

Postmodernizm, Dijitalleşme ve Hibrit Dindarlık

Araştırma
Research

Mustafa Çuhadar

Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim dalı.

Ph.D. Student, Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Journalism, Konya, Turkey

✉ mstfchdr@gmail.com

🆔 <https://orcid.org/0000-0003-2957-1176>

Yazar
Author

Çuhadar, Mustafa. "Postmodernizm, Dijitalleşme ve Hibrit Dindarlık". *Tevilat* 2/1 (2021), 67-88.

📄 <https://doi.org/10.53352/tevilat.994404>

Atıf
Cite as

Received / Geliş Tarihi: 2021-09-12 ISSN: 2687-4849 e-ISSN: 2757-654X

Accepted / Kabul Tarihi: 2021-10-19 www.tevilat.com

Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

Bilgi
Info

İletişim teknolojileri; dini yayma, daha fazla kişiyle buluşturma, dinî bilgilere, kaynaklara erişim ve dinî kimliği yansıtmaya gibi motivasyonlarla bir araya geldiğinde dindarlık ile iletişim teknolojileri arasında etkileşimlerin doğması kaçınılmazdır. Buna bağlı olarak dindarlığı tanımlarken özellikle son dönemlerde iletişim disiplininin kavramlarına yönelim bulunduğunu söylemek mümkündür: 'Medya dindarlığı', 'prime-time dindarlığı', 'sanal dindarlık', 'sosyal medya dindarlığı', 'sanal cemaat dindarlığı', 'selfie-dindarlığı', 'teknodindarlık', 'dijitalleşen dindarlık', 'dijital dindarlık', 'kes-yapıştır dindarlığı', 'çevrim içi dindarlık' bunlar arasında değerlendirilebilir. Bu kavramlar dindarlığın iletişim teknolojilerine bağlı olarak şekillendiği, dönüştüğü iması içermekte ve bir tipoloji oluşturmaktan ziyade dijitalleşme sürecinin günümüzdeki yansımalarını dindarlık bağlamında ele almaktadır. Dijitalleşmenin başladığı süreç, dünyanın postmodernizmle açıklandığı döneme denk gelmekte, iletişim araçlarının postmodern dünyadaki etkinliğine odaklanan yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu bakımdan dijitalleşme, postmodernizm ve dindarlık arasındaki ilişki, bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada Weber'in "ideal tipler" yöntemi kullanılacaktır. Bu yöntemle dijitalleşme, postmodernizm ve dindarlık arasındaki ilişki, literatürde yer alan muhtelif kaynaklardan yararlanılarak 'hibrit dindarlık' kavramıyla açıklanacaktır. Hibrit dindarlık, dijital mecralara uyumlu bir dindarlık formu olarak tanımlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Postmodernizm, Dijitalleşme, Dindarlık, Hibrit Dindarlık.

Özet

Postmodernism, Digitalization and Hybrid Religiosity

New interactions between religiosity and communication technologies inevitably emerge when such motivations accompany communication technologies as spreading the religion, acquainting more people with the religion, access to religious knowledge and sources, and reflecting the religious identity. Accordingly, it is natural to observe an inclination, particularly in recent periods, to refer to particular concepts related to the field of communication to define and describe religiosity such as, among others, 'media religiosity', 'prime-time religiosity', 'cyber religiosity', 'social media religiosity', 'cyber congregation religiosity', 'selfie religiosity', 'techno-religiosity', 'digitalized religiosity', 'digital religiosity', 'cut-and-paste religiosity', 'online religiosity'. These concepts suggest that religiosity is shaped and transformed based on communication technologies and address the reflections of the digitalization process in the context of religiosity rather than developing a typology. The emergence of digitalization corresponds with the era when the world is explained through postmodernism, and some approaches focus on the efficacy of communication technologies in the postmodern world. In light of this, this study deals with the relationship between digitalization, postmodernism, and religiosity. The study employs Weber's ideal type methodology. Through this method, the relationship between digitalization, postmodernism, and religiosity is explained, using various sources in the literature, by the concept of 'hybrid religiosity'. The term hybrid religiosity will be defined as a type of religiosity compatible with digital media.

Abstract

Keywords: Journalism, Postmodernism, Digitalization, Religiosity, Hybrid Religiosity.

Giriş

Teknolojik değişim, modern toplumun giderek daha parçalı bir yapıya doğru evrilmesine de bağlı olarak-geleneksel yaşamı, kültürü ve bilhassa dinî hayatı etkilemektedir. Zira ilk etapta küçük bir kesimi ilgilendiren teknolojik değişim, zamanla bütün toplumu kapsamı altına almaktadır (Akgül, 2020, 35). İletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ilerleyen toplumsal yaşamdaki dönüşümler, sosyal hayatın tüm alanlarına sirayet ederek bireyleri olduğu kadar dinî kurum ve pratikleri de etkilemiştir. Dinî inanç ve ibadetlerde dahi değişim gözlenmeye başlanmasıysa literatürde “dindarlığın yeni biçimleri” olarak yerini almıştır (Demir, 2016, 124).

Arslantürk'e göre (2004, 239) din-dindar ve dindarlık birbiriyle iç içe geçen üç kavramdır. Din, “aşkın varlıkla (mutlak kutsal) ilgili iman halindeki inanç hükümlerinin kişinin ve toplumun hafızasında muhafaza edilmiş, davranış haline getirilmiş ve böylece kişiye ve topluma bir hayat biçimi sunan/sağlayan normlar sistemidir”. Bu tanımdan hareketle dindar, “din özelliği taşıyan herhangi bir dini kabul eden, benimseyen ve davranış haline dönüştüren kişiyi” ve dindarlık ise “din özelliği taşıyan herhangi bir dinin kabulü, benimsenmesi ve davranış haline getirilme derecesini” ifade etmektedir. Tanım, kapsam ve kategori bakımından tartışmaların devam ettiği dindarlık kavramı bu yönüyle karmaşıklığı ve muğlaklığı halen barındırdığı için farklı dindarlık anlayışlarını beraberinde getirmektedir (Arslantürk, 2004, 240-241; Tekin, 2011, 129). Kızılgeçit'e göre de (t.y, 57-86) 'dinî inanç ve öğretilerin çeşitli tutum ve davranışlarla belli zaman ve şartlarda birey, grup ve toplum tarafından yaşantıya aktarılması' şeklinde

tanımlanan dindarlık, geniş inanç ve uygulama şekillerini içeren, dinamik ve kompleks bir yapıdır. Başka bir deyişle dindarlık, bireysel tercihler ve kültürel unsurlarla da şekillenerek dinî hayatın çok farklı formlarla açığa çıkmasına sebep olmaktadır. Dindarlığın bu yönüyle, günümüzdeki dijitalleşme eğiliminden etkilenmemesi kaçınılmaz bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital iletişim araçlarının, gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline dönüşmesi, toplumun da dijitalleşmesini beraberinde getirmektedir. Dijitalleşme, mikro düzeyde bir bireyin eğitim hayatından başlayarak makro düzeyde uluslararası ilişkileri de barındıran geniş bir yelpazede hüküm sürmektedir. Bu durum kuşkusuz dinî hayatı/dindarlığı da etkilemiş görünmektedir. Dinî bilginin dijital medyalardan sunulması, dinî kurumların dijital mecralardaki çeşitli tebliğ ve irşat faaliyetleri, dindar bireylerin dijital mecra da temsil biçimleri, dinî kaynak veya fetvalara online erişim ve 'helal' konseptli ticarî anlayışın dijitalleşmesi gibi göstergeler, dindarlık ile dijitalleşme arasındaki etkileşimin muhtelif tezahürlerini göstermektedir.

Araştırmamızdaki bir diğer kavram olan postmodernizm ise küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler yanında kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi faktörlerin etkisiyle toplumsal hayatta geniş ve köklü bir değişim ve dönüşümün yaşandığı dönemi yansıtmaktadır (Bolat, 2019, 33). Dolayısıyla Turner'ın belirttiği gibi (1999, 153) postmodernite kimilerince, iletişim teknolojisindeki yeni araç ve depolama örüntülerinin bir sonucu olarak çözümlenmektedir. Günümüzde, dijitalleşmeye bağlı olarak iletişim teknolojilerindeki dönüşüm, dijital çağın aynı zamanda postmodern çağa içkin bir süreç olduğuna işaret etmektedir. Pınarbaşı'na göre (2021, 21-22) iletişim teknolojileri ile birey arasındaki ilişkinin düzeyini ve dinamiklerini açıklayan çeşitli doktrinler, bireyi merkeze alıp iletişim araç ve biçimlerinin bireyde meydana getirdiği değişim ve dönüşüme odaklanmaktadır. Bireylerin toplumların kültür örüntüsüne yansımalarıyla birlikte geleneksel yaklaşımlar çeşitlenmekte, farklılaşmakta, buna bağlı olarak ya yeni formlar kazanmakta ya da tamamen ortadan kalkmaktadır.

Toplumsal yapının sacayaklarından biri olan iletişim pratiklerindeki dönüşüm dindar bireyleri ve dinî pratikleri de dönüştürme potansiyelini elinde bulundurmaktadır. İletişim pratikleri ile dinî pratiklerin buluşması, geleneksel dindarlığın da değişime uğrayacağına göstergesi olarak kabul edilebilir. Buna bağlı olarak dindarlığın farklılaşmasını, çeşitlenmesini ifade eden, iletişim teknolojilerinin kullanımına bağlı olarak şekillendiği düşünülen çeşitli dindarlık tanımları bulunmakta ve bunlar bir tipoloji sunmaktan çok dindarlığın geleneksel veya yeni medya vasıtasıyla şekillendiği üzerine temellenmektedir. Kaynaklarda tespit edebildiğimiz kavramlar şu şekilde sıralanabilir: '*Medya dindarlığı*' (Demir, 2009; Akgül, 2020), '*prime-time dindarlığı*' (Kirman, 2016; Geçer, 2015), '*sanal dindarlık*' (Çamdereli, 2018), '*sosyal medya dindarlığı*' (Polat, 2019; Oyman, 2016; Akgül, 2020; Utma, 2019), '*sanal cemaat dindarlığı*' (Özbolat, 2016), '*selfie-dindarlığı*' (Geçer, 2018), '*teknodindarlık*' (Doğan, 2018), '*dijitalleşen dindarlık*' (Karşlı - Aycan, 2020), '*dijital dindarlık*' (Çamdereli, 2018), '*kes-yapıştır dindarlığı*' (Baloğlu, 2020) ve '*çevrim içi dindarlık*' (Eken, 2021).

Bu kavramlardan bazılarını açıklamak gerekirse, "*prime time dindarlığı*" radyo ve televizyonlardaki belli tarih ve saatlerde dinî yayınlara verilen önem

sonucunda bu yayınların izlenmesi şeklinde kendini gösteren bir dindarlık türüdür. Bu dindarlık biçiminin ortaya çıkmasında, dine pragmatik yaklaşarak dinin reyting kaygılarını giderecek şekilde tasarlanması, dini program türlerinin ortaya çıkarılması, çeşitli uzmanların ekrana çıkarılarak polemikler oluşturulması, halkın ilgisini çekecek konu ve konukların bulunması, yapımcıların meşhur sanatçılara ezan, mevlit, ilahi okutmaları gibi medyatik gerekçeler bulunmakta; adeta büyük bir yarış sergilenmektedir (Kirman, 2016, 244; Geçer, 2015, 78-79). Buradaki *prime time* terimi her ne kadar günün belirli saatlerine yönelik bir kavram olsa da aslında senenin “belli günlerinde” dinî motiflerin artışı ve medyada daha sık kullanılmasını da açıklamaktadır (Geçer, 2018, 91).

Bir diğer kavram olan “*sosyal medya dindarlığı*”, popüler kültür ve din arasındaki ilişki etrafında sosyal medyanın, dindarlığı dönüştürdüğüne atıfta bulunmaktadır. Oyman’a göre (2016, 139-140) bu dindarlık, postmodern dünya dindarlığı olarak, diğer dindarlık türlerine nazaran daha yeni ve daha etkili bir dindarlık türüdür. Sosyal medya dindarlığının teknolojik gelişme, kültür değişimi, değişen bilgi kaynakları, bilginin doğrulama mercii ve otorite olarak insan doğası ile güdülemeleri ve gittikçe izafeleşen değerler alanının bütünüyle ilgisi bulunmaktadır (Akgül, 2020, 40). Giderek toplumda yaygınlık kazanan bu dindarlık türü, bireyin gündelik pratiklerinden farklı olarak, sosyal medyadaki dinî paylaşımlardan daha ziyade sloganik söylemlerde kendini hissettirmektedir. Bu yönüyle postmodern dünyayı temsil eden sosyal medya dindarlığı, bireyin reel hayatında dinî tutum ve davranışları yaşayıp yaşamadığına bakmaksızın bunları sosyal medyada temsil etmesi ve kendisine dindar imajı oluşturmaya çalışması şeklinde kavramsallaştırılmaktadır (Utma, 2019, 899). Teknolojik gelişimle birlikte bilgisayar ortamı iletişim olanaklarını dinî amaçlar doğrultusunda aktif bir biçimde kullanan dindar kişileri tanımlamak üzere literatürde yer alan bir başka kavramsa “*tekno-dindarlık*”tır. Dindarların artık, mekâna bağlı olmadan telefon, tablet veya bilgisayarlarından dinî eğitim ve uygulamalarla dinî deneyim ve bilgilerini artırdıkları gözlenmektedir. Dolayısıyla tekno-dindarlar, dindarlığın toplumsal alandaki teknolojik değişimi olarak karşımıza çıkmaktadırlar (Doğan, 2018, 32). “*Dijital dindarlık*” ise bireyin, dijital alana göre dindarlığını göstermesi anlamına gelmektedir. Buna göre dindarlık özlü söz, fotoğraf veya video yoluyla dijital alanda gösterilen bir olguya dönüşmüştür (Karşlı - Aycan, 2020).

Bu çalışmada ise Weber’in ‘ideal tipler’ yönteminden hareketle, dijitalleşme ve dindarlık arasındaki ilişki literatürde yer alan çeşitli bulgulara dayanılarak ‘*hibrit dindarlık*’ kavramıyla açıklanmaya çalışılacaktır.

Weber’in metodolojisinde çok önemli bir yer tutan “ideal tip” terimi, gerçekliğin belli öğelerinin mantıksal tutarlılığa sahip bir kavram olarak soyutta inşasıdır. “İdeal” teriminin herhangi bir değer yargısıyla ilgisi yoktur. Bir yüceleştirme veya ideal yaşam biçimi şeklinde değerlendirmeyi gerektirmez. “İdeal tipler” kavramı karşılaştırma yöntemiyle bağlantılı; genel kavramların kullanılmasını gerektiren bir yöntemdir. İdeal tipler, genel kavramlar olarak Weber’in dünya tarihinin betimleyici verilerini çözümlemeye hazır hale getirmekte yararlandığı düşünsel araçlardır. Weber’in genelleştirilmiş kavramlar kullanmaktaki amacı, toplumun bağlı bulunduğu düzenlilikleri

anlamaktır. Nedensellik arayışını tatmin edecek şey, bu düzenliliktir. Düzenli olayların sıralanışındaki nedenselliği anlamak için de karşılaştırılabilir durumları incelemek gerekir. Weber, çok farklı ideal tip kullanarak, belli bir tarihsel durumu kavramsal olarak inşa eder; araştırmadaki amacına göre (kavram geliştirmek ya da bir tarihsel durumu kavramak) yöntemini belirler (Weber, 2004, 107-109).

Dijitalleşmeye bağlı iletişim pratikleri dünyanın farklı bölgelerindeki toplumlarla artık bütünleşmiştir. Bu durumda dijitalleşme ve ona bağlı pratiklerin, insan hayatına tesirleri ele alınırken dindarlığı da kapsadığını göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada hibrit dindarlık, “*dinî pratiklerin dijital teknolojileriyle birleşmesi, kesişmesi, yöndeşmesi sonucunda ortaya çıkan, dijitalle uyumlu bir dindarlık*” şeklinde tanımlanacaktır. Hibrit dindarlığı tanımlamanın yolu, onu etkileyen faktörlere temas etmekle ve karşılaştırmalar yapmakla mümkündür. Bu bakımdan literatürde yer alan bazı bulgulara dayanılmak suretiyle yapılacak karşılaştırmalar ‘hibrit dindarlığı etkileyen faktörler’ şeklinde temelde dört başlık etrafında işlenecektir. Birincisi, dindarların dijital mecralardaki çeşitli görünümüne odaklanmaktadır. İkincisi, ‘uyum’ kelimesiyle bağlantılı olarak işlevselci bir yaklaşımın egemenliğini içermektedir. Bununla birlikte üçüncüsü, geleneksel dinî gruplarda işlevselci bakış açısının İsmailağa örneğinden hareketle değerlendirilmesidir. İsmailağa, 2000’li yıllara kadar medyaya karşı ihtiyatlı bir yaklaşım sergilerken, günümüzde dijital medyayı etkin kullanmaya gayret gösteren bir dinî grup olması nedeniyle çalışmaya dahil edilmiştir. Dördüncüsü ise, yeni kuşakların dijital mecralardan dinî bilgi edinme pratiklerine dayanmaktadır. Çalışmada bu dört etkenin, dijitalleşme ve dindarlık arasındaki ilişkiyi belirlediği varsayılmaktadır.

1. Hibrit Dindarlık: Kavramsal Çerçeve

Çalışmamızın temel konusunu oluşturan *hibrit dindarlık* kavramında yer alan hibrit kelimesinin Türk Dil Kurumu Sözlüğünde iki anlamı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi melez’dir ki mecazî olarak ‘katişik, karışık’ manası taşımaktadır. Hibrit kelimesinin ikinci anlamıysa ‘iki farklı güç kaynağının bir arada bulunması’dır (TDK, 2019, 1097-1648). Oxford İngilizce Çevrimiçi Sözlüğünde ise hibrit “iki farklı elementi birleştirerek yapılan (ortaya çıkan) bir şey” şeklinde tanımlanmıştır. Burada vurgulanması gereken nokta; farklı elementlerin bir araya gelerek oluşturduğu yeni bir şey olma durumudur (Çağırkan, 2019, 567).

İçinde bulunduğumuz çağ; farklı türde (analog veya dijital) iletişim teknolojilerinin bir arada bulunduğu, birlikte kullanıldığı başka bir deyişle hibrit iletişim araçlarının varlığını sürdürdüğü bir dönemdir. Innis, McLuhan ve Castells gibi kuramcıların bakış açısından bu durum, toplumsal kültürün de hibritleşeceği anlamı taşımaktadır (Aktaş, 2014, 25). 1970’lerden itibaren günümüze kadar hızla devam eden iletişim teknolojilerindeki yenilikler, geleneksel medyanın sun(a)madığı imkanları karşımıza çıkarmıştır. Bu nedenle kronolojik olarak değil, özellik ve işlevsellik yönleriyle ‘yeni’ sıfatıyla tanımlanan medyanın, kimi özelliklerinin ön plana çıktığı gözlenmektedir. Aktaş bunları,

dijitalleşme, yakınsama (yöndeşme), etkileşim, kontrol, kitesizleştirme, eşzamansızlık, hipermetin ve mutlimedya olarak sıralamaktadır (2014, 58-72). Bu özellikler arasında dijitalleşmenin ön plana çıktığı bir iletişim alt yapısının bulunduğu görülmektedir.

İletişimin Gücü eserinin girişinde Castells'in bahsettiği gibi (2016, 1) iletişim araçlarına dayalı iletişim "toplumsal ölçekte insanların hayatlarında anlam üreten işaretleri aldıkları, işledikleri ve gönderdikleri sembolik ortamı oluşturan şeydir. İletişim araçlarına dayalı iletişimin dinamikleri ve etkileri özgül iletişim sistemlerinin kültürü, örgütlenmesi ve teknolojisine dayanır. Bu nedenle dijital iletişimin gelişmesiyle birlikte iletişimin dönüşümü, buna bağlı olarak örgütlenme ve kültürde meydana gelen değişiklikler iktidar ilişkilerinin işleme biçimini derinden değiştirmiştir."

İletişim teknolojilerinin en ilkel araçlarından matbaaya, kitle iletişim araçlarından dijital mecralara kadar neredeyse tamamının dinin diğer toplumlara aktarılmasında birer araç olarak kullanıldığı bilinmektedir. Geçmişte bilgi ve kutsal metinler sadece sözlü veya yazılı olarak aktarılıp muhafaza edilirken günümüzde dinî kaynakların önemli bir kısmının dijital ortama da aktarılıp dağıtıldığı müşahede edilmektedir. Milyonlarca dinî doküman dijital platformlarda barındırılmakta ve kullanıcılara kolaylıkla sunulmaktadır (Haberli, 2019, 309). Bu durumda, din ve dijitalleşme arasında çeşitli temalar ortaya çıkmaktadır. Dereli, bunları; *siber uzamda dinî bilginin imkânı ve otantikliği, siber uzamda dinî otorite, çevrimiçi ritüel, çevrimiçi dinî cemaatler/topluluklar ve çevrimiçi dinî kimlik* şeklinde tasnif etmektedir (2020, 92-104). Bu temaların yalnızca başlıklarıyla dahi dijitalleşme ve dindarlık arasındaki ilişkiyi çeşitli düzeylerde okumak mümkün görünmektedir.

İnsan davranışlarını belli bir amaç doğrultusunda, belli hedefe yönlendiren faktörlere motiv ve bu yönlendirmenin belli bir zaman sürecinde gerçekleşmesine de motivasyon süreci denilmektedir. Böylelikle insan davranışının iki temel özelliği bulunduğu söylenebilir: Hedefe yönelme ve organize olma. Her iki özelliğin ortaya çıkışında bireyin istek ve ihtiyaçları, bilgi ve duyguları rol üstlenmektedir. Bunlar bir bütün halinde, belli davranışların oluşmasına neden olurlar. Belli bir kültür içinde yaşayan kişiler, aynı sosyal ve fizikî çevreyi paylaşan, benzer problemlerle karşılaşan insanların dünyaya bakışları da benzerlik gösterir. Bununla birlikte, motivler fizikî ve sosyal motivler olarak ikiye ayrılmaktadır. Zaman, mekân ve coğrafi çevre, sosyo-kültürel normlar, din, eğitim, ekonomi, zihniyet dünyası gibi sosyal motivler, dindarlık algısını da etkilemektedir (Arslantürk, 2004, 240-241). Özetle ifade edilecek olursa dindarlık, sosyokültürel ilişki ve süreçlere bağlı olarak değişkenlik gösterir; sosyal etkileşime açıktır. Bununla beraber dinî dünya görüşü, aynı zamanda sosyokültürel ilişki, süreç ve formlara nüfuz ederek sosyal yapıyı da etkiler (Çelik, 2013, 139). Dindarlığı etkileyen faktörleri, etki yoğunluğu ve önemine göre iki kümeye ayıran Çoştu'ya göre (2009, 86) ise birincil kümelerde aile, eğitim, akran grupları ve diğer önemli kişiler bulunurken, ikincil kümelerde ise, dinî grup ve organizasyonlar ile kitle iletişim araçları yer almaktadır. Bu bakımdan hibrit dindarlık olarak tanımladığımız kavramın ortaya çıkışında ilk olarak dindarların dijitale göçü etkili görünmektedir.

2. Postmodernizmin Bir Yansıması: Dindarların Dijitale Göçü

Bir kültürün farklılaşması ve hibritleşmesi sürecinde küreselleşme, iletişim ve medya teknolojileri önemli bir rol üstlenmektedir. İletişim ve medya teknolojileri, kültür ve kültürel kimliklerin biçimlenmesini ve hibritleşmesini sağlamaktadır. Kültürün coğrafi sınırlarını aşması, yerel kültürleri sınıflandırılmakta ve kültür biçimleri ile yaşam tarzlarını beraberinde getirmektedir. Göçlerin yoğun olarak yaşandığı küreselleşme sürecinde kültürler, multikültürel, multi-etnik ve hibrit bir yapıya bürünmektedir (Aktaş, 2014, 148-149).

Hibrit kimlik olgusunun kendini gösterdiği alanlardan biri de kuşkusuz göç ve göçmenliktir. Göç edilen yere bağlı olarak farklılık göstermekle beraber göçmenler, göç ettikleri yerlerin topluluklarıyla ilişkilerini artırmış ve kendi kültürleri ile göç ettikleri toplumun kültürünü sentezleyerek yeni bir kimlik ve kültür ortaya çıkarmışlardır. Bu bağlamda, göçler ile yeni devletler, yeni milletler, yeni toplumlar, yeni kültürler ve yeni kimlikler ortaya çıkmıştır (Çağırkan, 2019, 2615). Yani göç, sadece fizikî anlamda bir nüfus hareketi değil, psiko-sosyal ve kültürel dünyalar arasında bir geçiş ve etkileşim yaşatmaktadır. Dolayısıyla göçmen de, iki yerleşim yeri arasında bir kültür aracıdır. Göçmenin yaşam dünyası üzerinden kültürel etkileşim, uyum veya çatışma süreçleri gelişir (Çelik, 2013, 136). Dijital mecraaya göçen dinler ve dindarlar açısından da aynı durum söz konusudur. Dindarların, reel hayatın dinamikleri içerisinde yaşadıkları dini, topyekûn olmasa da dijital mecralara taşınmalarının, bu mecralara uyum sağlama girişimlerinin, hibrit dindarlığı meydana getirdiği söylenebilir. Zira bu göç sonucunda dindar bireyler dijitalleşme ile birlikte dinî anlamları, sembolleri, dindarlığı geleneksel kalıpların dışına taşıyarak 'göstermeye dayalı dijital yerlileri' ortaya çıkarmıştır. Bu dijital yerliler; dindar ve bilgiye hakim, bilgiyi kullanan ve hızlı öğrenen tiplerdir. Dijital alanda gösterdikleri dindarlık ve mahremiyet anlayışları da doğal olarak farklıdır (Karşlı - Aycan, 2020, 264).

Bireyin aidiyeti, reel toplumsal pratiklerle şekillenmektedir. Ancak günümüz toplumlarında aidiyetlerin dijital aygıtlar kullanılarak biçimlendirilmesi, bireyin aidiyetini gerçeğe bağlı olmaktan koparmış; zaman, mekân, milliyet ve din ayrımı gözetmeksizin farklı bireyleri bir noktada buluşturabilen, çoğulcu nitelikli hibrit aidiyet algısını ortaya çıkarmıştır. Toplumsal aktörlerin sanal ortamda yarattıkları hibrit aidiyet algıları aynı zamanda köklerinden kopan, yersiz-yurtsuzlaşan ve yalnızlaşan bireyin hayatını yeniden anlamlandırma çabasının bir görünümüdür. Sosyalleşme süreçlerinin yüz yüze, belirli bir mekânda ve zamanda gerçekleştiği dönemden; bloglar, oyun ve alışveriş siteleri, haber portalları ve sosyal medya gibi sanal ortamlarda, mekândan ve zamandan bağımsız olarak yüz yüze aynı ortamda bulunmadan ve bireylerin farklılıklarını koruyarak; farklı gündelik aktivitelerini siber uzamlar aracılığıyla gerçekleştirmesi hibrit aidiyet algılarını ortaya çıkaran en önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum bireylerin aidiyet algısı inşa sürecinde gerçeklik algısının değişmesine ve gerçeklik algısının somut olmaktan

uzak, sanal ortamda yaratılan bir gerçeklik algısına doğru evrilmesi anlamına gelmektedir (Çağırkan, 2019, 567).

'Seküler' olanın kendini meşrulaştırmak ve kutsal olandan bağımsızlaşabilmek için tercih ettiği yöntem kutsanmak, hatta din gibi muamele talep etmektir. Böyle bir durumda dindarlar, sekülerliğin kutsanmasına lojistik destek vermekte; din formundaki her şeyin içeriği boşaltılıp dünyevileştirilerek meşrulaştırılması sağlanmaktadır. Başka bir deyişle dindarlar, dinî formlardaki yapıların içeriğini dünyevi referanslarla doldurduklarında; fenomen olarak zahiren dinî; ancak mahiyeti itibarıyla dünyevî olanla dizayn edilmiş bir biçim meydana gelmektedir. Türkiye'deki 'İslâmî' televizyon kanalları bu bakımdan örnek olarak zikredilebilir. Bu kanalların dindarlar nezdinde izlenebiliyor oluşu, geniş kitlelerin hiç sorgulama yapmaksızın 'bunlar yanlış şey göstermez' telakkisi burada işlemekte ve dünyevileşme bu kanallar üzerinden de insanlar üzerinde önemli etkiler bırakmaktadır. Daha evvel birçok program, reklam gibi unsurlara rezervler koyan bu kanallar, artık daha dünyevileştirici talepleri meşrulaştırma işlevi görmektedir (Tekin, 2011, 52-54). Bu bakış açısına göre, 'İslâmî' televizyon kanalları esasında hibrit dindarlık göstergesidir. Zira dinî referansla hareket etme gayreti de bulunsa, medya sektörünün kapitalizme dayalı yapısal biçimiyle bunu yapmak, zaman zaman dinî referansların göz ardı edilmesini icbar etmiş; sektörün gerçekliği, dinî referanslara nazaran üstünlük göstermiş ve ikisi birlikte ilerlemiştir. Reklamlara eklenmiş dinî içeriklerin veya dinî içeriklere eklenmiş reklamların dijital medyadaki tezahürü temel alındığında geleneksel medya hakkındaki böyle bir değerlendirmeyi, dijital medyadaki kullanımlar bakımından da söylemek pekala mümkündür.

Dijitalleşmenin bütüncül bir biçimde gündelik hayatta etkinliğini artırdığı mecra, kuşkusuz internettir. İnternetin gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası olduğu günümüzde, dinin temsili farklı biçimlerde kendini göstermekte; dinin bilgi ve amel dair muhtelif boyutlarıyla internette yer aldığı gözlenmektedir. Yeni medyadaki enformasyon sayesinde ortak bir anlayış ve kültür oluşturulmakta ve bu, sürekli pekiştirilmektedir (Hülür - Bekiroğlu, 2016, 146-147). Diğer taraftan gündelik hayatta internet aracılığıyla antik devirlerle bağlantılı panteist anlayışlara kadar çok çeşitli inanışların dolaşıma sokulması ve bireylerin dünya görüşlerinde belirgin bir yer kazanması da yeni bir durumdur. Birey bu yeni görünümde ontolojik tasavvurunu hem tek bir ideolojinin ya da dinî görüşün temsili üzerinden oluşturamaz hem de dinle ilgili unsurları seküler hayata adapte edebilir (Pınarbaşı, 2021, 20). Dolayısıyla internet, bir taraftan din sahasında ortak kültürel perspektif oluşturmanın zemini olurken diğer yandan da yeni inanma biçimlerinin sergilendiği mecra olması hasebiyle, postmodern yaklaşımlar etrafında ele alınmaktadır.

Postmodern yaklaşım, her şeyi yapıbozumuna uğrattığı gibi dindarların yaşam biçimlerini de merkezsizliğe sürüklemekte, siyasî, ekonomik ve toplumsal değişimler aracılığıyla dindar bireyler de bundan etkilenmektedir. Özellikle dinin ortaya koyduğu kesin ve belirli prensipler, postmodern özneselliğin karşısında bireysel bir tercih haline dönüşmektedir (Sungur, 2016, 7). Zira postmodern yaklaşımın önemli bir boyutunu oluşturan hipergerçeklik olgusuyla doğru ile yanlış arasındaki sınırların bulanıklaşması söz konusudur. Bununla bağlantılı olarak hayatın etrafıca analiz edilebileceği ahlâkî ilke ve sınırların

flulaşması, dindarlığa zemin olabilecek ilkelerin buharlaşmasına neden olmaktadır (Tekin, 2011, 172-173). Bunun sonucunda ayırım çizgilerinin belirsizliği ile her şeyin imkânli hale geldiği ‘olabilirlikler’ dünyası doğmakta; postmodern bir kavramla izah edilecek olursa ‘anything goes’ (ne olsa gider) zihniyeti ortaya çıkmaktadır (Tekin, 2011, 191).

Özboilat’ın kaydettiği gibi (2017, 65-66) postmodern dünya, ‘gerçek’ ile ‘simülasyon’un birbirine karışır hale geldiği; ama daha çok simülatif olanın gerçek olanın yerini aldığı, dolayısıyla gerçek olandan daha gerçek gibi kendini kabul ettirdiği bir duruma karşılık gelir. İşaretlerin, sembollerin, teknolojik hızın, tüketimin, medya kaynaklı enformasyon ve yönlendirmenin oluşturduğu bir zemin üzerine inşa edilen postmodern toplumsal süreçte din de, ana hakikatinden çok bireysel meşrulaştırma aracı olarak varlık göstermektedir. Bu durum, dindar bireylerin dijital mecralardaki faaliyetlerini meşrulaştırma eğiliminde daha açık fark edilebilir. Çünkü Polat’a göre;

“Kişisel sosyal medya hesabı bulunan dindarların çevrimiçi dinî özelliklerini gerçek hayattaki dindarlık algılarıyla uyumlu hale getirme çabası içinde oldukları görülmektedir. Örneğin, İslâmî flört sitesine üye olan bir kişinin, Hac ziyaretinde Kabe önünde çektiği selfie, bu fotoğrafı herkese açık profil fotoğrafı olarak kullanması, Kabe önünde evlenme teklifleri ve bu durumun duyurulması dindarlığın farklı-değişen görünümüne işaret etmekte; Cuma günleri camilerden gelen, facebook kullanıcılarının paylaştığı “namaz selfie” çevrimiçi benlik sunumlarında gelinen noktayı göstermektedir” (2019, 56-57).

Dindar bireylerin postmodern tüketimi meşrulaştırmak için başvurduğu açıklama biçimlerinde böylelikle, inandığı biçimde yaşam tarzı yerine yaşam tarzı doğrultusunda dinî söylemleri revize ettiği gözlemlenmektedir. Dindarlık bireyselleştikçe, bireyler dinî olandan ve dinin geleneksel referanslarından bağımsızlaşmakta, ancak dindar bireyler, bu durumu, dinsel alanın sınırlarının dışına çıkıldığı şeklinde yorumlamamaktadır (Özboilat, 2017, 278). Dolayısıyla, dijitalleşme ile dindarlığın kesiştiği noktada bir ‘karışım’ ortaya çıktığı söylenebilir.

Postmodernizm ile din-dindarlar arasındaki ilişkiyi ele alan yaklaşımları Wenzel üç eğilimle değerlendirmektedir: Birincisi, postmodernizm sekülerleşmeye ve geleneksel dindarlıkta bir düşüşe yol açmıştır. İkincisi postmodernizm bununla da kalmamış, yeni dinî ifade biçimleri yaratarak geleneksel dindarlığın tahtını sarsmıştır. Aslında meta söylemlerin ve otoritenin postmodern sorgulaması yapılırken, bütün dindarlığın ve dinî katılımın düşüşü değil, kurumsal ve geleneksel dine katılımdaki düşüş kastedilmiştir. Bu, dinî alandaki kavramların değiştiğini ima etmektedir. Daha açık ifade etmek gerekirse, şimdi artık dinin tüketicileri vardır. Onlar dini pazarlarda kendileri için sunulan hayırları ve hizmetleri tüketmekte, dindarlıklarını ifade etmek için yeni formlar bulmaktadırlar. Dolayısıyla postmodern dönemde daha çok bireysel ve alternatif din formlarının yükselişi söz konusu olmuştur. Üçüncüsü, modernizmin getirdiği ve postmodernizmin belirsiz görececiliğinin artırdığı manevî boşluğa karşılık, kendisini bütün dünya dinlerinde köktenci diriliş şeklinde gösteren bir ters tepkidir (2012, 288-291).

Kişinin görünürlüğü, içinde yaşadığımız çağda, dijital platformlar ve çevrimiçi hesapları ne kadar sıklıkla kullanıldığıyla ilişkilidir. Farklı benlik

sunum ve kimlik inşalarının kamusal alandaki tezahürü, adeta dijital aygıtların etkin kullanımıyla şekillenmektedir. Benliğin performe edilmesi, sosyal etkileşimi nasıl yönettiğimizden etkilenmektedir. Tercih edilen davranış ve söylem kalıpları çerçevesinde gerçekleştirilen sosyal etkileşimler, sosyal etkileşimdeki davranışları da tercih edilen yöne sevk etmektedir. Dolayısıyla beğenilme, onaylanma ya da kabul görme isteğiyle farklı benlik sunumları sergileme ve o andaki performatif durumlara göre farklı davranış geliştirme eğilimi ortaya çıkmaktadır. Buna bağlı olarak, online mecralardaki farklı kimlik inşaları, bireyin içinde yer aldığı tüm sosyal kimliklerde tezahür eder. Zira, bireyin varlık gösterdiği online hesapların popülerliği, temas ettiği kültürel doku, üyesi olduğu muhtelif online gruplar, takipçi sayısı, başka kişilere erişim hızı gibi parametreler, bireyin hangi kimlikle öne çıkacağı, hangi karakteristik özelliklerini yansıtacağı-manipüle edeceğini yönlendirir. Bunun açık göstergesi, sosyal medyadaki 'annelik ve çocuk bakımı' sayfalarında 'ideal anne' rolünü, 'dinî sayfalarda da 'dindarlık' yönünü öne çıkarma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Böylece bilgisayar aracılı iletişim ve sosyal ağlar üzerinden hangi benlik özelliklerinin ve kimliğin daha görünür olacağı ya da manipüle edileceği sorusu diğer kullanıcıların kişiyi nasıl algulamalarını istedikleri ile ilişkili görünmektedir (Polat, 2019, 47-48).

Dindarların dijitalde göçü, karşılaşma ve etkileşimle sonuçlanmıştır. Dindarların dijitalde temsili, dijital mecralarda dinî görünüm sergilerken diğer taraftan dijitalin biçimsel yapısı dindarların da temsilini şekillendirmiştir. En açık ve ilk akla gelen örnek, fotoğraf paylaşımıdır. Türkiye'de bir dönem dindarların fotoğraf çekmekten imtina etmesi, artık neredeyse karşılığı bulunmayan bir uygulamadır. Dijitalde varlık göstermek, dijitalde uyumlu yaşamayı gerekli kılmaktadır.

3. Dijitalde İşlevsel Yaklaşım

Hibrit dindarlık, ilk olarak dijitalde göç ile başlayan bir süreçken hibrit dindarlığı besleyen hususlardan bir diğeri, dijitalde işlevselci yaklaşımdır. Medya ve din ilişkisine dair genel olarak iki eğilim bulunduğunu belirten Yorulmaz'ın (2018) 'işlevselci' ve 'özcü' olarak kategoriye ayırdığı yaklaşımlar, dijitalleşme ve dindarlığa da uyarlanabilir. İşlevselci yaklaşım, medyanın bağımsız bir kültürel kimliği olmadığı ve medyanın dinî mesajları yaymak için kullanılabileceği görüşüne dayanır. Medyayı tebliğ açısından büyük bir imkân olarak gören bu yaklaşımın dinî cemaatlerin ve toplulukların dijital mecralar da dahil bütün medya türlerini etkin kullanma şeklinde pratik yansımaları bulunur. Üstelik bu perspektif, Evanjelic vâizlerden Kâbe imamlarına dek geniş bir halkayı içine alır. Özcü yaklaşım ise medya ve din ilişkisine, negatif bir anlam yükler, hatta bu ilişkiyi temelden reddeder. Zira bu yaklaşımın savunucularına göre, farklı tonlarda da olsa, medyanın temelde bağımsız bir kültürel ve tarihsel özü bulunur (Yorulmaz, 2018, 448-453) ve dini kendi haliyle aktarmayı mümkün kılmaz. Dolayısıyla özcü yaklaşımda temel nokta medyanın 'özü'ne dönük iken işlevselci yaklaşımda 'araç' yönüne dönüktür.

Medya ve din ilişkisine dair ilk teoriler, izleyicilerin yeni programlarla kolayca etkileneceğinin varsayıldığı araçsal bir temele sahiptir ve beyin yıkama

hakkındaki görüşler yaygındı. Daha sonra izleyiciler hakkında yapılan araştırmalar, bir tehdit olmaktan ziyade, medyanın dinî kimlikleri inşa ettiği ve yeni dayanışma biçimleri yarattığını kabul ediyordu. Son zamanlardaysa vurgu, medyanın artık araçsal bir ışık olarak rol almadığı, fakat modern toplumların belirleyicisi olarak görüldüğü 'dolayım' fikri yönünde değişmiştir. Özellikle dinî medya, yeni bireyciliğin yeni bir kültürel hibritlik yaratmada dinî imajları absorbe edebildiği post-kurumsal spiritüelliğin doğuşunda bir hükmetme konumunu üstlenmekle görevlidir (Turner, 2017, 267).

Dijital mecralardaki dinî içeriklerin varlığına ve dindarların temsiline yönelik işlevselci bir yaklaşımın hibrit dindarlığı güçlendirdiği söylenebilir. Zira genel olarak kitaplar, aile, akrabalar, dinî kurumlar, din görevlileri gibi kaynaklardan öğrenme yoluyla yaşanan dinî hayata, işlevselci bakış açısıyla dijital mecralar da temasta bulunmaktadır. Herhangi bir kontrol, denetim hiyerarşinin bulunmadığı dijital mecralarda 'din hakkında' içerik sunmak herkesçe yapılabilir bir durumdur. Kişinin dini hakkında yeterli bilgiye sahip olmadan dijitalde din hakkında bilgilenmek, doğru ve yanlış birlikte yaşama ihtimalini barındırmaktadır. Bu yönüyle işlevselci bakış açısındaki araçsal konum, dijitaldeki dinî içeriklere dair eleştirel sorgulamanın önüne geçebilir. Zira 'sadece araç' olarak telakki edildiğinde medya; dijitalin oluşturduğu kültürel havza, kapitalist bagaj, gözetlenme gibi sorunlu alanları ihmali beraberinde getirebilir. İşlevselci yaklaşım, bir bakıma dönüşümün de işaretçisidir. Bir sonraki başlıkta bu dönüşüme dair örnek üzerinde durulacaktır.

4. Dinî Grupların Dijitalde Tebliğ Eğilimi: İsmailağa Örneği

Her toplumsal aşama ya da oluşum kendine özgü bir kültür üretir. Çünkü, sosyal yapının değişimi ile kültürel değişim arasında bir nedensellik bağı bulunmaktadır. Değişim sürecinde sosyo-kültürel alanda yeni alışkanlıklar, farklı yaşam tipleri ve hatta yeni bir konuşma dili bile ortaya çıkabilir. Buna göre sosyo-kültürel hayatın, sosyal yapı değişimlerini mümkün kılan sanayileşme, hızlı kentleşme gibi değişim süreçlerinde bir farklılaşma ve çeşitlenme eğilimi göstermesi kaçınılmazdır. Kültürel yapı içerisinde kendini gösteren en derin farklılaşmanın, geleneksel kültür ile modern kültür arasında bulunduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu anlamda gerek gelenekselci gerekse de modernleşmeci eğilimler içerisinde çeşitli düzeyde ve tonda farklılaşan kategoriler olduğu gibi her iki çevreye de girmeyen ya da her ikisinin özelliklerini bünyesinde taşıyan kültürel formasyonlar da bu zengin kültürel gösteri içinde yerini almaktadır (Çelik, 2013, 112-113). Bu yönüyle dijitalleşme ve dindarlık arasındaki etkileşimi göstermesi açısından dinî gruplar, önemli bir araştırma alanı olarak değerlendirilebilir.

Toplumsal yaşam, birbiriyle bağlantılı karmaşık ilişkiler ağından oluşmakta, çok farklı yapılar ve organizasyonlar bir arada bulunmaktadır. Ancak bu, toplumun homojen bir yapıda bulunması anlamına gelmeyeceği gibi farklılıkların da tamamen birbirinden kopuk olduğu manası taşımamaktadır. Toplumda bazı insanlar 'ortak' bazı özellikler vesilesiyle bir araya gelir ve grupları oluştururlar. Bu grupların bir araya gelmelerinde siyasî, kültürel, ekonomik vb. etkenler bulunabileceği gibi, din merkezli grupların da bulunması

doğal bir süreçtir. Dinî grupların diğer sosyal gruplardan farkı, özel olarak insanların bir araya gelip grup oluşturmalarındaki ana sâikin din olmasıdır. Başka bir şekilde ifade edilecek olursa, grupların 'dinî' karakterli bir şekilde ortaya çıkışıdır. Bir toplum din ile bulunduğu andan itibaren dinî gruplar da kendini gösterebilir. Dinî grup, terim olarak cemaat, tarikat, mezhep gibi din merkezli tüm yapıları kapsamaktadır (Tekin, 2018, 243-245). Kurt'a göre ise aralarındaki bağın sadece dine dayandığı dinî gruplara 'dinden doğan grup' veya 'sırf dinî grup' denilmektedir. Tarikatlar, cemaatler, kardeşlik cemaatleri, mezhepler, kültler, bu tip dinî gruplara örnektir. Sırf dinî grupların başlıca hedefi, sahip oldukları değer ve normları korumak, duruma göre irşat, tebliğ, cihat, misyonerlik vb. kavramlarla yaymak ve bu yolla yeni üyeler kazanmaktır (2018, 147-149).

Dinî grupların, dijital mecralarda varlık göstermesinin çok yönlü tezahürleri bulunmaktadır. Pek çok dinî grubun dijital mecralarda resmî hesapları, 'hayran grupları', herkese açık veya sınırlı erişime sahip sayfaları bulunmaktadır. Bununla birlikte genelden özele inildiğinde, dinî grupların dijitalleşme eğiliminde, kanaatimizce 'İsmailağa'nın¹ farklı bir yeri bulunmaktadır. Zira İsmailağa, 2000'li yıllara dek medyaya karşı ihtiyatlı duruşuyla bilinen bir gruptur. Tosun'un belirttiğine göre Cumhuriyet sonrasında, Türkiye'de en yaygın ve etkin tarikat Nakşibendilik'tir. Tekkelerin kapatılmasının ardından Türkiye'de aralarında İsmailağa'nın da bulunduğu Nakşibendiliğin çeşitli cemaatleri bulunmaktadır. İsmailağa adı, cemaatin başındaki Nakşibendi şeyhi Mahmut Ustaosmanoğlu'nun bir dönem imamlık yaptığı İstanbul Fatih Çarşamba'daki İsmailağa Camii'nden gelmektedir (Tosun, 2015, 678). İsmailağa'yı 'İslâm'ın değişime direnen yüzü' şeklinde tanımladığı çalışmasında Avcı (2012, 101-102), camide ezanın mikrofonla değil herhangi bir araç kullanmadan çıplak sesle okunmasını teknoloji kullanımına dair sembolik bir gösterge olarak değerlendirmektedir. Bu durum, Mahmut Ustaosmanoğlu'nun televizyona yaklaşımında da görülmektedir. Ustaosmanoğlu'nun *İrşâd'ül-mürîdîn* adlı eseri² televizyona dair belirgin bir söylem içermektedir. ³ Temel olarak bakıldığında, Mahmut Ustaosmanoğlu'na

¹ Kaynaklarda genellikle "İsmailağa Cemaati" veya "İsmailağa Camiası" olarak adlandırılan dinî grup kısaca 'İsmailağa' olarak zikredilecektir.

² Söz konusu eserin, Ustaosmanoğlu'nun yirmi yıla yakın bir zaman diliminde genel ve özel manada, farklı mekân ve zamanlarda yaptığı tasavvuf düsturlarını beyan eden sohbetlerinin derlenmesiyle oluşturulduğu, eserde ifade edilmektedir. Ustaosmanoğlu'nun izni ve teveccühüyle hazırlandığı belirtilen eserin kendisinden onay alınarak yayımlandığı kitapta ayrıca zikredilmektedir.

³ "... Şimdi insanlar paralarını nelere harcıyorlar. Avrupa yollarına, şarkılı, türkülü düğünlere, içkilere, kumarlara harcıyorlar. Tarikatlı bir insan böyle yapıyorsa, tarikattan zevk almaz. Televizyondan zevk alan da, yine tarikattan zevk almaz. Bir ibarede şöyle gelir: İki zıt bir araya gelmez" (Ustaosmanoğlu, 2005, 16); "... Televizyonla bu işler (tarikata çalışmak) yürümez. Üç günlük ömrün var, ona nelerle bitiriyorsun... Bütün ömür sermayen elden gider bir televizyon yüzünden. Tarikat, bu büyük yol, öyle oyuncularla olmaz. Ne yapacaksın? Nefsi sokacaksın köşeye, televizyon, namahreme (haram olan cinse) bakmak, görüşmek gibi şeylerden uzak tutacaksın..." (Ustaosmanoğlu, 2005, 21); "... İnsanların çoğu Allah Teâlâ'yı zikretmedikleri gibi, bir de gidip televizyonun başına oturuyorlar. O televizyon Müslümanların elinde değil, en büyük düşmanların elinde. Müslümanlar da bir şeyler yapıyorlar ama yine de bulaşıyorlar. Çamurlu yoldan giden ne kadar kaçınsa, yine de kendisine çamur bulaşır. Allah cümlemizi kirlenmeden,

göre televizyondaki içerikler Müslümanın, daha özelinde tarikat mensuplarının dinî hayatına zarar vermektedir. Diğer yandan Mahmut Ustaosmanoğlu medyada Müslümanların gösterdiği etkinliği, çamurlu yolla yürümeye benzetmektedir. Çünkü bu durumda çamura bulaşmamak mümkün değildir. Bir başka söylem 'televizyon mollaları' üzerinedir. Ustaosmanoğlu, tarikat sohbetlerine gelemeyenlerin halinden bahsederken 'televizyon mollalarının hallerinin ne olacağını' da sorgulamaktadır (Ustaosmanoğlu, 2005). Günümüzdeki tezahürler dikkate alındığında 2000'li yıllardan itibaren İsmailağa'nın medya pratikleriyle⁴ kıyaslamayı daha açık imkânlı kılan husus ise Ustaosmanoğlu'nun dinî sohbetlerin dahi televizyondan izlenmemesi gerektiğine dair sözleridir:

"...Evinizde televizyon var ise sizde hayır bırakmaz. Siler süpürür hayırlarınızı. Çünkü orada eşkiyalar konuşuyor. Kur'an-ı sevmezler, onlar Allah'ın hasmıdır. Televizyon seyretmeyelim vaaz dahi olsa. Ben size doğrusunu söylüyorum. Sözümü tutarsanız kazanırsınız. Şimdiye kadar ne oldu. Şimdiden sonra işi düzeltelim (Ustaosmanoğlu, 2005, 321-322).

Vaaz ve sohbetlerin yapıldığı resmî bir din kurumu olarak cami, yerini başka etkileşim ve iletişim kanallarına devretmiş gibidir. Bu durumun gerek vaaz ve sohbetlerin aktarılmasında kullanılan araçlar itibarıyla gerekse popülerden, gelenekçi ve modern eğilimlere kadar farklılaşan muhtevasıyla bir değişim içinde olduğu söylenebilir. Tarikatlar ve cemaatler gibi klasik yapılarda farklı bir söylemi dillendirmeye çalışan 'çevre', bu anlamda geleneksel kalıplar kullanma eğilimi taşımakla birlikte, onların içerik ve amaçlarında belli bir farklılaşmaya gittiğinin işaretlerini vermektedir. Bu türden bir yansımanın ortaya çıkmasında, yaygın kullanım özelliği kazanan modern kitle iletişim araçlarının *geleneği dönüştürücü fonksiyonu* etkili olmalıdır (Çelik, 2013, 126-127). İsmailağa'nın resmî dijital platformlarından oluşturulan Tablo 1 ve Görsel 1, söz konusu fonksiyonun tezahürü olarak değerlendirilebilir:

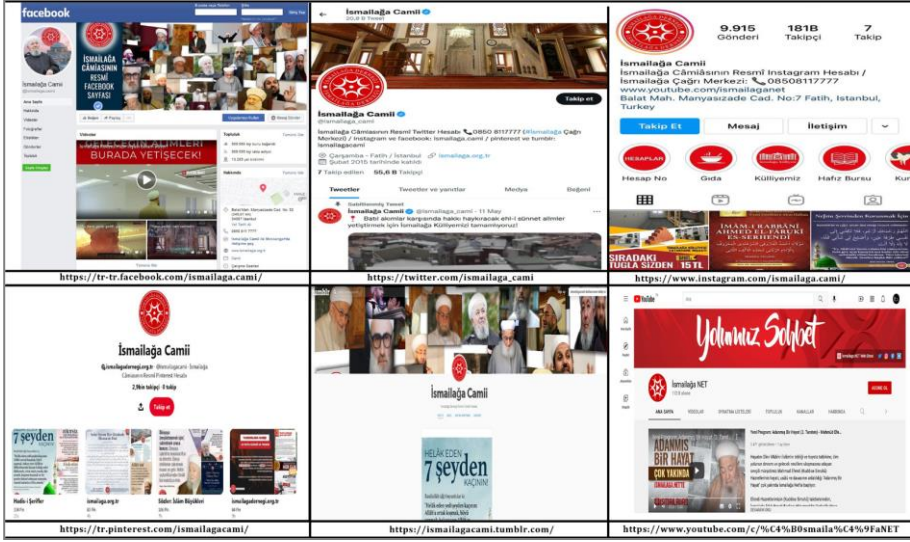
Tablo 1: İsmailağa'nın Resmî Sosyal Medya Hesapları⁵

	Facebook	Twitter	Instagram	Pinterest	Tumblr	Youtube
Takipçi	509.556	55.647	181.000	2.900	-	25.400

çamurlanmadan hizmet etmeyi nasip etsin..." (Ustaosmanoğlu, 2005, 33); "...Sohbete gelmeyenlerin nasıl yoldan çıktığını biliyoruz. Televizyon mollaları ne olacak halleri?" (Ustaosmanoğlu, 2005, 138); "... Bu kulaklar ne büyük nimet, bu gözler ne büyük nimettir. Git bunlarla yılan gibi televizyon seyret olur mu? Altın teraziyile gübre tart olur mu? (Ustaosmanoğlu, 2005, 286); "... Televizyona bakmamalı. Televizyon bir şeytandır ki şeytanın şeytanı, şeytan onun yanında hiç kalır. Cahil adamlar, ağızları temiz değil, abdest almazlar onları ne dinliyorsunuz? Ah insan, Rabbisi onu ne kıymetli yarattı o ise kendini nasıl düşürüyor..." (Ustaosmanoğlu, 2005, 306); "... Şimdi ise din ilmini tahsil görenlere 'cahil' diyorlar, çoğu kimse. Desinler, onların sözüne kulak vermeyin, din ilmini öğrenen ve öğreten âlimdir. Çok dikkat, çok çırpınmak lazım bu din düşmanlarından halâs olmak, onların arasından kurtulmak için. Televizyon, radyo, bunlardan nesini dinliyorsunuz düşmanınızın? Bazı televizyonlarda dostça, Müslümanca konuşuluyor neyse ama bunun yanı sıra kötü, dinimize aykırı sözlere ve işlere de bakılıyor..." (Ustaosmanoğlu, 2005, 312).

⁴ İsmailağa'nın medya pratiklerine dair bk. (Çelik, 2021); Türkiye'deki farklı dini grupların medya kullanımına dair bk. (Yakışır - Bilgin, 2019).

⁵ Veriler, 11 Ekim 2021 tarihinde alınmıştır.



Görsel 1: İsmailağa'nın Resmî Sosyal Medya Hesapları

İsmailağa'nın bu tablo ve görsellerde belirtilen dijital platformlardaki resmî sayfaları ile mobil uygulamalarının dışında "İsmailağa Cemaati", "İsmailağa Câmiası", "Mahmut Efendi Hazretleri" gibi isimlerle açılmış pek çok sayfa bulunduğu çalışma sırasında müşahade edilmiştir. İsmailağa'nın dijital medya kullanımı hakkında göstergeler barındıran bu örnekler dışında Ahmet Mahmut Ünlü ile özdeşleşen 'Lalegül FM', 'Lalegül TV' ile beraber sosyal medya ve video paylaşım sitelerinde 'Cübbeli Ahmet Hoca' isimli sayfa veya kanalların açılması yukarıda zikredilen sembolik çerçevenin geride bırakıldığını göstermektedir. Ayrıca Ahmet Mahmut Ünlü'nün katıldığı Teke Tek isimli televizyon programını bir 'ilim meclisi' olarak tanımlaması⁶; program esnasında #CübbeliHabertürkte etiketiyle dijital mecralarla programa dikkat çekilmesi; hatta Ahmet Mahmut Ünlü'nün Youtube Kanalı'nın abone sayısı ile ilgili, dinleyenlerine hitaben yaptığı sohbet, 'özcü' yaklaşım yerine 'işlevsel' yaklaşımın temel alındığını göstermektedir:

"Millete ayet, hadis okuyoruz, tebliğ yapıyoruz, para mı topluyoruz ya. Allah için üye olun diyoruz, Youtube'a diyoruz, daha 100.000 olmuşum, demesinler mi ki gecenin 02.00'sinde yemek programı var, 700.000 üyesi var. Bizim cemaate dedim, yani artık ruhuna. Ne yapayım ben size, ihya olmanız için

⁶ Fatih Altaylı'ya hitaben: "Ben size evvela teşekkür edeceğim. Lalegül TV, canlı yayınıma da izin verdiniz. Şu anda Lalegül FM, Lalegül TV canlı olarak (bu programı) veriyor. Ben de rica ediyorum, bizi dinleyenlere. İnsanlara bu programın başladığını duyurun. Çünkü burada, ilmi şeyler konuşacağız. Önemli ayetler, hadisler... İlim olması için bir şeyin ayet, hadis, dinî ilim diyelim tabi. Her türlü ilim olur da. Dinî ilim dememiz için Allah ne buyurdu, Rasûl ne buyurdu. Bizim kaynaklı konuşmamız gerekiyor. Kaynaklar vererek insanları aydınlatmaya çalışacağız. Onun için mutlaka herkesin şu anda, mesajla da olsa ulaşalım ve bu kanaldan, ders, program başladı. Bu bir ders niteliğindedir. Çünkü evvelki yaptıklarımız da öyle oldu. Kalcı oldu" ("Teke Tek", 28 Temmuz 2015).

*okuyabilirim Fatiha. Fatiha ölümlere okunmaz hep yani. Dirilere de okunur yani.
Allah hepimizi islah etsin. Ya bu 100.000 olacak iş mi ya?*

Narmanlıoğlu'na göre tarikat geleneği içerisinde üretilmiş bilginin, yüz yüze iletişim dışında, özel bir iletişim mekanının ötesinde paylaşımı, öğreten ve öğrenen arasındaki ilişkinin de biçim değiştirmesini beraberinde getirmiştir. Çünkü artık, mürsidin fikirleri, düşünceleri ve öğretileriyle dolaylı bir ilişki kurulmaktadır. Klasik tasavvufi anlamda müridin, kâmil mürsit olan hocasının arzu ve isteklerine tabi olmasını, iradesini onun eline bırakmasını ifade eden "şeyhte yok olma" yüz yüze iletişimin kaybolmasıyla farklı bir boyuta evrilmektedir. Aracılanmış iletişim şeylinde yok olan müridi, takipçiye, destekçiye, sempatzana dönüştürmektedir. Ahmet Mahmut Ünlü bu dönüşümü, "Benim cemaatim, müridim var diyemem, izleyicilerim var, internetten radyodan kasetlerden takip eden" diye anlatmaktadır (2014, 186-187).

Dinî grupların dijitalden tebliğ, irşat vb. motivasyonlarla hareketi, doğal olarak bir taraftan ilgili grupların, gruplara bağlı kimselerin dijitalle yönelmesine yol açarken diğer yandan da dinî grubun muhtelif söylemlerini kamusal hale getirmektedir. Bu durumda bir etkileşiminin gerçekleşmemesi söz konusu olamaz.

5. Dijital Kuşak ve Dinî Bilgiye Erişim

İnternet siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri, mikrobloglar dinî bilgi edinme ve dinî bilgi paylaşma gibi seçenekleri içerisinde barındırmaktadır. Hibrit dindarlığı etkileyen faktörlerden biri de dijital platformlardan dinî bilgiye erişimdir. Yaşanan dönemin sosyo-politik ve sosyo-kültürel bağlamları kuşaklar arasında dinî bilgi edinme yöntemlerini etkilemektedir. Dindar orta sınıf X kuşağı (1965-1975), soğuk savaş dönemi zemininin egemen olduğu, kentle tanışmanın henüz başladığı, dinî kimliğin ideolojik alt yapısının inşa edildiği, var olmak için ispat psikolojisinin hakim olduğu sosyo-kültürel ve sosyo-politik gerçeklikler yaşamıştır. Bu nedenle bu dönemde ortaya çıkan dindarlık türü 'ağır dindarlık' olarak tanımlanabilir. Geçiş dönemi X-Y kuşağının (1976-1985) dindar orta sınıfın geleneksel ağır modernlik pratiklerinden teknoloji ve iletişimle birlikte akışkan modernliğe gençliklerinde yakalanması, teknoloji ve yeniliğe karşı tutumlarında son Y kuşağı kıvraklığını göstermektedir. Dolayısıyla X-Y kuşağının dindarlığı 'eklektik dindarlık' şeklinde tezahür etmektedir. Son Y kuşağı (1986-2000) ise post-panoptikon sonrası akışkan modernliğin kuşağı olup teknoloji, moda, internet ve sosyal medya gibi teknolojik dönemin sosyo-kültürel zemininde yetişmiş kuşak segmentasyonudur. Bu kuşağın dindarlık anlayışı ise 'akışkan dindarlık' olarak tanımlanabilir (Karslı, 2016, 36-37).

Son dönemlerde yapılan internet ve din - dindarlık temalı çalışmalarda, sıklıkla kullanılan 'akışkanlık' kavramını Roof, 'dinî ve manevî temaların karışımı' şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre, yeni dinî ve manevî tablonun beş özelliği bulunmaktadır:

1. Bireysel tercihlerden ve derin psikolojik ve varoluşsal sorunlardan ortaya çıkan, bir yerde barınmanın kişisel bir ihtiyaç olması üzerine geniş tabanlı vurgu;

2. Çeşitli dinî ve manevî geleneklere dair sembollerden ve öğretilerden gelen çok katmanlı anlam sistemlerinin meydana getirilmesi ya da kanunlardan bir karışım yapılması;
3. Bir yandan Yeni Çağ mistik hareketleri gibi bütünüyle dışavurumcu eğilimler, diğer yandan da muhafazakar ve mezhepçi hareketlere yönelim;
4. Dinin tecrübe boyutuna verilen önem ile kişisel gelişim ve kendini gerçekleştirilmeye yapılan vurgu;
5. Ülkeden ülkeye oldukça değişiklik gösteren ama genel olarak inanç ve ibadetin bireysel ve deneyimsel boyutlarına yapılan vurguyu sürdüren kurumsal ve anti-hiyerarşik konular (2012, 53)

Dijitalleşme süreciyle birlikte ilerleyen internet, kuşkusuz akışkan formlar için önemli bir zemini teşkil etmektedir. İnternet siteleri, mikrobloglar, akıllı telefonlar gibi dijitalle bütünleşmiş uygulamalar, kimi zaman dinî sahada çeşitli sorunları barındırır da, dinî içeriklerin sunumu ve bu içeriklere erişim açısından elverişli platformlar olarak değerlendirilmektedir. Larsen tarafından Amerika’da yapılan “Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online” başlıklı çalışmaya göre; internet kullanıcılarının yüzde 25’i internetten dinî ve manevî bilgi edinmektedir. Larsen’in “Din Sörfçüleri” olarak tanımladığı 28 milyon civarında Amerikalı, dinî ve manevî bilgi edinmek ve inanç yolculuklarında başkalarıyla bağlantı kurmak için interneti kullanmıştır. Araştırma sonucuna göre, internetten dinî bilgi edinenlerin oranı, internet üzerinden online sipariş yapanların, kumar oynayanların veya çöpçatanlık için interneti kullananların oranından fazladır. Din sörfçülerinin yüzde 15’i internetin kendi dinî inançlarını daha da arttırdığını; yüzde 27’si ise manevî hayatlarının geliştiğini ifade etmişlerdir (Larsen, 2004, 17-19). Amerika’da bu sonuçlara, ülkemizdeki çeşitli araştırmalarda da ulaşmak mümkün görünmektedir. 2018 yılı Alexa verilerine göre Türkiye’de din ve maneviyat kategorisinde 573 internet sitesinin aktif olduğu ve bu sitelerin hemen hemen hepsinin dinî bilgi arama ve edinme sürecinde kaynak olarak kullanıldığı bilinmekle birlikte, İslâmî dinî bilgi kaynakları kategorisinde 81; fıkıh kategorisinde ise 12 adet internet sitesinin aktif olduğu görülmektedir. Bu veriler internetin Türkiye’de de dinî bilgi arama ve edinme süreçlerinde aktif bir biçimde kullanıldığına yönelik önemli ipuçları sunmaktadır (Eken - Aydın, 2018, 897).⁷ İnternet, böylelikle “kaynak” açısından çeşitli türlerdeki dinî bilginin sunumunda kullanılırken “alıcı” açısından dinî bilgiye erişim için işlevselliğini korumaktadır.

Söz gelimi “Türkiye’de Toplumun Dine ve Dinî Değerlere Bakışı” isimli araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen, “İslâm dini ile ilgili bilgileri daha çok hangi kaynaklardan öğreniyorsunuz?” sorusuna katılımcıların yüzde 30’u dinî kitaplar yanıtını verirken yüzde 45’i internet yanıtını vermiştir (Kulat, 2017). Bir başka araştırma da aile ve kitaplar gibi kaynakların dinî bilgi edinme yolu olarak gerilediğini, buna karşılık internetten dinî bilgi edinmenin yükseldiğini göstermektedir (Adamor, 2021, 92). Dijitalleşmeyle birlikte ortaya

⁷ Alexa’dan güncel verilere erişim imkanına ulaşamamıştır.

çıkan sosyal medya platformlarının da dinî bilgiye erişim ve paylaşma, dinî içeriklerle karşılaşma ve etkileşime olanak sağladığı görülmektedir.

Facebook verilerine göre, ABD kullanıcılarının yüzde 31'i, ABD dışındaki kullanıcılarınsa yüzde 24'ü profillerinde ait olduğu dine ait bilgileri paylaşmakta; Facebook'ta, 43 milyondan fazla kullanıcıya sahip, çeşitli dinî kategorilere ayrılmış ve dinî merkezli fan sayfaları bulunduğu görülmektedir ("Sosyal Medya Vaizliği ve Dijital Din – Sophos Akademi"). Gezginci ve Işıklı'nın Türkiye'de farklı yaşlardaki 200 Facebook kullanıcısıyla yaptığı çalışmaya göre de (2018, 118-123), dinî içerikli paylaşım yapanların oranı yüzde 33,5 iken dinî içerikli Facebook paylaşımlarının dinî duyguları güçlendirdiğini ve Facebook'a manevî bir hava kattığını söyleyenlerin toplam oranı yüzde 35,5'tir. Facebook'ta dinî içerikli paylaşımında bulunsun ya da bulunmasın her dört kullanıcıdan üçü, dinî içerikli paylaşımlarla karşılaşmaktadır. Yine katılımcıların önemli bir kısmı (yüzde 57,5), dinî içerikli bir paylaşımına "beğeni ve paylaşım" veya "yorum yazma" yöntemleriyle etkileşime girmektedir.

Ahmet Doğan'ın, Osmaniye İl Merkezinde farklı liselerde öğrenim gören 537 öğrenciyle yaptığı çalışma da (2020) benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Buna göre; sıklıkları değişmekle birlikte sosyal medyada dinî paylaşım yapanların oranı yüzde 53'tür. Sosyal medyadaki dinî içerikleri 'beğenme' durumların temel alındığında sıklık durumları değişmekle birlikte yüzde 69,3'ünün etkileşim sağladığı görülmektedir. Sosyal medyadaki dinî içeriklerin hayatlarını etkileme durumunda her zaman, sıklıkla, bazen ve nadiren diyenlerin toplam oranı yüzde 63,1'dir. Araştırmada 'dindarlık' değerinin, sosyal medyada dinî içerikli paylaşım ile ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin dindarlık düzeyi ile sosyal medyadaki paylaşım düzeyleri arasında doğru bir orantı olduğu görülmüştür (Doğan, 2020).⁸ Kerimov'un yaptığı araştırmaya göre de internette dinî içerikli video izlemenin oranı yüzde 84 olup izlenen bu videoların din algısına olumlu etkisi bulunmaktadır (2016, 69-79).

Diyanet İşleri Başkanlığı tarafından 2014 yılında neşredilen Türkiye'de Dinî Hayat Araştırması internette dinî bilgi edinme oranının düşük (yüzde 4.8) olduğunu; buna karşılık 18-24 arası yaş grubunun diğer yaş gruplarına göre dinî bilgi edinme ve dinî bilgiyi geliştirme yolu olarak interneti daha fazla kullandığını göstermişti (DİB, 2014, 115-124). Bu sonuç, dindarlığının bir boyutu olarak görülen dinî bilgiye erişimde dijital kuşağın tercihini göstermesi bakımından dikkate değerdir.

Gürses ve İrk tarafından yapılan araştırmada, 15-18 yaşları arasındaki gençlerin sıklıkları değişmekle birlikte toplam yüzde 50'sinin internette dinî bilgilere eriştiği, yüzde 30'unun nadir ya da yok denebilecek kadar az baktığı ve yüzde 20'sinin ise hiç bakmadığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan gençler, daha ziyade fikhî bilgi, yaratılış, diğer dinler hakkında bilgileri bulmak için interneti kullandığını ifade etmiş; ayrıca bu araştırmaya göre gençlerin büyük çoğunluğu internetin kendilerini dinî yönden olumsuz etkilediğini ya da dini anlamda herhangi bir etkisinin olmadığını dile getirmiştir. Bu durumlarla birlikte, internetin "din dersi" araştırmalarında ilk kaynak olarak görülmesi, bir

⁸ Genç kuşakların dindarlıkları ile dijital medya kullanımı arasındaki ilişki için bk. (Karlı, 2019; Fidan, 2021).

paradoks olarak bulunmaktadır (2018, 121). Benzer biçimde 14- 30 yaş arası bireyleri kapsayan araştırmasında Oyman, dinî bir problem karşısında katılımcıların yüzde 69'unun kitaplara, yüzde 42'sinin internete, yüzde 20'sinin müftülüklerle, yüzde 14'ünün imam-hatiplere ve yüzde 4'ünün de sosyal medyaya başvurduğunu belirtmektedir (2016, 161). Dolayısıyla Eken'in belirttiği gibi (2021, 221) genel olarak dinî bilgiye erişimde sosyal medya platformlarından ziyade internetteki çeşitli arama motorları gençler tarafından kullanılmaktadır.

Shelina Janmohamed'in 'M Nesli' olarak tanımladığı, yeni Müslüman genç kimliğinde, internetin önemli bir yeri bulunmaktadır. Çünkü ona göre, dünyanın geniş Müslüman nüfusunda zenginlik yayıldıkça ve dijital teknolojiler bilgiye, fikirlere ve dayanışmaya erişim sağladıkça, Müslümanların da inançları yükselmektedir (2018, 24-28) Dijital topluluklar, dinin bir zamanlar sunduğu ait olma hissinin yerini almamaktadır; aksine bunlar dindarlığı ve dindar aile hissini güçlendirmekte ve pekiştirmektedir. Hatta Jahmohamed'e göre internet, bir taraftan dijital ümmetin yükselişini sağlarken diğer yandan da genç Müslümanların kimliklerini ifade edebildikleri etkili bir alan haline dönüşmüştür (2018, 34). Bahfen ise, internet kullanımları sayesinde Müslümanların 'siber-İslâmî toplumu inşa ettiğini' ifade etmekte, modernite ve geleneksellik arasında sıkışmış Müslüman gençlerin, dinî figürlere ulaşımında sosyal medyanın etkin bir platform olduğunu dile getirmektedir (islamvemedya.com, 14 Haziran 2021). Bununla beraber internet ve sosyal medya, genç Müslümanların online inanç pratiklerinin şekillenmesinde ciddi bir etkiye sahiptir; ancak bu etki 'dinî görünümlü pratiklerin muhtevasını/özünü modern görsel kültürün seküler(leştirici) doğasına tabi kılması sebebiyle sekülerleştirici bir karaktere sahiptir' (Eken, 2021, 253).

Turner, medya, din ve otorite tartışmasında, başlangıçta yerel düzeyde dinî uyanışın etkili bir metodu olmakla birlikte bilgi teknolojilerinin çelişkili sonuçlarına odaklanmaktadır. Birçok toplumda gençlik kültürlerinin ve popüler kültürün yükselişine bağlı olarak Turner'e göre günümüzde genellikle inançlarını ve hizmetlerini yaymak amacıyla interneti kullanma tercihi hibrit dindarlık biçimleri ortaya çıkmaktadır. Hibrit dindarlık, Turner'in değerlendirmesine göre Weber'in virtüöz-kitle dini sosyolojisinden farklıdır. Çünkü geçmişte, eğitilmiş ve disiplinli virtüözler resmî din biçimini belirliyor ve virtüözler sihirli, popüler, kült birikimlerini ihraç ettikleri için periyodik olarak din 'temizleniyordu.' Oysa modern dünyada din adamı olmayan kişiler, biraz okuryazarlığa sahiptir ve radyoya, internete, televizyona, internete, seyahate ve kitle tüketimine erişebilmektedir. Bu nedenle, virtüözlerin kitleleri düzenlemesi giderek zorlaşmaktadır. Sözelimi Tayland'da popüler Budist karizmatikler, internet üzerinden sihirli muska ve nazarlıklar satarken Müslüman web sitelerinde popüler Amerikalı mollalar gündelik hayatın her boyutu hakkında fetvalar vermektedir (2017, 46).

Dijitalleşmenin bir sonucu olarak doğan internet ve sosyal medya, yeni bir hayat tarzı ortaya çıkarmış ve geçmişe nazaran çeşitli farklılıklar meydana getirmiştir. Bunlardan birincisi internet, sosyal hayatı reel olandan sanal olana nakletmiştir. İkincisi, gündelik hayatın en önemli kavram ve kurumları sanallaşmış, gerçeklik sanallıkla iç içe geçmiştir. Üçüncüsüyse, bilgi akışının

hızındaki artışın yanı sıra, sanal ortamdaki bilgiler faydalı olan ile zararlı olanı aynı mecrada birleştirmiştir (Duman, 2020, 12-13). Dijitalleşmenin bir sonucu olan sosyal medyayı 'dindarlığın deneyimlenme sahası' olarak tanımlayan çalışmada Dereli'nin, dijitalleşme ve dindarlık sürecini 'sanala veda' olarak nitelendirmesi dijital dinî pratikleri anlamlandırma açısından uygun görünmektedir. Zira artık dijital mecra, sanal olarak zikredilerek, gerçek hayattan bağımsız bir süreç olarak tanımlanamaz. Dereli'ye göre "çevrimiçi uzam ve çevrimdışı dünya birbirinden bütünüyle ayrı dünyalar değildir. Başka bir ifadeyle çevrimiçi uzam, insanların gündelik hayata dair bütün endişelerinden, korkularından, arzu ve ümitlerinden soyutlanarak maskeleriyle yer aldığı bir mecra olarak görünmemektedir. Dolayısıyla gündelik hayat gerçekliğinden kopuk 'sanallığa' artık veda edilmiş, bu gerçekliği bütünüyle kuşatan 'dijitallik' hayatımıza hakim olmaya başlamıştır" (2020, 324). Böyle bir süreçte, Çamdereli'ye göre Müslümanın kendi kimliğiyle, kendi olarak kalma ihtimali kolay değildir. Zira, dijitalleşme sürecinde tüm kimlikler kayarken, dinsel kimliğin bundan etkilenmemesi mümkün görünmemektedir. Bu kayma, iman ve itikat gibi bir düzlemde gerçekleşmez ve dinsel kimlikten uzaklaşma da söz konusu değildir. Ancak belirgin ve sabit kimliğin dijital mecra, dijital kültür içinde yeniden şekillenmesi söz konusudur (Bayram vd., 2019, 67-68).

Toplumun bütün kesimleri için yeni bir kamusal alan olarak internetin kimlik inşasına sunduğu imkânlar din, dinî gruplar, cemaatler ve dinî söylemlerin de bu mecrada temsiline yaygınlık kazandırmaktadır. Sanal cemaatlerdeki dindar gençlik, risklerine rağmen, internetin sunduğu fırsatları değerlendirmekte ve kimlik inşası için bir alan olarak görmektedirler (Özbolet, 2016, 198). Bu kimlik inşasında 'özneleşme' kavramı önemli bir alan oluşturmaktadır. Özbolet'in 'ihlsözlük' üzerine yaptığı araştırma, dindar gençliğin özneleştiğini yedi farklı boyuttaki kavramsallaştırmayla ortaya koymaktadır. Buna göre "ihlsözlükte yazan dindar gençlik, internetteki sanal cemaat dindarlığından ödün vermeden kimlik inşa ettiğini düşünmekte, yaklaşımlarının eleştirel ama köktenci de olmadığını, modernizmin eleştirildiği gibi geleneğin de kıyasıya eleştirildiği tespit edilmektedir. Geleneksel Müslümanlık eleştirisi, din istismarı eleştirisi, iktidarı kutsallaştırma eleştirisi, İslâmîleşme eleştirisi, özenti kültürü eleştirisi yanında Müslümanlık, özgürlüğe yapılan vurgu, İslâm'ın savunucusu şeklinde bir yaklaşım gözlenmektedir" (2016, 212).

Sonuç

Çalışmada, iletişim teknolojilerindeki hibritleşmenin dindarlığı da etkileyeceği temel varsayımından hareketle muhtelif bulgulardan yararlanılmıştır. Çalışmada dört faktör (dindarların dijitale göçü, dijitale işlevselci yaklaşım, dinî gruplardaki dijital eğilim ve dinî bilgi edinmede dijital kuşak pratikleri) temel alınarak *hibrit dindarlık* tanımlanmıştır. *Hibrit dindarlık*; dinî inanç, ibadet, ahlâk gibi bütüncül bir perspektifle yaşamaya gayret gösteren dindarların, dijital teknolojilerden beslenerek bu gayretlerinin etkilendiğine temas eden bir kavram denemesidir ve dijitalle uyumlu bir dindarlık formu olarak tanımlanabilir. Bu formda, geleneksel dindarlık formlarının dijitale

uyarlanması veya başka bir deyişle dijitalin baskın karakterinin geleneksel dindarlık formlarıyla örülmesi söz konusudur. Dolayısıyla *hibrit dindarlık*, bir yandan reel toplumsal pratikler ve dijital mecraların kullanım biçimleriyle ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle *hibrit dindarlık*, dinî değerlerden uzaklaşma değil, dijital teknolojilerle dinî hayatın; dinî hayat ile de dijitalleşmenin şekillendirilmesidir. Bu yönüyle kavram, dindarlık ile dijital arasındaki paradokslara da işaret etmektedir. Çalışmada dile getirilen veri ve değerlendirmeler etrafında dijitalleşme ve dindarlık arasında pek çok paradoksun bulunduğunu göstermektedir. Zira bir yandan bireyler, dijital platformlardan dinî bilgiye erişimin önemli olduğunu düşünürken diğer yandan bu bilgilerin doğru kaynaklardan teyidine ihtiyaç duymakta, güven sorunu yaşamaktadır. Yine bireyler dinî içerikli sosyal medya paylaşımlarına çeşitli şekillerde tepki göstererek etkileşimde bulunurken dinî içerikli paylaşımı bizzat kendileri yapma konusunda etkileşim düzeyindeki kadar etkinlik göstermemektedir. Bir başkası, dinî gruplar bir yandan internet ve sosyal medyanın zararlarına dair müntesiplerine mesaj iletirken diğer yandan müntesiplerini kendi yönettikleri dijital platformlara davet etmekte, abone olunmasını salık vermektedir. Bütün bu ve bunun gibi paradokslar, postmodern durumla açıklanabilir. Postmodern durumda, dindarlık ile dijital arasındaki ilişki birbirini iten iki güç olarak telakki edilmemekte aksine bu iki güç birbirini besleyen, uyumlu bir form hüviyetine sahip olmaktadır. Nasıl ki, kentleşme sürecinde, toplumun farklı kesimlerinde yeni dindarlık eğilimlerine, karma unsurlara, yeni ifade biçimlerine, sentezlemelere rastlanıyorsa (Çelik, 2006, 99-100) dijitalleşmenin egemen olduğu bir dönemde de *hibrit dindarlık* göstergeleri bulunmaktadır. İzleme-görünme merkezli dijital platformlarda dindarların temsil biçimlerindeki tartışmalı alanlar, dinî bilgilerin kontrol ve denetim mekanizmalarında otoritelerin etkinliği, dinî grupların işlevsel perspektifle hareket ederken dijitalin kültürel formlarına uyum sağlaması gibi öne çıkan temalar hibrit dindarlık göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Finansman / Funding:

This research received no external funding. / Bu araştırma herhangi bir dış fon almamıştır.

Çıkar Çatışması / Conflicts of Interest:

The author declare no conflict of interest. / Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

Kaynakça

- Adamor. *Mazman Ayında Televizyonlarda Yer Alan Dini İçerikli Programlar Araştırması*. Ankara, 2021.
- Akgül, Mehmet. "Dindarlık, Sosyal Medya Dindarlığı ve Din İstismarı: Bir Arkaplan Çözümlemesi". *Sosyal Medya Ahlakı*. 35-45. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020.
- Aktaş, Celalettin. *QR Kodlar ve İletişim Teknolojisinin Hibritleşmesi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2. Baskı, 2014.
- Arslantürk, Zeki. "Dindarlığın Bağımsız Değişkenleri". 239-256. İstanbul: Kurav Yayınları, 2004.
- Avcı, Özlem. *İki Dünya Arasında İstanbul'da Dindar Üniversite Gençliği*. İstanbul, 2012.
- Baloğlu, Adnan Bülent. *Kayıp Kimliklerin Bilinç Tıkanması*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020.
- Bayram, Fatma vd. "Prof. Dr. Mete Çamdereli ile Söyleşi" 39 (2019), 64-74.
- Bolat, Nursel. "Modernizmin Yeni Yol Haritası: Post-Modernizm". *Postlar Çağında İletişim*. 33-59. Konya: Literatürk Yayınları, 2019.
- Castells, Manuel. *İletişimin Gücü*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016.
- Çağırkan, Barış. "Çokkültürlü Toplumsal Yapılarda Değişen Aidiyet Alguları: Yeni Toplumlar, Yeni Aidiyetler". *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12/2 (2019), 558-573.
- Çamdereli, Mete. *Din Ekranında Nasıl Durur? Medyada Dinin Popüler Temsili*. İstanbul: Ketebe Yayınları, 2018.
- Çelik, Celalettin. *Geleneksel Şehir Dindarlığından Modern Kent Dindarlığına*. İstanbul: Hikmetevi Yayınları, 2013.
- Çelik, Celalettin. "Kentsel Dindarlık - Kentlilik Tercübelerinde Farklılaşan Dindarlık". *Dindarlığın Sosyo-Psikolojisi*. 81-111. Adana: Karahan Kitabevi, 2006.
- Çelik, Mahmut. *İsmailağa Camii İlim ve Hizmet Vakfının Medyaya Bakışındaki Dönüşüm ve Günümüzdeki Medya Kullanım Pratikleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans, 2021.
- Çoştı, Yakup. *Toplumsallaşma Sürecinde Dindarlığı Etkileyen Faktörler (Samsun Örneği)*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2009.
- Demir, Hikmet. "Medya Dindarlığı". *Umransu* 173 (2009), 26-30.
- Demir, Talip. "Postmodern Perspektiften Popüler Kültür ve Dindarlığın Yeni Formları". *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* VII/15 (2016), 118-123.
- Dereli, Mustafa Derviş. *Sanala Veda: Sosyal Medya ve Dönüşen Dindarlık*. Ankara: Nobel Yayınları, 2020.
- DİB. *Türkiye'de Dini Hayat Araştırması*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2014.
- Doğan, Ahmet. *Dini İçerikli Sosyal Paylaşım ve Değer Yönelimi*. Ankara: Akademisyen Kitabevi, 2020.
- Doğan, Büşra. *Dindarların Dini Teknolojik Aletlerle Etkileşimi: Tekno-Dindar Pratikler*. Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi, 2018.
- Duman, Soner. "Müslümanın Sosyal Medya Ahlakı". *Sosyal Medya Ahlakı*. 11-20. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı, 2020.
- Eken, Metin. *Çevrim İçi Dindarlık M Neslinin İnanç Pratikleri*. Ankara: Nobel Yayınları, 2021.
- Eken, Metin - Aydın, Hakan. "Enformasyon Toplumunda Dini Bilgi Edinme: İnternet Ortamındaki Dini Enformasyonun Güvenilirliği ve Kalite Kriterleri Üzerine Bir İnceleme". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 11/58 (2018), 894-906.
- Fidan, Ahmet. "Türkiye'de Dijitalleşme ve Din İlişkisi". Tebliğ Sunumu program adı: 8. Dini Yayınlar Kongresi, Ankara, 2021. <https://www.youtube.com/watch?v=j3hT340nWQ0>
- Geçer, Ekmel. *Medya ve Popüler Kültür Diziler, Televizyon ve Toplum*. İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık, 2. Baskı, 2015.
- Geçer, Ekmel. "Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı". *İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi* 16 (2018), 85-99.
- Gezginci, Gamze - Işık, Şevki. "Dindar Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 1/1 (2018), 111-133.
- Gürses, İbrahim - İrk, Esra. "İnternet Kullanımı ve Ergenlerin Dini Gelişimleri Üzerine Bir Araştırma". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 27/1 (2018), 109-135.
- Haberli, Mehmet. "Dijital Çağda Din ve Dindarlığın Dönüşümü". *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi* 2/2 (2019), 307-315.
- Hülür, A. Banu - Bekiroğlu, Habibe Akçay. "Çevrimiçi Din: Dini İçerikli Bir Facebook Sayfasının Göstergebilimsel Analizi". *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi* 27 (2016), 145-164.

- islamvemedya.com. "Müslümanlar siber-İslamî toplumu inşa ediyor". <https://www.islamvemedya.com>. Erişim 14 Haziran 2021. <https://www.islamvemedya.com/muslumanlar-siber-islami-toplumu-insa-ediyor/513/>
- Janmohamed, Shelina. *M Nesli: Yeni Müslüman Gençlik*. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2018.
- Karşlı, Bahset. *Dindar Orta Sınıfta Nesil Farklaşması X ve Y Nesillerinin Din Algıları ve Değişen Yaşam Tarzları*. Ankara: İlahiyât Yayınları, 2016.
- Karşlı, Bahset - Aycan, Sezen. "Instagram ve Mahremiyet: Dindar Muhafazakâr Kadınların Paylaşımları Örneği". *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi* 5/2 (2020), 245-266.
- Karşlı, Necmi. "Gençlerde İnternet Bağımlılığı ve Dindarlık İlişkisi". *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 46 (2019), 225-260.
- Kerimov, Eldar. *Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeyleri ile Din Algıları Üzerine Bir Araştırma*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, 2016.
- Kızılgöç, Muhammed. *Din Psikolojisinin 200'ü*. Ankara: Otto Yayınları, t.y.
- Kirman, Mehmet Ali. *Din Sosyolojisi Sözlüğü*. Adana: Karahan Kitabevi, 2016.
- Kulat, Mehmet Ali. *Türkiye'de Toplumun Dine ve Dini Değerlere Bakışı*. Ankara: Mak Danışmanlık, 2017.
- Kurt, Abdurrahman. *Din Sosyolojisi*. Ankara: Sentez Yayıncılık, 18. Baskı., 2018.
- Larsen, Elena. "Cyberfaith: How Americans Pursue Religion Online". *Religion Online Finding Faith on the Internet*. 17-20. London: Routledge, 2004.
- Narmanlıoğlu, Haldun. "Tarikat ve Cemaatlerin Alternatif Medya Stratejileri". *Medya ve Din*. 165-204. İstanbul: Köprü Yayınları, 2014.
- Oyman, Nihat. "Sosyal Medya Dindarlığı". *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 26 (2016), 125-167.
- Özbolat, Abdullah. "Postmodern Dünyada Din: Yaygınlaşan Dinsellik, Yüzeyselleşen Dindarlık". *İslamî Araştırmalar* 28/3 (2017), 265-278.
- Özbolat, Abdullah. "Sosyal Medyada Dindar Gençlik Kimliği: İHL Sözlük Örneği". *Kimlik ve Din*. 193-214. Adana: Karahan Kitabevi, 2016.
- Pınarbaşı, Gülenay. *Spiritüel Ağ Sosyal Medya ve Yön Değiştiren İnançlar*. İstanbul, 2021.
- Polat, Filiz Çömez. *Türkiye'de Değişen Dindarlık Göstergeleri ve Sosyal Medya*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2019.
- Roof, Wade Clark. "Kuşaklar ve Din". *Din Sosyolojisi Çağdaş Gelişmeler*. 37-65. Ankara: İmge Yayınları, 2012.
- Sungur, Erol. *Postmodern Tüketim Anlayışında Dindar Yaşam Biçimleri*. Ankara: Araştırma Yayınları, 2016.
- TDK. *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu, 11. Baskı., 2019.
- Tekin, Mustafa. *Din Sosyolojisi*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 2. Baskı., 2018.
- Tekin, Mustafa. *Kutsal Sekülerizm*. İstanbul: Açılım Kitap, 2011.
- Tosun, Necdet. "Nakşibendiyye". *Türkiye'de Tarikatlar Tarih ve Kültür*. 611-681. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2015.
- Turner, Bryan S. "Benlik ve Düşünsel Modernlik". *Postmodernizm ve İslam, Küreselleşme ve Oryantalizm*. 151-169. Ankara: Vadi Yayınları, 2. Baskı., 1999.
- Turner, Bryan S. *Din ve Modern Toplum*. İstanbul: Sentez Yayıncılık, 2017.
- Ustaosmanoğlu, Mahmut. *İrşad'ül-Müridin*. İstanbul: Ahıska Yayınları, 2005.
- Utma, Seçil. "Dindarlığın Değişen Yüzü: Dinin Popülerleşmesi ve Sosyal Medya Dindarlığı". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 12/64 (2019), 894-902.
- Weber, Max. *Sosyoloji Yazıları*. İstanbul: İletişim Yayınları, 6. Baskı., 2004.
- Wenzel, Nikolai G. "Postmodernizm ve Din". *Din Sosyolojisi Kuram ve Yöntem*. 281-312. Ankara: İmge Yayınları, 2012.
- Yakışır, Gizem - Bilgin, Vejdi. "Dini Gruplar, Medya ve Propaganda: Türkiye'deki Dört Dini Grup Üzerine Göstergebilimsel Bir Çözümleme". *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 28/2 (2019), 337-369.
- Yorulmaz, Bilal. "Medyadaki Dini Faaliyetler ve Sorunlar". *Türkiye'de Din Eğitimi ve Sorunları*. 448-481. İstanbul: Dem Yayınları, 2018.
- "Sosyal Medya Vaizliği ve Dijital Din - Sophos Akademi". Erişim 14 Haziran 2021. <https://www.sophosakademi.org/sosyal-medya-vaizligi-ve-dijital-din/>
- "Teke Tek". *Cübbeli Ahmet Hoca*. İstanbul. Yayın Tarihi 28 Temmuz 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=uPKstj2B1ul>