online ibadetlere dikkat çekmesi de not edilmelidir.

Temelde görüşmecilerin pratiklerine odaklanan tüm bu ifadelerin yanı sıra online ritüellere dair duygu ve motivasyonlarını daha iyi anlamak açısından görüşmecilerimize “Dini duygu ve motivasyonunuz açısından geleneksel ibadet biçimleri ile online dini pratikler arasında ne gibi farklılıklar görüyorsunuz?” şeklinde bir soru yönelttik. Bu noktada görüşmecilerimizin önemli bir kısmı özellikle mobil uygulamalar yoluyla gerçekleştirdikleri ritüelleri kolaylık bakımından sıklıkla deneyimlediklerine; ama hissiyat noktasında daha zayıf bir duygusal deneyim yaşadıklarına vurgu yapmışlardır (Nancy, 32, Editör, İngiltere; Elyas, 44, Aktivist, Editör, ABD; Sevinç, 25, Grafiker, Editör, Türkiye).

Sonuç ve Değerlendirme

Araştırma sahasına yönelik gözlemler ve 20 katılımcıyla gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda M Nesli’nin kendi inançları çerçevesinde, medya alanının simgesel kaynaklarıyla nasıl ilişkilendikleri ve bu ilişkinin inanç pratikleriyle ilgili motivasyon ve düşüncelerini nasıl

etkilediğine dair önemli birtakım sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın önemli sorularından biri olan M Nesli'nin kimliğini şekillendiren temel unsurların neler olduğu ve bu unsurların onların online inanç pratiklerinin şekillenmesine etkisi, elde edilen sonuçlar arasında önemli bir yer tutmaktadır. Buna göre ailelerinden edindikleri ve sosyal etkileşimler yoluyla sürekli geliştirdikleri farklılaşan İslam anlayışlarıyla modern toplumsal koşullarda yaşamlarını devam ettirmeleri, M Nesli üyelerinin kimliklerini şekillendiren en temel husustur. Bu temel çıkarımı, Batı toplumlarında yaşam süren genç Müslümanlarla, Türkiye özelinde ele aldığımız, halkının büyük bir çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde yaşayan gençleri ayrı ayrı değerlendirerek somutlaştırmak yerinde olacaktır.

Bulgular M Nesli'nin Batı toplumlarında yaşam süren üyelerinin büyük bir çoğunluğunun göçmen ailelerin çocukları olduğunu; bununla birlikte İslam'ı sonradan kabul edenlerin de bu grup içerisinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. İnançları bakımından muazzam çeşitliliğe sahip olan bu gençlerin paylaştığı ortak özelliklerden biri diasporada yaşama tecrübesidir ve İslamofobinin, bu süreçte karşılaştıkları en önemli sorunlardan olduğu görülmektedir. Görüşmecilerin ifadeleri ayrıca İslamofobik söylemlerin önceleri daha sınırlı bir dolaşıma sahipken, özellikle 11 Eylül 2001 sonrasında tüm toplumsal katmanlara yayıldığını gözler önüne sermektedir. Bu durumda genç Müslümanların karşı karşıya kaldıkları önemli bir açmaz, sürekli terörle bağdaştırılmalarının üzerlerinde oluşturduğu baskıdır. Türkiye özelinde ele aldığımız M Nesli üyelerinin önemli bir kısmı ise çoğunluğu Müslüman olan ülkelerde doğan gençlerden oluşmaktadır. İnançları, temelde ailelerinden edindikleri geleneksel dini anlayışlarla beraber çeşitli İslami organizasyonlara katılım sürecinde kazandıkları anlayışlarla şekillenmektedir. Ayrıca İslamofobiyi her ne kadar Batılı ülkelerdeki Müslümanların karşı karşıya kaldığı bir problem olarak niteleseler de gündelik hayatta İslami yaşam tarzlarıyla ilgili bazı sorunlar yaşadıkları ve bu sorunları İslamofobiyle ilişkilendirdikleri görülmektedir.

Modern toplumsal koşullarda yaşamakla birlikte modernliğe karşı tutumları da M Nesli'nin kimliğini şekillendiren bir diğer husustur. Bu doğrultuda görüşmecilerden bir kısmının modernliği, içinde yaşadığımız zamanları geçmiş dönemlerden ayıran salt zamanla ilgili bir mefhum olarak görerek ona olumsuz bir anlam yüklediği, bir kısmının kendi kimliğinin bir parçası olarak görüp olumladığı, önemli bir diğer kısmının ise dini kimlikleri üzerinde olumsuz etkiler oluşturan bir unsur olarak modernliğe olumsuz bir yaklaşım geliştirdiği görülmüştür. Söz konusu gençlerin

kimlikleri üzerinde etkili olan bir diğer önemli husus ise teknolojiyle ve özellikle de internetle kurdukları ilişkidir. Dünyanın her yerindeki yaşlılarına benzer bir biçimde bilgisayar ve internet teknolojisinin içine doğan M Nesli, dijital yerliler ve dijital melezler olarak da ifade edilen gruplar içerisinde yer almaktadır.

M Nesli'nin kimliğini şekillendiren temel hususların bu şekilde ifade edilmesinin nedeni online inanç pratiklerini doğrudan belirleyici bir konumda yer almalarıdır. Diasporada yaşama tecrübesinin getirdiği problemler ve özelde İslamofobi, inançlarına ve modernliğe dair görüşlerindeki çeşitlilik ve teknolojiye erişim imkânları, interneti, bu nesil için kendilerini her yönüyle ifade etmenin, kendilerini gerçekleştirmenin ve bir yaşam tarzı ortaya koymanın en etkili yolu haline getirmektedir. İnternet onlar için ötekileştirmelere, klişelere, hayatlarının her alanındaki kısıtlamalara ve ayrımcılıkla birlikte yaşam tarzlarına yönelik her türlü müdahaleye cevap vermenin ve bunları aşmanın, karşılaştıkları bu tür problemler sonucunda daha iyi bir biçimde fark ettiklerini düşündükleri sorumluluklarını yerine getirmenin, ümmetle bağlantı kurarak seslerini daha da yükseltmenin önemli bir aracı niteliğindedir. Bu doğrultuda M Nesli'nin interneti ve sosyal medyayı İslamofobik söylemlerin yayılmasında olduğu kadar bu söylemlere karşı mücadele yürütmek için de etkin bir araç hatta silah olarak gördüğü ifade edilmelidir. İnternetin ve sosyal medyanın nötr bir araç olarak görülmesi ön kabulüyle somutlaşan bu yaklaşım, İslami terminolojide yer alan düşmanın silahıyla silahlanmak şeklindeki bir motivasyonu da içerisinde barındırmaktadır. Ancak bu durum her teknik araç gibi internetin ve sosyal medyanın da doğası ve özellikleri gereği içerisine doğduğu ve sürekli ikame ettiği değerler sistemi bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini gözden kaçırmaya sebebiyet vermekte ve genç Müslümanların bu araçların etkileri hususunda daha savunmasız kalması sonucunu üretmektedir. Nitekim sahaya yönelik gözlemlerimiz ve görüşmecilerin ifadeleri bu durumu net bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu noktada görüşmecilerin kendilerinden ziyade başkalarının kullanım pratiklerine yönelik gözlemleri önemli veriler sunmaktadır. Bu durum Hoover'ın (2006, ss. 88-89) eklemleme düzeyleriyle ilgili saptamasını doğrular bir biçimde, görüşmecilerin medya hakkındaki inançlarıyla medyadaki davranış pratikleri arasında karşıtlıklar olduğunu göstermekte ve kendileri dışındakilerin medyanın olumsuz etkileri hususunda daha savunmasız olduğunu düşündükleri izlenimini vermektedir.

Bu doğrultuda katılımcıların kendi durumlarına, motivasyonlarına ve özellikle de kendi dışındaki somut örneklerle dair gözlemleriyle şekillenen

ifadeleri çerçevesinde çalışmanın diğer temel sorusu olan modern görsel kültüre dair temel belirlenimlerin M Nesli'nin online inanç pratiklerini nasıl etkilediği hususuna cevap olabilecek sonuçlara geçilebilir. Yukarıda da ifade edildiği üzere görüşmecilerin önemli bir kısmı, her ne kadar kendilerini de eleştirilerinin sınırları içerisine dâhil etseler de bu hususu, olumsuz olarak gördükleri örnekler üzerinden değerlendirmişlerdir. Bu ifadeler ise sosyal medyanın görünürlüğü önceleyen yapısının İslami hassasiyetlerin kaybına yol açacak sonuçlar ürettiği noktasında düğümlenmektedir. Görüşmecilerin dini içerikli mesaj üretiminde izlenmenin, takip edilmenin ve bunun getirdiği popülaritenin/görünürlüğün ne kadar önemli olduğunu ve bunu sağlamak için pek çok yola ve yöntemlere başvurduklarını ifade etmeleri bu durumu açıklar niteliktedir. Dini içeriklerin daha çok izlenmek ya da takip edilmek adına ilgi çekici, neşeli ve eğlendirici tonlarda sunulması ve internet şöhretleri olarak da ifade edebileceğimiz fenomenlerin online şöhret kültürünü ikame eden üretim biçimleri, dini söylemin popüler medyatik kurguya adapte edilmesinin genel örneklerinden yalnızca birkaçıdır. Bu durumun en önemli sonucu ise yine görüşmecilerin ifadelerinden hareketle dindarlığın medyatik görünümünün özellikle İslam'a uygun olmayan bazı davranış kalıplarını özendirme olarak ifade edilebilir.

Bu doğrultuda ön plana çıkan başka bir husus görüşmecilerin özellikle yeni medyanın geleneksel medyayı gölgede bırakan yönleri üzerinden kendi etkinliklerine yaptığı vurgudur. Görüşmecilerin online ortamlardaki etkinliklerine, özgürlüklerine ve ulaşabildikleri potansiyele yaptıkları bu vurgu, kendilerine dair bir özgüvene işaret etmektedir; ancak bu etkinliği sağlamak için uydukları temel kültürel ve teknomedyatik belirlenimler bu etkinliğin bir yanlısamaya dönüşebilme ihtimalini de gündeme getirmektedir. Örneğin mahremiyet çerçevesinde ele alındığında bu durum, sosyal medyada var olabilmenin bedeli olarak kişisel birtakım bilgilerin gönüllü bir biçimde görünür hale getirilmesi, görünürlük kültürüne adapte olmak adına kimlik ve bedene dair mahremelerin aşıkâr edilmesi, artan görünürlüğün aynı zamanda bir dikizleme kültürünü beraberinde getirmesi ve kişisel bilgilerin tüketim kurgusuna veri sağlayacak şekilde kullanılabilmesi gibi sorunlar üretebilmektedir.

Çalışmanın sonuçlarını ifade edebileceğimiz önemli bir diğer çerçeve de M Nesli'nin online inanç pratiklerinin online topluluk, otorite, kimlik ve ritüel bağlamlarında ne şekilde yansıma bulduğuna dair diğer sorudur. M Nesli'nin online topluluklar bağlamında ele alınabileceği hususların başında online ümmet fikri gelmektedir. Sahaya dair gözlemler ve bulgular özellikle diasporadaki Müslümanların sanal bir ümmet oluşturmak noktasında ciddi

bir çaba içerisinde olduğunu göstermektedir. Bunun en temel sebebi ise Roy'un (2016, ss. 154-160) da ifade ettiği gibi Müslüman bireylerin yaygın sosyokültürel gerçekliğin dinsel kimliklerini yadsıdığı ya da dışladığı bir noktada sanal bir cemaat alanını yeniden oluşturmaya çalışmalarıdır denilebilir. Bu sebeple özellikle Avrupa ve Amerika'da yaşayan genç Müslümanlar için online ümmet fikri kimlik temelli bir arayışı yansıtmaktadır. Ayrıca yine söz konusu gençler içerisinde yaygın dini anlayışlara göre marjinal bir konumda olduğunu hissedilen bireyler için internet, kendileriyle aynı konumda bulunan diğer Müslümanlarla bağ kurabilmenin imkanlarını genişleten bir araç hüviyetindedir. Görüşmecilerin ifadeleri ayrıca internetin ve sosyal medyanın ümmet fikrini destekleyecek plan, proje, yardım, etkileşim, haberdar olma ve benzeri faaliyetlerin gerçekleştirilmesi bakımından faydalı bir araç olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Bununla birlikte ümmet olma bilincinin çok daha fazlasını gerektirdiği de ayrıca vurgulanmakta ve bu sahadaki etkinliğin offline ortamdaki etkinliği kısıtlamaması gerektiği ifade edilmektedir. Bu durum M Nesli'nin interneti, ümmet fikrini destekleyen bir araç olarak gördüğünü ortaya koymakla birlikte zaman zaman bu alandaki etkinliğin ümmet fikrini desteklemenin tek yolu olarak amaca dönüştüğüne işaret etmektedir.

Online otoriteye dair sonuçlar, M Nesli'nin online ortamları dini bilgi arama/edinme süreçlerinde etkin bir araç olarak kullandığını, ancak buradan elde ettiği bilgileri offline dini otoritelere de teyit ettirmeye özen gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum geleneksel otorite yapılarının M Nesli tarafından hala önemli bir kaynak olarak görüldüğünü ima etmektedir. Bunun yanında bazı görüşmeci ifadeleri, online ortamların geleneksel otorite biçimleriyle birlikte yeni mikro otorite biçimlerine de ev sahipliği yaptığını göstermektedir. İslami içerikli paylaşımlarıyla ön plana çıkan ve büyük takipçi kitlesine ulaşan web sayfalarını ve sosyal medya hesaplarını yöneten görüşmecilerin, takipçileri tarafından ilmi ve manevi hususlarda destek sağlayacak otoriteler olarak görüldüklerini ve bu doğrultuda ilmihalden inançla ilgili/akidevi meselelere kadar pek çok soruya muhatap kaldıklarını ifade etmeleri, bu durumu somut bir biçimde örneklemektedir. Meseleyi daha da ilginç bir hale getiren husus, içerik editörlerinin büyük bir çoğunluğunun dini hassasiyetleri dışında herhangi bir ilmi müktesebata sahip olmamalarıdır. Bu doğrultuda özellikle sosyal medyada önemli bir görünürlüğe sahip olan popülerleşmiş medyatik hesapların, M Nesli'nin din algısının şekillenmesine etken eden unsurlardan biri haline geldiği ifade edilebilir.

Kimliğe gelindiğinde, saha verilerinin tamamından elde edilen

sonuçlardan hareketle, M Nesli üyelerinin kimliklerini çerçeveleyen offline unsurların internet kullanımlarına önemli ölçüde sirayet ettiği ve bu kullanım pratiklerinin de kimliklerini an be an şekillendirdiği ifade edilebilir. Bu çıkarsama M Nesli'nin kimliğine dair açıklama girişimlerinin online-offline yaşamların etkileşimini göz önünde bulundurması gerektiğini ortaya koymaktadır. Görüşmecilerin ifadeleri, bu durumu açıkça örneklemekte; ayrıca gençlerin ve eğitim seviyesi düşük olan bireylerin interneti ve sosyal medyayı dini niyetlerle araçsallaştırma süreçlerinde söz konusu mecraların olumsuz etkilerine daha açık olduklarına yönelik bir vurguyu da içinde barındırmaktadır.

Son olarak ritüel bağlamına geçildiğinde ise M Nesli'nin genellikle offline bağlamlarda deneyimledikleri ibadet biçimlerini daha kolay ve rahat bir biçimde gerçekleştirmek amacıyla mobil ritüel uygulamalarını sıklıkla kullandığı görülmektedir. Örneğin mobil Kur'an okuma uygulamalarını Kur'an-ı Kerim'i her an erişilebilir kılması amacıyla kullandıklarına yönelik ifadeleri buna bir örnek teşkil etmektedir. Bununla birlikte görüşmecilerin bir kısmı, aracılı ritüel uygulamalarının duygusal/manevi deneyimi belli ölçüde sınırladığına da dikkat çekmiştir. Ayrıca katılımcıların ifadeleri yüksek düzeyli simülatif karaktere sahip online ritüel uygulamalarının M Nesli tarafından pek de benimsenmediğini göstermektedir.

Çalışmanın temel problemi ve alt araştırma soruları çerçevesinde ortaya çıkan sonuçlar, hem kültürel belirlenimleri hem de teknik özellikleri gereği değer yüklü araçlar olarak nitelenebilecek internetin ve sosyal medyanın, genç Müslümanların online inanç pratiklerinin şekillenmesinde ciddi bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu etki, dini görünümlü pratiklerin muhtevasını/özünü modern görsel kültürün seküler(leştirici) doğasına tabi kılması sebebiyle sekülerleştirici bir karaktere sahiptir. Bu durum genç Müslümanların online inanç pratiklerinin bir kısmının her ne kadar dini bir görünüm arz etse de seküler bir anlayışa içkin olabileceğini göstermektedir. Bu noktada ifade edilmesi gereken en temel husus, çoğu kez farkında olunmayan sekülerleştirici etkinin kullanıcıları niyetlerinin ötesinde bir noktaya ulaştırabilme potansiyelidir. Sahadan elde ettiğimiz temel bir sonuç olarak; görüşmecilerin modern görsel kültürün sekülerleştirici doğasının online ortamları nasıl belirlediğine ve bu belirlenimlerin kendilerini ifade etme biçimlerine ne şekilde sirayet ettiğine yönelik yeterli bir bilince ve eğitim düzeyine sahip olmamaları, bunun en temel sebebi olarak görülmektedir. Bu durum modern kültürel koşulların ve teknik iletişim araçlarının doğasını ve özelliklerini de göz önünde bulunduran bir okuryazarlık eğitiminin geliştirilmesi ihtiyacını gözler önüne

sermektedir.




KAYNAKÇA

- BARNARD, M. (2002). *Sanat, tasarım ve görsel kültür* (G. Korkmaz, Çev.). Ütopya Yayınları.
- BARTHES, R. (2011). *Çağdaş söylenler* (T. Yücel, Çev.). Metis Yayınları.
- BAUDRILLARD, J. (2010). *Simülakrlar ve simülasyon*. Doğu Batı Yayınları.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., AKGÜN, Ö., KARADENİZ, Ş., & DEMİREL, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- CAMPBELL, H. (2007). Who's got the power? Religious authority and the internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1043-1062. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>
- CAMPBELL, H. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- CHEONG, P. (2013). Authority. İçinde *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (ss. 72-87). Routledge.
- CRESWELL, J. W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.
- ÇAKIR, M. (2015). *İnternette gösteri ve gözetim*. Ütopya Yayınları.
- ÇAMDERELİ, M. (2018). *Din ekranda nasıl durur*. Ketebe Yayınları.
- DEBORD, G. (1996). *Gösteri toplumu ve yorumlar* (O. Taşkent & A. Ekmekçi, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- DERELİ, M. D. (2019). Dinî kimliklerin siber uzamda akışkanlaşması. *Journal of Humanity and Society (İnsan & Toplum Dergisi)*, 9, 1-32. <https://doi.org/10.12658/M0301>
- DERELİ, M. D. (2020). *Sanala veda: Sosyal medya ve dönüşen dindarlık*. Nobel Yayınları.
- DOĞAN, S. (2019). Aristoteles ve Kant'ta faillik problemi. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 10, 77-90.
- FOUCAULT, M. (2000). *Hapishanenin doğuşu* (M. A. Kılıçbay, Çev.). İmge Yayınları.
- HJARVARD, S. (2011). The mediatisation of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119-135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- HOOVER, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Taylor & Francis.
- <https://wearesocial.com/>. (2018). *Digital in 2018: World's internet users pass*
-

- the 4 billion mark. <https://wearesocial.com/>.
<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
<http://www.tuik.gov.tr/>. (2018). *Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*.
<http://www.tuik.gov.tr/>.
http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028
- JANMOHAMED, S. (2016). *Generation M: Young Muslims changing the world*. I.B.Tauris & Co. Ltd.
- JANMOHAMED, S. (2018). *M Nesli: Yeni Müslüman gençlik*. Kaknüs Yayınları.
- JAY, M. (1993). *Downcast eyes: The denigration of vision in twentieth-century French thought*. University of California Press.
- KELLNER, D. (2013). *Medya gösterisi*. Açılım Kitap.
- LÖVHEİM, M. (2013). Identity. İçinde *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds* (ss. 41-56). Routledge.
- LYON, D. (2013). *Gözetim çalışmaları*. Kalkedon Yayınları.
- LYON, D., & BAUMAN, Z. (2016). *Akışkan gözetim*. Ayrıntı Yayınları.
- MAIGRET, E. (2012). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İletişim Yayınları.
- MERRIAM, S. B. (2015). *Nitel araştırma: Desen ve uygulama için bir rehber*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- RADDE-ANTWEİLER, K. (2006). Rituals online: Transferring and designing rituals. *Online Heidelberg Journal of Religions on the Internet: Volume 02.1 Special Issue on Rituals on the Internet*, ed. by Kerstin Radde-Antweiler. <https://doi.org/10.11588/rel.2006.1.376>
- RICØEUR, P. (1991). *From text to action: Essays in hermeneutics II*. Athlone Press.
- ROY, O. (2016). *Küreselleşen İslam*. Metis Yayınları.
- SÖNMEZ, V., & ALACAPINAR, F. G. (2011). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Anı Yayıncılık.
- ŞİRİN, S. R., & FİNE, M. (2015). *Amerikalı Müslüman gençler: Çoklu yöntemlerle çoklu kimlik araştırmaları* (N. Biçer, Çev.). Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.
- VAN ZONEN, L. (2012). *Four approaches to the study of media and religion*. <https://www.kent.ac.uk>



ONLINE BELIEF PRACTICES OF GENERATION M IN MODERN VISUAL CULTURE

 Metin EKEN^a

Extended Abstract

The modern visual culture that is objectified with the eye-centric paradigm has evolved into a digital world intertwined with networks that centers personal activity in today's world and generalizes visual materials by weaving them with sounds and text in multimedia formality. In this world, sociocultural status is objectified by the increasing experience of life mediated to the network-based visuality. Young generations named digital natives are in the center of this reality. These elements framing the identities of youngsters limit their participation to the network as well as shaping their identities based on the activities they realized. Generation M defines young Muslims whose identities are shaped around their religious beliefs and modern living conditions in this youth group. Accordingly, the aim of the study is to examine the Generation M's opinions, motivations and approaches on online belief practices within the frame of modern visual culture and media. The main question of the study in this regard can be stated as follows: How the Internet and social media in modern visual culture affect the online practices of Generation M?

The sub-questions formed to detail the problem are as follows:

- How the main elements forming the identity of Generation M affect their online belief practices?
- How main determinations about modern visual culture affect the online belief practices of Generation M? What is the relationship between online belief practices that became visible in this regard with secularization?
- How the online belief practices of Generation M reflect in the online

^a Asst. Prof., Erciyes University, mtneken@gmail.com

community, authority, identity and ritual contexts?

This study aims to address the way young Muslims called Generation M define themselves, their experiences about online belief practices and the way they interpret these experiences in the context of modern visual culture and media. The study also aims to reveal how young Muslims especially Generation M express themselves and their beliefs through the Internet and social media, and how symbolic sources of media space are associated with the meanings of belief, spirituality, religion and transcendentalism.

Emphasizing the relationship between media and religion in the modern visual culture in a youth group requires making significant decisions on the scope and limitations. The extensive corpus where visual culture is addressed within the Art History and other history disciplines, rich accumulation of Social Theory with Classical and Contemporary Philosophy in this field, broad sociological literature including secularization discussions, and comprehensive academic productions on media studies and media and religion researches are the main factors that require making important limitations on the determination of the questions used during the data collection process. In this regard, visual culture was addressed over its effect on cognitive and normative levels in the communicative plane rather than the wide context that Barnard (2002, p. 35) defined as “how society makes its values, beliefs and experiences visible in various ways such as indicators and codes.” Although various studies can be associated with the nature and features of visual culture in the modern world in social theory regarding the modern visual culture, the functionalism of concepts of ocularcentrism (Jay, 1993) in terms of presenting an explanation about occurrence conditions, and spectacle (Debord, 1996; Kellner, 2013), surveillance (Foucault, 2000; Lyon, 2013; Lyon & Bauman, 2016), myth (Barthes, 2011) and simulation (Baudrillard, 2010) in terms of presenting comprehensive explanations about what kind of a social relations network creating visual representations was considered appropriate. However, these concepts associated with structuralist, post-structuralist and postmodern perspectives were evaluated considering the possibilities of agency in the original setup of the study.

This context also formed a basis for the evaluation of the study in the frame of two main approaches that obtained concessions in media and religion studies. These approaches are “mediatization” and “articulation.” According to Hjarvard (2011), mediatization refers to the integration of media to the functioning of almost all social institutions. According to these approaches

addressing media in terms of its effects and secularizing role, mediatic fiction of religion can revive religious meanings in different ways by separating them from their original contexts. Considering the secularizing effect of modern culture and media in this framework, it should be stated that secularization is another factor that emerged as a mindset reflecting on daily practices in the human-religion relationality with different effects. The abovementioned mindset and daily practices that reflect on living space in this regard are open to the structural effects of culture and they are also shaped with the possibilities of agency. It is important to benefit from the insights offered by the thesis of mediatization in the relationship between media and religion as well as reaching different approaches considering the contexts of action and intent. Articulation can be regarded as an important stamping ground in terms of objectifying such approaches. This concept appears as a general statement referring to people addressing cultural forms in line with their purposes (van Zoonen, 2012). Hoover states that traditional approaches on media produced various hypotheses about the power and privileges of media. Additionally, this situation is often encountered in numerous cultural media studies. However, the common problem of these studies is that people rarely highlight what they do when they encounter these media texts and other sources. The articulation approach focuses on people's interactions regarding media and their own religious and spiritual lives in the context of daily life at the most basic level (2006, s. 86). This context uncovers the necessity of considering the secularization issue seen as an important discussion area about the relationship between modernism and secularization within the frame of modern visual culture's main features and media. Thus, some data on the evaluation of the study site in this context can be found in the conclusion section of the study.

Considering the literature on the religion and the Internet, the phrase of online religion was preferred since it offered a comprehensive technical and sociological explanation about network-based religious restructuring rather than the concepts developed in Europe and USA such as digital religion, virtual religion, cyber religion, etc.. This phrase was re-given an insight through an authentic approach. Accordingly, online religion is used as a general statement and includes all religiosity in one-way or interactive characters in online channels. It emphasizes the relationality with offline environments in terms of being opposite to the phrase of online and complies with the social reality presented by human communities constantly connected, referring to the articulation processes and considering the network culture formed with connections at the same time. The contexts of

community (Campbell, 2013), authority and doctrine (Campbell, 2007; Cheong, 2013), identity (Lövheim, 2013), and ritual which gained significant privileges in the latest media and religion studies were taken into consideration to objectify analyses on online religion and to realize the detailed analyses rather than general statements.

The results obtained within the frame of the main problem and sub-questions of the study reveal that the Internet and social media which can be described as value-laden tools due to both their cultural determinations and technical features has a significant effect on the formation of young Muslims' online belief practices. This effect has a secularizing feature since it subjects the content/principle of religious-like practices to the secular (secularizing) nature of modern visual culture. This indicates that although a part of the online belief practices of young Muslims presents a religious image, it may be inherent to a secular understanding. The main factor that needs to be stated at this point is the potential of secularizing effect, which is often unrecognized, to transmit the users to a point beyond their intentions. The fact that the interviewers do not have sufficient awareness and education level about how secularizing nature of modern visual culture determines online environments, and how these determinations affect their way of expression can be the main reason. This situation reveals the need for developing a literacy education considering the nature and features of modern cultural conditions and the media.

Keywords: Sociology of Religion, Visual Culture, Generation M, Media and Religion, Online Religion.

